

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Konveksi Zacky's Collection

Konveksi Zacky's Collection dipimpin oleh H. M. SARMANTO, S.Pd.I terletak di Desa Jepang Pakis, Dukuh Krajak Kidul RT 03/ RW 04, Gang Sido Rukun No. 36 Kecamatan Jati Kabupaten Kudus. Konveksi ini terletak ditengah-tengah Desa Jepang Pakis.

Sebelum mendirikan suatu perusahaan terlebih dahulu kita harus melakukan analisis perusahaan yang meliputi tinjauan penjualan, biaya, dan proyeksi laba untuk mengetahui sejauh mana produk tersebut dapat memenuhi tujuan perusahaan. Jika dinilai positif, produk dapat memasuki pengembangan produk. Untuk mendirikan bisnis dibutuhkan proses yang panjang, melewati hambatan dan rintangan. Di samping itu, kita harus melakukan analisis terhadap lingkungan eksternal karena persaingan bisnis sangatlah ketat. Begitulah yang saya lakukan. Sebelum merintis usaha konveksi terlebih dahulu belajar dan mencoba berkecimpung dalam dunia pemasaran topi yaitu pada tahun 1996. Setelah saya evaluasi ternyata prospeknya kurang bagus, pada tahun 1997 mulai mencoba beralih ke dunia pemasaran pakaian jadi (pakaian wanita) Pada saat itu marketing hanya pada Kota Kudus, Pati dan sekitarnya. Sejak mulai tahun 2000 marketing yang jalankan mulai melebar dari Kota Kudus merambah hingga Semarang dan Magelang. Selama 10 tahun menekuni usaha dibidang *marketing*.¹

Sebelum mendirikan usaha Konveksi Zacky's Collection saya menunaikan Ibadah Haji ke Baitiullah, setelah kembali ke Tanah Air mewujudkan *planning* yang sebelumnya sudah saya gagas yaitu mendirikan Konveksi untuk memproduksi pakaian jadi.

¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Sarmanto selaku Pemilik Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 25 Oktober 2015, Pukul 10.13 WIB.

Kemudian pada hari senin legi tanggal 09 April 2007 M atau bertepatan dengan tanggal 21 Robi'ul Awwal 1428 H atas dorongan dan do'a ibu dan saudara, saya bersama istri memberanikan diri untuk merintis usaha dibidang produksi/konfeksi dan sekaligus pada bidang *marketing*.

Usaha yang kami didirikan berawal dari nol/bawah, dibangun hanya dengan bermodalkan mesin jahit sebanyak 3 buah, mesin obras 1 buah dan dipinjami setrika bekas dari saudara, dengan jumlah karyawan sebanyak 5 orang karyawan. Dalam kurun waktu 1 - 6 bulan (sampai hari raya idul fitri) karyawan bertambah menjadi 20 orang.

Pada tahun 2008-2009 (tahun ke-2 berdirinya Konfeksi Zacky's Collection) jumlah karyawan bertambah menjadi 40 orang yang terdiri penjahit 30 orang ditambah 10 orang karyawan harian.

Pada tahun 2009-2010 (tahun ke-3) jumlah karyawan tetap ada sekitar 50 orang. Yaitu 30 penjahit dan 20 orang karyawan harian ditambah 2 Orang pemotong bahan. Selain itu kami juga melakukan kerja sama dengan 3 konfeksi (jasa potong dan jahit) dengan jumlah total semua karyawan 25 orang (karyawan yang melakukan produksi diluar Konveksi Zacky's) dalam hal ini kami melihat potensi yang bisa kami gunakan untuk memperbanyak jumlah produksi dan mengembangkan usaha kami. Dan sampai sekarang bertambah 1 konveksi lagi, jadi jumlahnya menjadi 4 konveksi yang menjadi partner usaha. Meskipun 4 konveksi tersebut melakukan kegiatan produksi sendiri tetapi setelah barang yang diproduksi tersebut jadi akan ditarik ke Konveksi Zacky's Collection untuk dilakukan proses finishing hingga pakian tersebut siap untuk dipasarkan.

Pada tahun 2010-2011 jumlah karyawan sudah mencapai 75 orang yang terdiri dari 45 orang penjahit, 25 orang tenaga harian ditambah 2 orang pemotong.

Pada tahun 2011-2012 karyawan bertambah menjadi 85 orang, 25 orang tenaga harian dan 4 Orang bagian pemotong. Pada akhir tahun 2011, mencoba usaha yang terkait dengan bidang konfeksi yaitu dengan

membeli bordir komputer berjumlah 2 unit. . Setelah kurun 4 bulan menambah 2 bordir komputer lagi untuk memenuhi kebutuhan produksi, jadi sampai sekarang jumlahnya 4 bordir komputer dengan jumlah karyawan sebanyak 12 orang (2 sift). Adapun jumlah karyawan secara keseluruhan sampai sekarang adalah 126 karyawan orang.²

2. Profil Bapak Sarmanto (Pemilik Konveksi Zacky's Collection)

Nama : HM.Sarmanto, Spd.I
 Tempat, Tanggal Lahir : Kudus, 09 – 02 - 1976
 Alamat : Jepang Pakis Jati
 No. HP : 08122551470
 Riwayat Pendidikan

- SD/MI : SDN 1 Jepang Pakis Kudus
- SMP/MTS : Miftahul Ulum
- SMA/MA : AL – Ma'ruf Kudus
- Perguruan Tinggi : STAIN Kudus

Pengalaman Organisasi :

1. PC. IPNU.Kudus 2002 - 2004
2. PC. GP.ANSOR
3. KARANG TARUNA
4. PW. IPNU JATENG KUDUS

Motto Hidup : “Hidup adalah Perjuangan”
 Pesan-Pesan : Sukses adalah dari diri kita

3. Visi dan Misi

Dilakukan oleh unit organisasi dan apa yang mereka harapkan untuk mencapai visi perusahaan tersebut.

² Hasil Wawancara dengan Bapak Sarmanto selaku Pemilik Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 25 Oktober 2015, Pukul 10.13 WIB.

Adapun visi Misi dan tujuan Konfeksi Zacky's Collection dijabarkan sebagai berikut:³

a. Visi

Sebelum merancang dan kemudian mendirikan sebuah bisnis atau usaha maka perlu dirumuskan adanya visi, misi serta tujuan yang hendak dicapai dalam jangka waktu tertentu. Visi, misi, tujuan adalah sesuatu yang perlu ditetapkan pertama kalinya ketika akan menjalankan manajemen strategi. Visi adalah suatu gambaran yang menantang tentang keadaan masa depan yang diinginkan oleh organisasi. Misi adalah suatu pernyataan tentang apa yang menjadi perusahaan yang maju, kompetitif dan memiliki kepedulian sosial yang tinggi terhadap perkembangan bangsa.

b. Misi

- 1) Menjadikan perusahaan kebanggaan nasional yang mengedepankan kualitas produk.
- 2) Membangun masyarakat agar memiliki jiwa *enterpreuner*
- 3) Menjadi perusahaan yang selalu kreatif dan inovatif

c. Tujuan

- 1) Membangun usaha dengan tipe sosial *enterpreuner*
- 2) Mengembangkan usaha dan membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar.

4. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan. Struktur Organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan

³ Hasil Wawancara dengan Bapak Sarmanto selaku Pemilik Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 25 Oktober 2015, Pukul 10.13 WIB.

fungsi dibatasi. Dalam struktur organisasi yang baik harus menjelaskan hubungan wewenang siapa melapor kepada siapa.

Struktur organisasi merupakan alat untuk membantu manajemen dalam mencapai tujuannya. Struktur organisasi dapat memiliki pengaruh yang besar pada anggotanya. Pengaruh struktur organisasi terhadap kepuasan dan kinerja karyawan mengarah pada suatu kesimpulan yang sangat jelas. Struktur organisasi menjelaskan bagaimana tugas kerja akan dibagi, dikelompokkan dan dikoordinasikan secara formal.

Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan. Hubungan diantara fungsi-fungsi, bagian-bagian ataupun posisi maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan tugas, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi. Kerangka kerja organisasi disebut sebagai desain organisasi (*organizational design*). Bentuk spesifik dari kerangka kerja organisasi dinamakan dengan struktur organisasi (*organizational structure*).

Di konveksi Zacky's Collection menggunakan manajemen keluarga dalam Strukturnya, karena dalam struktur diatas dapat dilihat bahwa Pimpinan, Manajer, Bagian Produksi dan Keuangan di konveksi Zacky's Collection dipegang langsung oleh bapak H. Sarmanto dan Ibu Hj Susanti selaku Istri.

Salah satu keunggulan perusahaan keluarga adalah orientasi jangka panjang terhadap bisnis karena menganggap kelangsungan bisnis terkait langsung dengan kelangsungan hidup keluarga. Jika perusahaan bangkrut, keluarga tidak bisa makan. Di samping itu, dalam banyak kasus perusahaan dan produk sangat mempengaruhi identitas anggota keluarga. Sehingga jika produk yang dihasilkan dipersepsikan cacat atau bermutu rendah, seakan-akan merefleksikan diri mereka. Jadi sebuah perusahaan keluarga kemungkinan tidak tertarik untuk memperoleh keuntungan finansial jangka pendek yang dapat menodai kedudukan perusahaan.

Dari sisi budaya perusahaan, semangat keluarga menentukan nilai, norma, dan sikap yang berlaku dalam perusahaan. Sementara nilai dari

anggota keluarga mengekspresikan penciptaan suatu tujuan umum bagi karyawan dan membantu terbentuknya identitas dan komitmen. Dalam perusahaan keluarga yang berjalan terus, karyawan memiliki perasaan sebagai bagian dari keluarga yang menciptakan atmosfer lebih peduli. Juga karena relatif tidak birokratis sehingga akses kepada manajemen senior lebih mudah. Pengambilan keputusan pun lebih cepat dan lebih efektif.

Namun di sisi lain, budaya pada banyak perusahaan keluarga juga memiliki sejumlah sisi negatif, yang metaforanya adalah The Moon Culture. Maksudnya sangat tergantung kepada suasana hati (mood) pemiliknya. Ciri-ciri The Moon Culture adalah pertama, apa yang disebut dengan "Superman Syndrome" dan kepemimpinan ganda. Sang pemimpin dan pemilik seolah menjadi superman yang dapat menjalankan berbagai peran dan mengatasi berbagai persoalan dalam perusahaan. Juga munculnya kepemimpinan dari pihak keluarga yang acap membingungkan karyawan. Sisi negatif lainnya adalah tiadanya garis tegas antara persoalan perusahaan dan persoalan pribadi; kesetiaan lebih kepada pribadi ketimbang organisasi; prosedur yang lebih bertumpu kepada "situasi", yang pada gilirannya sangat tergantung dari penilaian pemilik, dan transparansi yang rendah.

5. Ruang lingkup produk

Dalam bisnis, produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Dalam marketing, produk adalah apapun yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan. Dalam tingkat pengecer, produk sering disebut sebagai merchandise. Dalam manufaktur, produk dibeli dalam bentuk barang mentah dan dijual sebagai barang jadi. Produk yang berupa barang mentah seperti metal atau hasil pertanian sering pula disebut sebagai komoditas.

Kata produk berasal dari bahasa Inggris product yang berarti "sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya". Bentuk kerja dari kata product, yaitu produce, merupakan serapan dari bahasa latin prōdūce(re), yang berarti (untuk) memimpin atau membawa sesuatu untuk maju. Pada tahun 1575, kata "produk" merujuk pada apapun yang diproduksi ("anything produced"). Namun sejak 1695, definisi kata product lebih merujuk pada sesuatu yang diproduksi ("thing or things produced"). Produk dalam pengertian ekonomi diperkenalkan pertama kali oleh ekonom-politisi Adam Smith.

Dalam penggunaan yang lebih luas, produk dapat merujuk pada sebuah barang atau unit, sekelompok produk yang sama, sekelompok barang dan jasa, atau sebuah pengelompokan industri untuk barang dan jasa.

Sebuah perusahaan pastilah menghasilkan yang namanya output dari input. Seperti halnya di Zacky's Collection memproduksi berbagai macam pakaian yang lebih fokusnya memproduksi pakaian jadi seperti:⁴

1. Gamis

Yaitu baju kemeja yang menutupi hampir seluruh bagian tubuh wanita, dari bagian pundak sampai ke bagian kaki dan panjangnya sampai ke paha atau lebih kebawah sedikit, di Konveksi Zacky's Collection sendiri memproduksi beberapa jenis Gamis, seperti Gamis Arabic

2. Legging

Yaitu celana kain super ketat yang biasanya panjang dan dipakai wanita dibagian paha. Di Konveksi Zacky's Collection Legging Merupakan produk Unggulan, karena motif dan modelnya tidak berubah mengikuti Zaman.

⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Sarmanto selaku Pemilik Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 25 Oktober 2015, Pukul 10.15 WIB.

3. Blus

Yaitu pakaian tubuh bagian atas bermodel longgar yang sebelumnya dikenakan oleh pekerja, petani, seniman, perempuan dan anak-anak.

4. Hem wanita

Yaitu sebuah baju yang biasanya menutupi bagian lengan, dada, bahu, berkerah dan menutupi tubuh sampai bagian perut. Kemeja atau Hem sering disebut pakaian yang terlalu formal atau resmi, sehingga kebanyakan masyarakat jarang mengenakannya pada setiap hari.

5. Bawahan

6. Pakaian wanita lainnya.

Konveksi Zacky's Collection sudah Mempunyai 300 Lebih Produk, Produk Tersebut dibuat mulai tahun 2007-2015, sebagaimana terlampir.⁵

6. Daftar Karyawan

Dalam sebuah perusahaan pasti mempunyai karyawan baik itu kecil ataupun sekala besar. pengertian karyawan adalah seseorang yang ditugaskan sebagai pekerja dari sebuah perusahaan untuk melakukan operasional perusahaan dan dia bekerja untuk digaji. berhubungan dengan karyawan pasti takkan lepas dari kinerja karyawan maka dan setiap perusahaan akan selalu melakukan penilaian kinerja karyawan.

Konveksi Zacky's Collection mempunyai karyawan yang terdiri dari beberapa bagian / divisi, yaitu :⁶

- | | |
|---------------------------------|------|
| a. Bagian Pemetong Bahan | : 8 |
| b. Bagian operator Mesin Bordil | : 12 |
| c. Bagian Nyetrika | : 6 |
| d. Bagian Jahit | : 55 |

⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Sarmanto selaku Pemilik Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 21 November 2015, Pukul 10.00 WIB.

⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Sarmanto selaku Pemilik Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 21 November 2015, Pukul 10.00 WIB.

e. Bagian Finishing : 45

Jadi Jumlah Karyawan Konveksi Zacky's Collection Berjumlah 126 Karyawan. sebagaimana terlampir.

7. Tujuan Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Definisi ini berdasarkan pada konsep inti, yaitu : kebutuhan, keinginan dan permintaan; pasar, pemasaran dan pemasar.

Tujuan Pemasaran adalah mengenal dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk yang di jual akan cocok sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga produk tersebut dapat terjual dengan sendirinya. Idealnya pemasaran menyebabkan pelanggan siap membeli sehingga yang harus di pikirkan selanjutnya adalah bagaimana membuat produk tersebut tersedia.⁷

Rata-rata barang yang diambil untuk area kudus kisaran 10 jenis model barang, tiap jenis mengambil 10 lusin jadi kisaran 1200 biji itu yang pasar Kliwon, itupun kalau ada yang tidak laku bisa diretur dengan model yang baru. Untuk pemasar biasa tidak sampai sebanyak itu, hanya kisaran 3-5 lusin saja dalam satu jenis model. Produk Konveksi Zacky's Collection tidak hanya dipasarkan di Pulau Jawa saja, tetapi pemasarannya sudah meluas sampai luar Pulau Jawa yaitu Pulau Lombok, NTB. Sebagaimana terlampir.

8. Hambatan Perusahaan

Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat. Sekarang ini kita dituntut untuk dapat mengembangkan usaha, supaya usaha kita dapat maju dan besar serta menjadi pengusaha yang sukses.

⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Sarmanto selaku Pemilik Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 21 Oktober 2015, Pukul 10.05 WIB.

Definisi pengembangan usaha itu sendiri adalah terdiri dari sejumlah tugas dan proses yang pada umumnya bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan peluang pertumbuhan. Tetapi pada kenyataannya untuk mengembangkan usaha yang pada awalnya dimulai dari nol besar atau baru memulai usaha sangatlah sulit.

Banyak hambatan – hambatan yang dihadapi seperti kekurangan modal, tenaga kerja yang ahli atau terampil, kinerja keuangan usaha yang buruk, dan sebagainya. Tetapi hambatan- hambatan itu semua dapat diatasi dengan cara mengembangkan dan menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik. Pengembangan usaha bukan saja dibarengi dengan modal yang banyak atau tenaga kerja yang terampil, tetapi juga harus dibarengi dengan niat dari diri kita sendiri. Dengan niat yang sungguh – sungguh kita bisa mengembangkan usaha kita menjadi lebih besar. Jika tidak mengembangkan usaha dengan sungguh – sungguh maka sebaliknya usaha akan kita akan bangkrut. Cara lain yang harus dilakukan untuk dapat mengembangkan usaha dengan baik adalah dengan memberikan pendidikan meningkatkan keahlian kepada pengusaha (wirausaha) seperti memberi pelatihan workshop tentang pengembangan usaha, dan sebagainya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang lebih kepada pengusaha terhadap pengembangan usaha yang baik. Dan perlu diingat bahwa pengembangan usaha itu merupakan bagian dari perencanaan pemasaran (*Marketing Plan*) oleh karena itu setiap pengusaha baik pengusaha kecil maupun besar harus mampu membuat *marketing plan* terlebih dahulu sebelum mengembangkan usahanya. Di dalam marketing plan itu dimuat hal- hal sebagai berikut seperti analisa situasi, tujuan pemasaran, anggaran pemasaran, kontrol / pengawasan terhadap pemasaran dan lain sebagainya.

dikonveksi Zacky's Collection, Pastilah setiap kegiatan usaha tak lepas dari permasalahan yang dihadapi. Dengan adanya permasalahan tersebut dapat diperbaiki dan menjadi bahan untuk memajukan seluruh

aspek manajemen yang tengah dijalani. Saran yang dapat penulis berikan yaitu:⁸

1. Mampu memanfaatkan kembali limbah yang ada menjadi sesuatu yang berguna, agar tidak terbuang sia-sia.
2. Lebih memperjelas dalam pembagian *job deskripsinya*.
3. Penataan ruang kerja yang lebih baik antar bagian per bagian sehingga dapat menjadi efisien dan efektif.
4. Menjadikan karyawan sebagai teman kerja.

9. Prosedur dan Mekanisme Operasional

Prosedur dan Mekanisme Operasional adalah suatu set instruksi yang memiliki kekuatan sebagai suatu petunjuk atau direktif. Hal ini mencakup hal-hal dari operasi yang memiliki suatu prosedur pasti atau terstandardisasi, tanpa kehilangan keefektifannya.

Dalam proses produksi yang dilakukan bermula dari :

- a. Pembelian bahan baku yang diperoleh dari beberapa kota yaitu Bandung dan Jakarta.
- b. Dari bahan baku yang diperoleh tersebut selanjutnya dilakukan proses pengukuran sesuai dengan pola yang dibutuhkan.
- c. Setelah kain dipotong sesuai pola kemudian dijahit sesuai dengan model yang diinginkan oleh pemesan.
- d. Setelah kain dijahit sesuai dengan pola kemudian kain tersebut di obras .
- e. Kemudian pemasangan pernak pernik (busa, kancing, dan bet) setelah itu di “batili” atau di bersihkan sisa-sisa benang nya agar lebih rapi.
- f. Proses selanjutnya adalah penyetrikaan baju yang telah di jahit dan di obras menggunakan setrika uap.

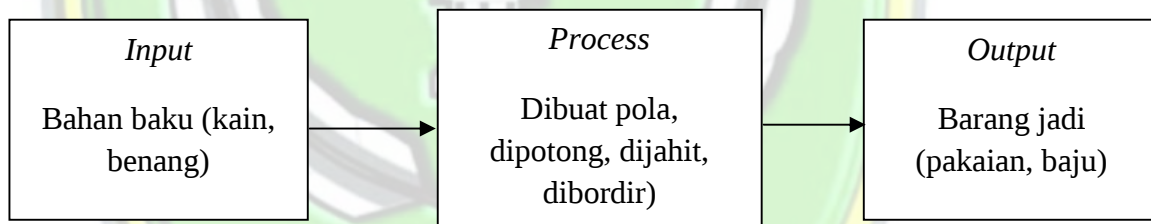
⁸Hasil Wawancara dengan Bapak Sarmanto selaku Pemilik Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 21 November 2015, Pukul 10.05 WIB.

- g. Setelah disetrika pakaian jadi memasuki proses selanjutnya yaitu pembungkusan atau biasa dikenal dengan packing.
- h. Proses terakhir yaitu pengepakan selanjutnya diantar ke konsumen.⁹

Produksi adalah kegiatan mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Adapun proses kegiatan produksi yang berlangsung di Konveksi Zacky's Collection adalah dimulai dengan pengambilan bahan baku yaitu kain dari seorang investor yang menyediakan bahan baku tersebut diperoleh di Kudus sendiri. Setelah bahan baku tersebut diperoleh maka diproses untuk menjadi barang jadi hingga siap untuk dipasarkan.

Kegiatan produksi dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.1
Proses Kegiatan Produksi



Adapun untuk inspirasi dan pembuatan model pakaian antara lain adalah :

- a. Mengambil model yang sudah ada di supermarket, Pasar tradisional.
- b. Mengambil model pakaian dari internet kemudian dikembangkan.
- c. Mengambil model pakaian dari media televisi, misalnya model baju yang dipakai artis-artis.dll.

Produk yang kami buat difokuskan pada kalangan wanita khususnya untuk remaja dan dewasa. Setelah barang jadi maka langkah selanjutnya adalah pemasaran. Tidak semua kebutuhan pasar dapat dilayani, akan tetapi dalam hal memasarkan produk agar target dapat tercapai maka

⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Sarmanto selaku Pemilik Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 25 Oktober 2015, Pukul 10.20 WIB.

lebih difokuskan pada segmen pasar untuk kalangan menengah ke bawah (pasar-pasar tradisional). Adapun untuk pemasarannya ada 2 cara, yaitu:

1. Dipasarkan sendiri, kepasar grosir pakaian di Jawa Tengah.
2. Melalui jasa *marketing* orang lain.

10. Proses Operasiaonal di Konvekksi Zacky's Collection

a. Perencanaan produksi

1. Jenis barang yang di produksi

di Zacky's Collection memproduksi berbagai macam pakaian, seperti: legging, gamis, baju wanita.

2. Kualitas barang

Disini kualitas barang sangat diutamakan karena dapat menunjang perkembangan perusahaan itu sendiri dan menambah kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dengan motto yang telah dimiliki perusahaan yaitu *"Melihat Hal Yang Dilihat Orang Lain, Tetapi Memikirkan Hal Yang Tidak Dipikirkan Orang Lain"*. Dapat dijadikan acuan dalam semua proses yang dilakukan.

3. Bahan baku

Bahan baku diperoleh dari investor yang berani menanamkan modal kepada Zacky's Collection yang berasal dari pedagang kain di pasar Kliwon, sehingga perusahaan mampu melakukan proses produksi tiap hari.

b. Pengendalian produksi

1. Menyusun perencanaan

Penyusunan perencanaan di Zacky's Collection berbeda dengan perusahaan yang lain dimana di Zacky's Collection memproduksi sesuai dengan pesanan, pengendalian disini tentang bagaimana memaksimalkan pengerjaan yang tepat waktu. Semua karyawan di target untuk bisa menyelesaikan pekerjaannya dalam 1 hari

minimal 20 barang, (tergantung kesulitan pengerjaan barang).

2. Membuat jadwal kerja

Dalam hal ini perusahaan telah menetapkan beberapa peraturan yang harus diikuti oleh seluruh karyawan yang bersangkutan. Beberapa peraturan tersebut ialah masuk kerja pada pukul 07.30 WIB dan pulang pada pukul 16.30 WIB. Jam istirahat pada pukul 12.00-13.00 WIB.

3. Menentukan pemasaran

Sasaran konsumen yang dituju oleh Zacky's Collection yaitu pada segmen pasar menengah ke bawah.

c. Pengawasan produksi

1. Menetapkan kualitas

Kualitas disini sangat diunggulkan di Zacky's Collection, karena menggunakan jahitan yang halus dan itu dapat menunjang perkembangan perusahaan itu sendiri dan menambah omset perusahaan. Di dalam penetapan kualitas semua kualitas seperti kualitas jahitan dan pengemasan produk.

2. Menetapkan standart barang

Setiap perusahaan pasti memiliki standart barang yang diproduksi. Standart penetapan barang yang ada di Zacky's Collection meliputi kerapian jahitan, dan kerapian pengemasan.

3. Pelaksanaan produksi yang tepat waktu

Dengan menerapkan target minimal 10 barang per hari pada karyawan borongan/ penjahit, pelaksanaan produksi dapat dilaksanakan secara tepat waktu. Dengan adanya ketepatan waktu dapat menambah kepercayaan serta kepuasan konsumen karena barang yang dipesan/di minta

dapat terpenuhi sebagaimana waktu yang telah ditentukan dalam perjanjian sebelumnya.¹⁰

Data Produksi Konveksi Zacky's Collection 5 Bulan Terakhir

Tabel 4.2

No.	Bulan	Jumlah
1.	Sya'ban 1436 H	29.560
2.	Ramadhan 1436 H	35.320
3.	Syawal	17.625
4.	Dzulqodah	17.220
5.	Dzulhijah	18.358

11. Rekrutmen dan Gaji Karyawan

Dalam proses memperoleh karyawan, perusahaan melakukan beberapa langkah, yaitu dengan pemasangan pengumuman dan dengan cara rekrutmen dari dalam. Maksudnya, karyawan yang telah bekerja merekomendasikan orang lain calon karyawan baru untuk ikut andil dalam proses produksi.

Selanjutnya dilakukan penyeleksian karyawan dengan mematok kriteria yang telah ditetapkan oleh perusahaan, yaitu bisa menjahit dengan baik, mampu bekerja keras (siap kerja lembur), jujur dan bertanggung jawab. Dengan adanya kriteria tersebut maka perusahaan dapat memperoleh karyawan yang benar-benar berkualitas dibidangnya.

Khusus untuk karyawan yang masih baru dan belum mengenal dunia jahit-menjahit dilakukan pelatihan dengan bertahap. Belajar perlahan mengikuti arahan yang diberikan oleh karyawan senior yang lebih berpengalaman.

Dalam hal ini juga tidak terlepas adanya pemberhentian jika terjadi kesalahan yang dilakukan karyawan sendiri, seperti apabila karyawan tidak mentaati peraturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.¹¹

¹⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Sarmanto selaku Pemilik Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 21 November 2015, Pukul 10.10 WIB.

Untuk sistem kerjanya, di Zacky's Collection menggunakan dua sistem yakni, sistem harian dan borongan. Untuk sistem harian, dari perusahaan memberikan gaji berkisar 150 - 250 ribu dalam satu minggu dan untuk borongan 300 - 500 ribu per minggu.

B. Deskripsi Data

1. Data cara Menyusun *Marketing Plan* di Konveksi Zacky's Collection

a. Metode yang digunakan dalam menyusun *Marketing Plan*

1). Penentuan dan pemilihan sektor dan area pasar¹²

Suatu tempat di mana perusahaan itu melakukan kegiatan fisik. Kedudukan perusahaan dapat berbeda dengan lokasi perusahaan, karena kedudukan perusahaan adalah kantor pusat dari kegiatan fisik perusahaan. Contoh bentuk lokasi perusahaan adalah pabrik tempat memproduksi barang.

2). Menentukan kebutuhan (*Need*), keinginan (*Want*), harapan (*Expectation*) pelanggan

Bagian ini menyajikan latar belakang yang relevan tentang pasar, Menentukan kebutuhan (*Need*), keinginan (*Want*), harapan (*Expectation*) pelanggan. Data diperoleh dari buku fakta produk yang dibuat oleh manajer produk.

3). Membuat profil calon konsumen

Untuk membuat profil calon konsumen, diperlukan data mengenai calon konsumen tersebut. Data mengenai konsumen meliputi usia, jenis kelamin, menikah atau belum, lokasi calon konsumen, tingkat pendapatan, jenis pekerjaan, sosial dan budaya.

¹¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Sarmanto selaku Pemilik Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 21 November 2015, Pukul 10.10 WIB.

¹² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 269-271.

4). Memilih pasar sasaran (Segmentasi Pasar)

Memilih Segmentasi Pasar adalah kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk kedalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen. Berdasarkan definisi diatas diketahui bahwa pasar suatu produk tidaklah homogen, akan tetapi pada kenyataannya adalah heterogen. Pada dasarnya segmentasi pasar adalah suatu strategi yang didasarkan pada falsafah manajemen pemasaran yang orientasinya adalah konsumen. Dengan melaksanakan segmentasi pasar, kegiatan pemasaran dapat dilakukan lebih terarah dan sumber daya yang dimiliki perusahaan dapat digunakan secara lebih efektif dan efisien dalam rangka memberikan kepuasan bagi konsumen.

5). Menentukan jenis strategi pemasaran dalam persaingan produk

Manajer produk sekarang merancang strategi pemasaran umum atau “rencana permainan” yang akan digunakan untuk mencapai tujuan rencana.

Strategi pemasaran memadukan kegiatan-kegiatan yang menyangkut penjualan (*sales*), pemasaran (*marketing*), periklanan (*advertising*), humas (*public relation*), dan *networking*. Tiap komponen dari keseluruhan strategi pemasaran ini mengandung suatu maksud tertentu, menawarkan manfaat-manfaat khusus, dan saling mengisi dengan komponen lainnya. Semua komponen harus seiring guna memperluas citra (*image*), memperkuat merek (*brand*), dan meyakinkan keunikan perusahaan.¹³

6). Perencanaan strategi pemasaran

Rencana pemasaran harus menentukan program pemasaran secara luas yang dirancang untuk mencapai tujuan bisnis.

¹³ Linda Pinson, *Anatomy of a Business Plan: Panduan Lengkap Menyusun Proposal dan Rencana Bisnis*, Terj. Emhas, Penerbit Mozaik, Jakarta, 2009, hlm. 64.

Masing-masing unsure strategi pemasaran sekarang harus dikembangkan secara rinci untuk menjawab pertanyaan: Apa yang dikerjakan? Kapan akan dilaksanakan? Siapa yang melaksanakannya? Berapa biayanya?

7). Pengendalian

Bagian terakhir dari rencana pemasaran memuat pengendalian untuk memonitor kemajuan pelaksanaan rencana. Biasanya sasaran dan anggaran dipecah menjadi bulan atau kuartal. Manajer yang lebih tinggi dapat menelaah hasil setiap periode. Beberapa bagian pengendalian mencakup rencana kontingensi. Rencana kontingensi menguraikan langkah-langkah yang akan diambil manajemen dalam menanggapi perkembangan yang tidak menguntungkan, seperti perang harga atau pemogokan.¹⁴

b. Tahapan dalam menyusun *Marketing Plan*

Dalam membuat Marketing Plan, Konveksi Zacky's Collection menakai beberapa proses perencanaan yang terdiri atas 5 tahap, yaitu :

1). Analisis Situasi

Analisis situasi meliputi penganalisaan jalannya program pemasaran perusahaan, cara penerapannya, dan segala sesuatu yang mungkin dihadapi pada masa yang akan datang. Pada umumnya hal ini meliputi analisis pengaruh luar dan sumber daya selain pemasaran.

2). Penetapan Tujuan Pemasaran

Tujuan pemasaran ditetapkan karena nantinya tujuan ini akan dihubungkan dengan luas tujuan dan strategi pemasaran.

¹⁴ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran Jilid I, Terj. Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benyamin Molan, *Indeks*, Jakarta, 2004 hal 103.

3). Penetapan Posisi dan Perbedaan Keunggulan

Langkah ketiga ini meliputi dua keputusan yang komplementer yaitu, cara menetapkan posisi produk di pasar dan cara membedakannya dari pesaing.

4). Pemilihan Pasar Sasaran dan Permintaan Pasar

Pasar sasaran harus diseleksi berdasarkan kesempatan. Untuk menganalisa kesempatannya, suatu perusahaan harus memperkirakan permintaan yang ada dalam jumlah pasar. Hasil ini akan menunjukkan apakah target perusahaan akan terpengaruhi atau tidak.

5). Desain Bauran Pemasaran Yang Strategis

Perusahaan harus mendesaian bauran pemasaran yang meliputi empat “P”. yaitu :

a. *Produck* (produk)

Meliputi : Barang berwujud, jasa, fitur, manfaat, level, aksesoris, pemasangan, instruksi, garansi, lini produk kemasan, dan merek.

b. *Place* (tempat)

Meliputi : Tujuan, jenis aluran , paparan pasar, jenis perantara, jenis dan lokasi toko, cara pengantaran dan penyimpanan, tingkat pelayanan, perekrutan perantara, pengolahan saluran.

c. *Promotion* (promosi)

Meliputi : Tujuan, campuran promosi jenis jumlah pemilihan pelatihan motivasi, iklan target, jenis iklan, jenis media, penulisan teks dan isiapkan oleh siapa ?, penjualan promosi publisitas.

d. *Price* (harga)

Meliputi : Tujuan, *fleksibilitas*, tingkatan pada keseluruhan siklus hidup produk, masalah geografis, diskon, dan penambahan serta pebgurangan harga.

c. Siapa saja yang dilibatkan dalam menyusun *Marketing Plan*

Konveksi Zacky's Collection dalam menyusun *Marketing Plan* melibatkan beberapa orang, yaitu Bapak Sarmanto (selaku pemilik Konveksi), Ibu Susanti dan Mbak kun, seperti yang dikatakan bapak sarmanto sebagai berikut :¹⁵

“Dalam menyusun rencana pemasaran kita hanya melibatkan ibu susanti selaku manajer produksi dan keuangan dan juga mbak kun selaku mandor di konveksi Zacky's Collection.”

Setelah *Marketing Plan* jadi selanjutnya dilakukan adalah mengarahkan kepada karyawan dan pemasar dalam menjalankan rencana pemasaran dan target yang sudah dibuat dalam jangka pendek dan jangka panjang.

2. Data tentang Strategi Pemasaran yang Dilakukan di Konveksi Zacky's Collection untuk Meningkatkan Penjualan.

Banyak perusahaan yang menfokuskan pada kepuasan yang tinggi karena para pelanggan yang kepuasannya pas mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik. Mereka amat puas dan lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi atau kesenangan yang tinggi menciptakan kekekalan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan/preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Hal ini juga diterapkan pada Zacky's Collection. Dapat dilihat dengan adanya kesetiaan pelanggan yang tinggi, dan berdampak pada semakin meluasnya jangkauan pemasaran. Karena strategi yang digunakan adalah mempertahankan pelanggan, perusahaan dituntut untuk

¹⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Sarmanto selaku Pemilik Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 15 Januari 2016, Pukul 10.00 WIB.

memiliki keterampilan yang cukup dalam mengumpulkan petunjuk, mengkualifikasikan petunjuk dan pengkonversian pelanggan.

Melihat strategi yang dilakukan oleh Zacky's Collection. ini dalam pengamatan sebelumnya dapat dianalisis bahwa konsep yang diterapkan oleh perusahaan bisa dimasukkan dalam *marketing*. Hal ini dapat dari konsep 4P, yaitu :

a. *Product* (produk)

Zacky's Collection ini memproduksi beberapa macam pakaian, seperti:

- 1) Gamis
- 2) *Legging*
- 3) Baju wanita

b. *Price* (harga)

Harga yang diberikan kepada konsumen dalam penjualan produk oleh Zacky's Collection ini dapat dikatakan terjangkau dengan melihat pertimbangan kualitas yang ada. Harga untuk *legging* dipatok harga Rp 17.000,00, untuk yang lain menyesuaikan kain yang digunakan serta kerumitan dalam pembuatan.

c. *Place* (lokasi)

Strategi lokasi yang dilakukan oleh Zacky's Collection yaitu dengan membuat tempat persediaan barang yang cukup luas dan dekat dengan pasar kliwon yang merupakan pasar grosir yang besar sehingga mempermudah perusahaan melakukan proses produksi.

d. *Promotion* (promosi)

Media promosi atau pemasaran yang digunakan oleh Zacky's Collection adalah kepada pedagang dipasar tradisional

karena pangsa pasar yang di bidik Zacky's Collection adalah menengah ke bawah.¹⁶

3. Data tentang Implementasi Perencanaan Pemasaran pada Konveksi Zacky's Collection

Pendapat Bapak Sarmanto selaku pemilik perusahaan sekaligus general manajer yang mengatur semua aktifitas perusahaan, perencanaan pemasaran dalam proses pemasaran sangat di perlukan. Karena sebagai acuan dalam proses pemasaran produk. Dan mulai produk diproduksi sampai kepada konsumen. Sehingga pemasaran menjadi terkendali dengan baik.

Perencanaan pemasaran pada dasarnya sangat dibutuhkan oleh perusahaan, agar supaya perusahaan dapat menentukan kemana produk akan di pasarkan dengan cara melihat peluang yang ada dalam pasar yang akan dimasuki, mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen dengan cara melihat apa yang sedang menjadi trending produk dan digemari oleh konsumen, bagaimana segmentasi pasarnya dengan berfokus pada konsumen yang akan dibidik, dan apa strategi yang harus dilakukan dalam memasarkan produk yang dimiliki untuk lebih mengenalkan produk kepada konsumen dan mengembangkannya menjadi produk yang lebih diminati.

a. Penentuan dan pemilihan sektor dan area pasar

Di Zacky's Collection ini merupakan usaha yang bergerak disektor produksi dan pembuatan baju–baju wanita dan juga sektor distribusi atau penjualan suatu produk. Sedangkan area pasar yang dibidik atau menjadi sasarannya yakni masyarakat menengah ke bawah, dilihat dari harga produk yang berikan yang relatif murah dari produk para pesaingnya.

¹⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Sarmanto selaku Pemilik Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 25 Oktober 2015, Pukul 10.20 WIB.

- b. Menentukan kebutuhan (*Need*), keinginan (*Want*), harapan (*Expectation*) pelanggan

Untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen, Konveksi Zacky's Collection melakukan observasi di masyarakat umum mengenai baju wanita apa yang sedang trend dan sangat di gemari oleh para konsumen dengan mengendalikan para pemasar melihat situasi pasar dalam memperlihatkan apa yang diinginkan pelanggan dan berusaha menciptakan produk baru yang tidak meninggalkan kualitas yang dimiliki oleh Konveksi Zacky's Collection itu sendiri.

- c. Membuat profil calon konsumen

Untuk membuat profil calon konsumen, diperlukan data mengenai calon konsumen tersebut. Data mengenai konsumen meliputi usia, jenis kelamin, menikah atau belum, lokasi calon konsumen, tingkat pendapatan, jenis pekerjaan, sosial dan budaya.

- d. Memilih pasar sasaran (*Segmentasi Pasar*)

Karena Baju merupakan pasar Pakaian jadi untuk pelanggannya sangat tidak dibatasi dan pasarnya sangat luas dan sasaran konsumen dari Konveksi Zacky's Collection yakni masyarakat menengah kebawah, jadi untuk produk Konveksi Zacky's Collection di salurkan ke pasar-pasar atau bisa disebut jasa pengecer, yang kemudian produknya dijual kembali ke para konsumen.

- e. Menentukan jenis strategi pemasaran dalam persaingan produk

Terdapat 8 fokus strategi dalam pemasaran yang perlu diketahui meliputi : berorientasi pada kebutuhan dan keinginan pelanggan, orientasi kualitas, kenyamanan, inovasi, kecepatan, status dan gengsi, teknologi, dan pelayanan. Strategi Konveksi Zacky's Collection untuk menghadapi persaingan ini tidak meninggalkan fokus – fokus diatas. Tetapi untuk fokus status dan gengsi tidak menjadi fokus utama dikarenakan produk Konveksi Zacky's

Collection lebih condong kepada konsumen masyarakat menengah kebawah, sedangkan untuk fokus teknologi juga menggunakan teknologi yang sama dengan yang lainnya, seperti mesin yang digunakan tidak jauh beda dengan yang dimiliki dengan produsen-produsen yang lebih ternama.

f. Perencanaan strategi pemasaran

Setelah mengetahui apa yang menjadi strateginya selanjutnya Konveksi Zacky's Collection merencanakan bagaimana mengaplikasikan fokus strateginya dengan baik, seperti memperhatikan apa yang menjadi keinginan konsumen tetapliah yang utama, menjaga kualitas dari produknya sendiri seperti slogan yang dimiliki, memberikan kenyamanan kepada konsumen ketika berinteraksi, menciptakan inovasi baru untuk menambah variasi produk, mengatur jadwal produksi secara tepat agar dapat memenuhi setiap permintaan yang ada, mengedepankan pelayanan yang baik, dan yang pasti mampu bersosialisasi dengan masyarakat umumnya.

g. Pengendalian

Dalam melakukan pemasarannya, tak jarang Konveksi Zacky's Collection mengalami beberapa maalah, seperti kembalnya produk yang telah dikirim oleh sales kepada pasar-pasar atau toko-toko yang menjadi tujuannya dikarenakan produk tidak terjual habis. Ini mengakibatkan meruginya pihak perusahaan dan harus menukar kembali dengan produk yang baru. Untuk mengantisipasi hal tersebut, maka Konveksi Zacky's Collection harus melakukan pengendalian terhadap pengiriman produk, dan memberikan intruksi kepada salesnya untuk memberikan atau menyetorkan barangnya sesuai dengan kemampuan daya jual dari toko-toko atau pasar-pasar yang menajdi tujuan.

Jika perusahaan sudah memiliki perencanaan yang sedemikian rupa, maka perusahaan tinggal menerapkannya dengan berabagai

strategi yang telah disiapkan untuk memasuki pasar yang ingin dicapai. Selaku general manajer Konveksi Zacky's Collection, Bapak Sarmanto mengungkapkan bahwa penerapan perencanaan pemasaran produk Konveksi Zacky's Collection telah berjalan cukup baik, apalagi didukung dengan berbagai aktivitas sosial untuk lebih menarik simpati masyarakat, seperti mengikuti event-event tertentu menjadi sponsorship ataupun donatur contohnya perlombaan tujuh belas agustus, dan acara-acara islami seperti acara rajabiyah, acara maulid Nabi Muhammad SAW, perayaan malam takbir, kegiatan organisasi kepemudaan GP ANSOR, IPNU-IPPNU dan lain sebagainya. Kegiatan semacam ini akan mendapat nilai lebih dimata masyarakat tentang produk Konveksi Zacky's Collection. Di karenakan Konveksi Zacky's Collection berdiri ditengah-tengah masyarakat pedesaan yang mayoritas beragama muslim maka kebanyakan aktivitas sosial yang dilakukan oleh Konveksi Zacky's Collection erat kaitannya dengan kegiatan peringatan hari besar islam.

Dalam pemasarannya, Konveksi Zacky's Collection paling banyak menggunakan sistem perantara dalam penyalurannya, adapun saluran distribusi yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Distribusi langsung

Yaitu dengan menjual barang atau jasanya kepada konsumen. Contohnya konsumen bisa membeli produk Zacky's Collection secara langsung di Toko Zacky's Collection.

b. Distribusi tidak langsung

Yaitu dengan menggunakan jasa pengecer, dimana pengecer membeli produk dengan harga khusus, kemudian produk tersebut dijual kembali ke konsumen.¹⁷

¹⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Sarmanto selaku Pemilik Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 25 Oktober 2015, Pukul 10.13 WIB.

C. Analisis dan Pembahasan

1. Analisis Strategi Pemasaran yang dilakukan di Konveksi Zacky's Collection untuk meningkatkan penjualan.

Strategi Pemasaran merupakan serangkaian tujuan, sasaran, kebijakan yang memberi arah usaha-usaha marketing dari waktu ke waktu dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan prinsip-prinsip. Strategi strategi yang digunakan Marketing nantinya dapat menarik simpati para Konsumen. Menurut Bapak Sarmanto selaku Pemilik konveksi Zacky's Collection Strategi merupakan suatu hal yang sangat penting untuk menggait para mitra, untuk promosi produk-produk kita ini, setelah dilakukan strategi-strategi Marketing Omzet Penjualan kita semakin bertambah pada tiap bulannya.

Hal ini juga di terapkan pada Zacky's Collection. Dapat dilihat dengan adanya kesetiaan pelanggan yang tinggi, dan berdampak pada semakin meluasnya jangkauan pemasaran. Karena strategi yang digunakan adalah mempertahankan pelanggan, perusahaan dituntut untuk memiliki keterampilan yang cukup dalam mengumpulkan petunjuk, mengkualifikasikan petunjuk dan pengkonversian pelanggan

Peningkatan jumlah Omzet Penjualan produk bukanlah tujuan utama dari Konveksi Zacky's Collection, tetapi Konveksi Zacky's Collection sangat mengedepankan Kualitas produk yang ada pada produknya, sebagaimana yang diungkapkan oleh bapak sarmanto, Konveksi Zacky's Collection ini dalam meningkatkan jumlah Omzet Penjualan tidak dengan cara-cara seenaknya saja, tapi kami ini sangat mengedepankan Kualitas Produk, seperti produk Gamis yang ada pada produk kita ini, kita sangat menjaga Kualitas Produk, kemudian kita juga melakukan pendekatan secara personal.

Konveksi Zacky's Collection mempunyai beberapa produk. Setelah dilakukannya strategi-strategi Marketing pada produk Gamis belum tentu juga dapat menaikkan Omzet Penjualan, karena akhir-akhir ini jumlah Konsumen Kami mengalami penurunan Omzet Penjualan, walaupun dari

awal saya sudah melakukan strategi untuk para konsumen hasilnya juga masih terjadi penurunan Omzet Penjualan.

Konveksi Zacky's Collection Masih mengalami banyak hambatan dalam memasarkan produk-produknya kepada konsumen, diantaranya hambatan-hambatan tersebut adalah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang produk Konveksi Zacky's Collection. Adapun hambatan-hambatan dalam memasarkan produk-produknya kepada konsumen, diantaranya hambatan yang berasal dari Konveksi Zacky's Collection sendiri yaitu kurangnya kinerja karyawan untuk memasarkan produk-produknya, kurangnya promosi kepada masyarakat sekitar.

Data Omzet Penjualan Konveksi Zacky's Collection 5 Bulan Terakhir.

Tabel 4.3

Data Omzet Penjualan Konveksi Zacky's Collection

.No.	Bulan	Omzet Penjualan
1.	Sya'ban 1436 H	Rp. 1.950.000.000,-
2.	Ramadhan 1436 H	Rp. 2.500.000.000,-
3.	Syawal	Rp. 900.000.000
4.	Dzulqodah	Rp. 890.000.000,-
5.	Dzulhijah	Rp. 920.000.000,-

Dari hasil penelitian diatas maka analisis mengenai Marketing Plan Sebagai Upaya Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan di Konveksi Zacky's Collection masing mengalami penurunan Omzet Penjualan.

Setelah strategi-strategi *Marketing* dilaksanakan, maka *Marketing* harus mengukur hasil kegiatan promosi yang dilakukannya agar *Marketing* mengetahui seberapa banyak konsumen yang tertarik dengan produk-produk kita.

Pengukuran hasil kegiatan promosi, *Marketing* dapat menanyakan hal-hal sebagai berikut :

- Apakah mereka mengenali / ingat akan pesan?

- b. Berapa kali mereka melihatnya?
- c. Point apa yang mereka ingat?
- d. Bagaimana perasaan mereka tentang pesan?

Dari hasil analisis marketing plan sebagai upaya strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah penjualan di atas dapat disimpulkan bahwa *Marketing* belum mencapai tujuan yang diinginkan, karena masih mengalami penurunan Omzet Penjualan, seharusnya setelah melakukan strategi pemasaran, *Marketing* harus melakukan pengukuran hasil promosi, agar *Marketing* mengetahui nasabah tertarik dan tidaknya pada produk yang dipromosikan.

2. Analisis Implementasi Perencanaan Pemasaran Pada Konveksi Zacky's Collection

Kegiatan pemasaran yang dilakukan setiap perusahaan dengan berkoordinasi dan diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan umumnya dan tujuan bidang pemasaran khususnya. Alat koordinator dan pengarahan kegiatan pemasaran tersebut adalah rencana pemasaran yang dimaksudkan dengan pemasaran dalam hal ini adalah kegiatan yang langsung berkaitan dengan mengalihkan barang atau pasar dari produsen ke konsumen dalam rangka memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat konsumen melalui pertukaran, sedangkan rencana pemasaran merupakan perumusan usaha yang akan dilakukan dalam bidang pemasaran, dengan menggunakan sumber daya yang ada dalam suatu perusahaan, guna mencapai tujuan dan sasaran tertentu dibidang pemasaran pada suatu waktu tertentu di masa yang akan datang. Kegiatan penyusunan rencana pemasaran inilah yang disebut dengan perencanaan pemasaran, jadi perencanaan pemasaran merupakan kegiatan merumuskan usaha-usaha yang akan dilakukan dalam bidang pemasaran pada masa yang akan datang, dalam rangka pencapaian tujuan dan sasaran yang diharapkan di bidang pemasaran.

Dengan demikian dapatlah dikatakan, perencanaan pemasaran bertujuan untuk memberikan pendekatan yang sistematis dan teratur bagi usaha :

- a. Menyeimbangkan dan menyelaraskan kegiatan pemasaran yang dapat menjamin tercapainya tujuan dan sasaran.

Pemasaran yang dilakukan oleh Konveksi Zacky's Collection menggunakan dua sistem yaitu distribusi langsung melalui pemasaran atau dibeli langsung di toko, dan dengan distribusi tidak langsung melalui jasa perantara atau sales. Kedua kegiatan pemasaran ini diharapkan mampu mencapai apa yang menjadi tujuan perusahaan yakni mampu menyalurkan produk yang dihasilkan kepada konsumen.

- b. Menggunakan cara-cara berusaha di bidang pemasaran secara intensif dan optimal.

Dalam pemasaran, cara-cara yang dilakukan oleh Konveksi Zacky's Collection paling banyak menggunakan jasa perantara yang biasanya disebut sales. Barang yang diambil oleh sales kemudian dipasarkan ke pasar-pasar yang telah menjadi tujuannya kemudian baru bisa dibeli atau nikmati oleh konsumen. Namun tidak jarang juga menjual produknya secara langsung di toko yang dimiliki oleh Konveksi Zacky's Collection.

- c. Menjamin keselarasan dan keserasian antara bagian yang terdapat dalam perusahaan dalam usaha pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan.

Ini dilakukan Konveksi Zacky's Collection dengan menempatkan posisi per posisi kepada karyawan sesuai dengan bagian-bagian yang telah diberikan agar dapat bekerja dengan baik dan saling berkesinambungan dan tidak terjadi keruwetan karena tidak tertera dengan rapi bagian-bagiannya

- d. Pengendalian yang cepat, tepat dan teratur atas catatan, gagasan atau pemikiran dan usaha-usaha atau kegiatan pemasaran dalam perusahaan.

Pengendalian ini dilakukan oleh Konveksi Zacky's Collection ketika terjadi pengembalian barang dari pemasar kepada perusahaan karena barang yang dititipkan kepada pemasar belum terjual habis kepada konsumen. Ini diganti dengan memberikan barang baru untuk siap dipasarkan kembali.

Perencanaan pemasaran yang ada pada umumnya meliputi:

- a. Penentuan dan pemilihan sektor dan area pasar
Area pasar mana yang akan dipilih. Di Konveksi Zacky's Collection telah menentukan bahwa sektornya ialah sektor produksi dan penjualan produk serta area pasar bidikan atau sasarannya adalah konsumen menengah kebawah. Dalam penelitian ini menemukan mengenai perencanaan yang pertama sudah tepat ketika perusahaan sudah mengetahui kemana sektor bisnisnya serta siapa yang menjadi pasar sasarannya.
- b. Menentukan kebutuhan (*Need*), keinginan (*Want*), harapan (*Expectation*) pelanggan

Untuk mengetahui kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dengan melakukan penelitian pasar atau riset konsumen. Cara melakukan riset bisa dengan melakukan observasi ke pasar atau ke lapangan agar bisa lebih mengetahui yang telah menjadi tren produk busana muslim itu sendiri pada khususnya, dengan menggunakan pendekatan langsung kepada konsumen. Dalam penelitian ini menemukan untuk menunjang keberhasilan suatu perusahaan adalah ketika perusahaan sudah mampu menciptakan produk sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan serta keinginan konsumen, agar konsumen merasa puas dengan apa yang sudah didapatkan, ini menguntungkan pihak perusahaan karena tidak

langsung dapat menciptakan loyalitas dari pihak konsumen kepada perusahaan.

c. Membuat profil calon konsumen

Untuk mengetahui profil calon konsumen, diperlukan data mengenai calon konsumen tersebut. Data mengenai konsumen meliputi usia, jenis kelamin, menikah atau belum, lokasi calon konsumen, tingkat pendapatan, jenis pekerjaan, sosial dan budaya. Konveksi Zacky's Collection tidak melakukannya khusus karena untuk sebuah busana muslim, banyak yang sudah mengetahuinya. Dalam penelitian ini menemukan pembuatan data calon konsumen itu perlu, tapi menilai bahwa Konveksi Zacky's Collection merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang sandang, banyak konsumen atau masyarakat luas mengetahuinya, data untuk calon konsumennya ini hampir sama dengan data konsumen produk busana muslim pada umumnya.

d. Memilih pasar sasaran (*Segmentasi Pasar*)

Karena busana muslim merupakan pasar busana muslim jadi untuk pelanggannya sangat tidak dibatasi dan pasarnya sangat luas dan sasaran konsumen dari Konveksi Zacky's Collection yakni masyarakat menengah kebawah, jadi untuk produk Konveksi Zacky's Collection di salurkan ke pasar-pasar atau bisa disebut jasa pengecer, yang kemudia produknya dijual kembali ke para konsumen. Karena Dalam penelitian ini menemukan untuk menjaga agar pelaksanaan pemasaran menjadi efektif, efisien tepat sasaran dan menguntungkan maka perusahaan harus melakukan segmentasi pasar karena dalam praktiknya tidak dapat melayani seluruh pelanggan dipasar yang sangat luas.¹⁸

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Sarmanto selaku Pemilik Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 25 Oktober 2015, Pukul 10.13 WIB.

e. Menentukan jenis strategi pemasaran dalam persaingan produk

Terdapat 8 faktor strategi dalam pemasaran yang perlu diketahui meliputi : berorientasi pada kebutuhan dan keinginan pelanggan, orientasi kualitas, kenyamanan, inovasi, kecepatan, status dan gengsi, teknologi, dan pelayanan.

Strategi Konveksi Zacky's Collection untuk menghadapi persaingan ini tidak meninggalkan fokus-fokus diatas, tetapi untuk fokus status dan gengsi tidak menjadi fokus utama dikarenakan produk dari Konveksi Zacky's Collection lebih condong kepada konsumen masyarakat menengah kebawah, sedangkan untuk fokus teknologi juga menggunakan teknologi yang sama dengan lainnya, seperti mesin yang digunakan tidak jauh beda dengan yang dimiliki dengan produsen-produsen yang lebih ternama.

Dalam penelitian ini menemukan strategi juga perlu dilakukan untuk menghadapi persaingan yang ada. Tanpa adanya suatu persaingan, perusahaan tidak akan dapat menilai sudah sejauh mana keunggulan yang dimiliki perusahaan karena tidak ada yang menjadi perbandingan, khususnya pesaing yang bergerak disektor yang sama. Strategi itulah yang perlu dilakukan untuk mencapai apa yang telah menjadi tujuan perusahaan.¹⁹

f. Perencanaan strategi pemasaran

Setelah mengetahui apa yang menjadi strateginya selanjutnya Konveksi Zacky's Collection merancang bagaimana mengaplikasikan fokus strateginya dengan baik, seperti memperhatikan apa yang menjadi keinginan konsumen tetaplh yang utama, menjaga kualitas dari produknya sendiri, memberikan kenyamanan kepada konsumen ketika berinteraksi dengan mencantumkan nomor telepon atau HP di kemasan untuk mempermudah pemesanan, menciptakan inovasi baru untuk

¹⁹ Hasil Wawancara dengan Mb Dewi selaku Pemasar Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 25 Oktober 2015, Pukul 15.13 WIB.

menambah variasi produk, mengatur jadwal produksi secara tepat agar dapat memenuhi setiap permintaan yang ada, mengedepankan pelayanan yang baik, dan yang pasti mampu bersosialisasi dengan masyarakat umumnya.

Dalam penelitian ini menemukan perencanaan yang telah direncanakan sedemikian rupa demi mensukseskan kegiatan pemasaran dari perusahaan dapatlah diaplikasikan dengan baik, agar konsumen juga merasa puas dengan produk yang dibelinya dari perusahaan.

g. Pengendalian

Dalam melakukan pemasarannya, tak jarang dari Konveksi Zacky's Collection mengalami beberapa masalah, seperti kembalinya produk yang telah dikirim oleh sales kepada pasar-pasar atau toko-toko yang mengakibatkan meruginya pihak perusahaan dan harus menukar kembali dengan produk yang baru. Untuk mengantisipasi hal tersebut, maka Konveksi Zacky's Collection harus melakukan pengendalian terhadap pengiriman produk, dan memberikan intruksi kepada para salesnya untuk memberikan atau menyetorkan barangnya sesuai dengan kemampuan daya jual dari toko-toko atau pasar-pasar yang menjadi tujuannya.

Dalam penelitian ini menemukan pengendalian juga sangat diperlukan untuk mengantisipasi hal-hal yang akan menjadi persoalan bagi perusahaan dan sebagai tindakan perbaikan untuk tetap mempertahankan kelancaran aktivitas dari perusahaan.²⁰

Tidak peduli betapa besarnya sebuah bisnis, kecilnya omset penjualan, gedung yang megah, dan konsep bisnis yang bagus, sudah pasti mutlak membutuhkan rencana pemasaran. Strategi perusahaan mencakup strategi pemasaran yang tidak lepas dari aspek pemasaran, sasaran pemasaran, arah, dan gerak efektivitas pemasaran yang sesuai

²⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Sarmanto selaku Pemilik Zacky's Collection Kudus, pada tanggal 25 Oktober 2015, Pukul 10.13 WIB.

dengan perkembangan peranan pemasaran yang bertitik pusat pada kebutuhan, keinginan dan kepuasan pelanggan.²¹

Menurut penulis, perencanaan pemasaran sangat diperlukan dalam proses pemasaran, karena dapat di jadikan landasan sebelum melakukan aktivitas pemasaran, agar lebih terkendali dan tau apa yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan yang ingin diraih untuk mengembangkan usaha yang tengah dijalani.

Pada Konveksi Zacky's Collection perencanaan pemasaran yang dilakukan telah berjalan dengan baik. Ini dibuktikan dengan perusahaan mengetahui kemana produk mereka akan dipasarkan, siapa konsumen apa yang menjadi keinginan dan yang dibutuhkan oleh konsumen seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

Disamping itu, penulis menambahkan bahwa ketika perencanaan pemasaran telah dilakukan dan dirancang dengan baik, selanjutnya untuk penerapannya juga harus sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya, dan didukung dengan sikap-sikap yang tidak melenceng dengan aturan yang bersifat umum maupun agama, agar hasil dan tujuan yang ingin dicapai dapat diperoleh secara maksimal sesuai kinerja yang telah dilakukan.

3. Kelebihan dan Kekurangan perusahaan

Dalam sebuah perusahaan pasti mempunyai Kelebihan dan kekurangan, di konveksi Zacky's Collecton sendiri ada beberapa kelebihan dan kelemahan, yaitu:

a. Kelebihan

1. Harga Produk Murah dan Berkualitas

Harga adalah suatu proses untuk menentukan seberapa besar pendapatan yang akan diperoleh atau diterima oleh perusahaan dari produk atau jasa yang di hasilkan. Salah satu

²¹ Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan*, Gelora Aksara Pratama, Jakarta, 2011, hlm. 377-378.

penting keputusan konsumen dalam memilih produk adalah Harga, Dalam menentukan penetapan harga, perusahaan tidak hanya memperhatikan harga namun perlunya perhatian khusus mengenai faktor-faktor diluar harga yang mempengaruhi jumlah permintaan, situasi pasar secara global, perilaku konsumen, siklus kehidupan produk, sehingga strategi penetapan harga ini dapat terarah, efektif dan sesuai dengan tujuan perusahaan atas produk atau jasa yang di hasilkannyadi Konveksi Zacky's Collection sendiri relatif murah dibandingkan harga produk sejenis dan kualitasnya juga gak kalah jauh, karena di Konveksi Zacky's sendiri tidak hanya mencari keuntungan semata, tapi juga melihat kepuasan konsumen dalam penetapan harga murah. Karena target pasarnya adalah Konsumen menengah kebawah.

2. Lokasi Yang Startegis

Lokasi yang strategis adalah wilayah penempatan operasi produksi sebuah perusahaan yang dapat memberikan keuntungan maksimal terhadap perusahaan tersebut, karena tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan manfaat lokasi bagi perusahaan.

Strategi lokasi yang dilakukan oleh Konveksi Zacky's Collection yaitu dengan membuat tempat persediaan barang yang cukup luas dan dekat dengan pasar kliwon yang merupakan pasar grosir yang besar sehingga mempermudah perusahaan melakukan proses produksi.

b. Kelemahan

1. Mampu memanfaatkan kembali limbah yang ada menjadi sesuatu yang berguna, agar tidak terbuang sia-sia.

Kain limbah atau kain yang di buang oleh perusahaan mampu menghasilkan Nilai lebih dari yang kita bayangkan. memanfaatkan limbah menjadi produk bisa di bilang salah satu alternatif agar perusahaan dapat menambah Omzet.

Kain limbah yang biasanya berbentuk potongan-potongan kecil tak beraturan dan miliki warna yang beragam, jika konveksi Zacky's Collection bisa memanfaatkan limbah kain menjadi produk yang memiliki nilai jual yang tinggi akan menjadi nilai lebih dari pada dibuang begitu saja.

2. Lebih memperjelas dalam pembagian job deskripsinya.

Job description (uraian pekerjaan) merupakan dokumen formal organisasi yang berisi ringkasan informasi penting mengenai suatu jabatan untuk memudahkan dalam membedakan pekerjaan yang satu dengan yang lain dalam suatu organisasi. Uraian pekerjaan tersebut disusun dalam suatu format yang terstruktur sehingga informasi mudah dipahami oleh setiap pihak yang berkaitan di dalam organisasi. Pembagian kerja harus disesuaikan dengan kemampuan dan keahlian sehingga pelaksanaan kerja berjalan efektif. Oleh karena itu, dalam penempatan karyawan harus menggunakan prinsip *the right man in the right place*. Pembagian kerja harus rasional/objektif, bukan emosional subyektif yang didasarkan atas dasar *like and dislike*.

Dengan adanya prinsip orang yang tepat ditempat yang tepat (*the right man in the right place*) akan memberikan jaminan terhadap kestabilan, kelancaran dan efesiensi kerja. Pembagian kerja yang baik merupakan kunci bagi penyelenggaraan kerja. kecerobohan dalam pembagian kerja akan berpengaruh kurang baik dan mungkin menimbulkan kegagalan dalam penyelenggaraan pekerjaan, oleh karena itu, seorang manajer yang berpengalaman akan menempatkan pembagian kerja sebagai prinsip utama yang akan menjadi titik tolak bagi prinsip-prinsip lainnya.

di Konveksi Zacky's Collection sendiri dalam pembagian Job Description tidak berjalan maksimal, karena banyak karyawan yang masih belajar atau diajari dalam menjalankan pekerjaannya.

3. Penataan ruang kerja yang lebih baik antar bagian per bagian sehingga dapat menjadi efisien dan efektif.

