

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Profil Singkat Tentang Berdirinya Isty Hijab Jepara

###### a. Profil Singkat

- 1) Nama Usaha : Isty Hijab Jepara
- 2) Nama Pemilik : Hj. Istianah
- 3) Alamat : Jl.Pendosawalan-RajekwesiRt16/Rw6  
Kalinyamatan Jepara
- 4) Hp/Telp : 082338939765
- 5) Tahun Berdiri : 2005

###### b. Sejarah Berdirinya

Isty Hijab Jepara merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Konveksi Jilbab. Bisnis Hijab ini berawal dari dorongan teman yang dimana pemilik usaha konveksi Isty Hijab Jepara ini yaitu ibu Istianah dulunya adalah seorang penjahit pakaian yang membuka usaha jasa terima jahitan dengan hasil yang tak seberapa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Sedangkan suaminya bekerja sebagai supir truk yang dengan gaji tak seberapa juga yang digunakan untuk menafkahi keluarganya, seiring berjalannya waktu dengan tekak, usaha, kerja keras dan doa serta dorongan teman pasangan suami istri ini memulai usaha dengan membuat jilbab. Dimulai dengan memproduksi sendiri dengan jumlah yang bisa dibbilang lumayan banyak pada masa itu sekitar 10 kodi yaitu 200 pcs yang di angkut dengan menggunakan mobil suami dari kakaknya ibu Istianah yang bernama “Darso”. Berangkat mulai habis shalat subuh bahkan kadang sekitar jam 2 malam dari rumah untuk menuju ke pasar Klewer-Solo.

Pada awal juni 2005, beliau mulai menggeluti bisnis ini. Hanya dengan berbekal kejujuran, dorongan teman serta bekal pengalaman

menjadi penjahit beliau memulai usahanya dengan sangat susah payah dan kekhawatiran tentang tidak lakunya jilbab yang akan dijual pun selalu ada di pikirannya. Setelah melewati fase-fase tersulit ibu Istianah berpikir keras untuk memajukan usahanya. Maka sejak dari situlah nama Isty Hijab Jepara mulai berani dikenalkan pada masyarakat. Nama Isty Hijab di ambil dari nama pemiliknya sendiri yaitu “Istianah” agar terlihat menjual dari nama *brand* tersebut salah satu hurufnya yaitu huruf “I” diganti dengan huruf “y” dan menjadi terkenal dengan nama *brand* “Isty”.

Dengan berkembangnya bisnis, juni 2009, perkembangan usaha ini semakin meningkat dengan pesat, sejak itu perusahaan terus melakukan produksi dengan menyediakan produk yang berkualitas. Hal ini seiring dengan perkembangan teknologi modern pada peralatan dan mesin produksi. dengan kebijakan kualitas produk yang diterapkan oleh Isty Hijab Jepara yang memberikan kepuasan tertinggi kepada pelanggan dan terus menjaga ke eksistensinya. Isty Hijab tidak hanya menjunjung tinggi mengenai manajemen kualitas saja karena Isty Hijab selalu mengutamakan apa yang dibutuhkan oleh para konsumen maupun pelanggan setia Isty Hijab Jepara.<sup>56</sup>

## 2. Struktur Organisasi Isty Hijab Jepara

Salah satu alat untuk mencapai tujuan organisasi adalah adanya struktur organisasi untuk menjaga kelancaran aktivitas perusahaan dan dengan adanya struktur organisasi dimaksudkan agar tidak terjadinya tumpang tindih, akan terdapat keputusan yang jelas mengenai pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian.

Struktur organisasi merupakan suatu sistem menurut pola tertentu yang terdiri dari berbagai macam fungsi dan serta terdapat urutan pengaturan wewenang dan tanggung jawab dari bagian-bagian atau fungsi-

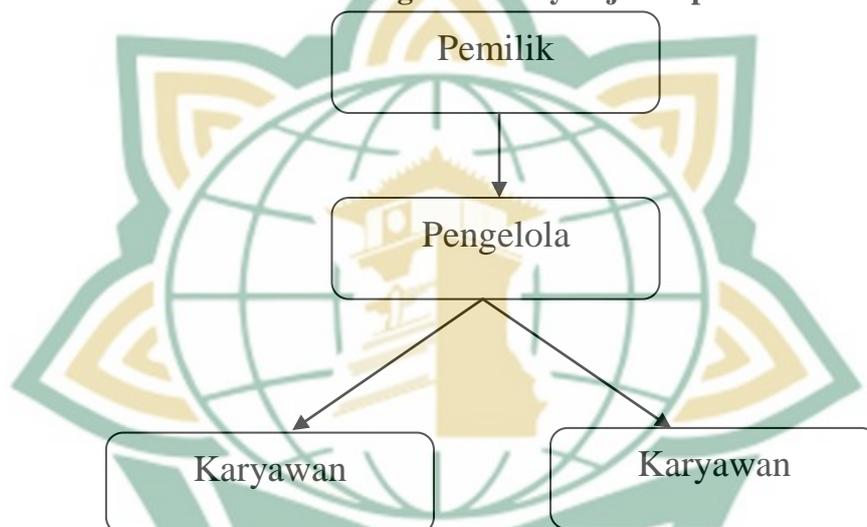
---

<sup>56</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Ibu Istianah, Pada Hari Rabu 18 April 2018, pukul 13. 35 WIB.

fungsi dalam organisasi tersebut, makin banyak kegiatan yang dilakukan dalam suatu organisasi maka semakin kompleks pula hubungan yang ada.

Untuk itu, perlu dibangun suatu hubungan bagan yang menggambarkan tentang hubungan tersebut. Adapun bentuk struktur organisasi adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Isty Hijab Jepara**



Pemilik : Hj. Istianah  
Pengelola : Anik  
Karyawan : 150 karyawan

Berdasarkan struktur organisasi yang digambarkan di atas, dapat dijelaskan bahwa tugas dan tanggung jawab serta wewenang masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

a. Pemilik

- 1) Menetapkan garis-garis kebijakan perusahaan dan menetapkan tujuan perusahaan.
- 2) Memimpin rapat evaluasi dan mengawasi pembuatan produk perusahaan.
- 3) Memiliki wewenang dalam menangani masalah keuangan, mencari dan mengatur penggunaan dana perusahaan untuk kelancaran operasi perusahaan.

- 4) Menciptakan kerjasama yang harmonis dan tercapainya tujuan perusahaan.
  - 5) Menyusun rencana sasaran dan strategi penjualan untuk jangka pendek dan jangka panjang.
- b. Pengelola
- 1) Membantu tugas-tugas pemilik
  - 2) Mewakili pemilik apabila sedang bepergian jauh
  - 3) Mengatur pemasukan dan pengeluaran dana perusahaan harian.
- c. Karyawan
- 1) Menjaga nama baik perusahaan
  - 2) Loyalitas
  - 3) Bekerja dengan baik
  - 4) Disiplin dan bertanggung jawab dalam bekerja.<sup>57</sup>

### 3. Visi, Misi Dan Tujuan Isti Hijab Jepara

a. Visi

Menjadi perusahaan jilbab yang sukses khususnya melalui penjualan online dan mampu bersaing dengan usaha jilbab lainnya.

b. Misi

- 1) Menjual produk dengan kualitas terbaik dan harga yang terjangkau
- 2) Memberikan pelayanan yang terbaik
- 3) Mengembangkan produk secara inovatif dan kreatif sesuai dengan perkembangan zaman
- 4) Menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan

c. Tujuan

- 1) Untuk membuka lapangan pekerjaan.
- 2) Memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Ibu Istianah, Pada Hari Rabu 18 April 2018, pukul 13. 30 WIB.

<sup>58</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Ibu Istianah, Pada Hari Rabu 18 April 2018, pukul 13. 30 WIB.

#### 4. Letak Geografis Isti Hijab Jepara

Secara geografis Isty Hijab Jepara terletak di pulau jawa, tepatnya Jawa Tengah jepara. di Desa Pendosawalan RT 16 RW 6, Kec.Kalinyamatan, Kab. Jepara. Lokasi ini berbatasan langsung dengan:

- Barat : jalanan kampung
- Selatan : rumah tetangga
- Utara : rumah ibu sri yang ikut bekerja di Isty Hijab
- Timur : kebun

#### 5. Ruang Lingkup Produk

Dalam bisnis, produk adalah sebuah barang ataupun jasa yang dapat ditawarkan atau dijual untuk mendapatkan keuntungan dan produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

##### g. Bahan

Bahan baku kain yang diperoleh dengan membeli dari salah satu toko kain yang ada di Bandung. Dengan cara memesan lewat telepon. Bahan yang dipilih adalah bahan yang berkualitas baik, bertekstur lembut dan nyaman saat dipakai.

##### h. Peralatan

Alat-alat yang dibutuhkan dan digunakan dalam mempermudah sebuah pekerjaan. alat tersebut juga harus sesuai dengan yang dibutuhkan dalam usaha konveksi, peralatan pokok tersebut meliputi:

- 1). Jahit
- 2) Gunting
- 3) benang
- 4) jarum jahit
- 5) kain

i. Mesin

Mesin adalah alat mekanik atau elektrik yang mengirim atau mengubah energi untuk melakukan atau alat membantu mempermudah pekerjaan manusia.

- 1) Mesin jahit
- 2) Mesin bordir
- 3) Mesin obras
- 4) Mesin pemotong
- 5) Mesin wolsum

**6. Daftar Karyawan**

Dalam sebuah perusahaan pasti mempunyai karyawan baik itu dengan skala kecil ataupun besar. Berhubungan dengan karyawan pasti tidak akan lepas dari kinerja karyawan maka setiap perusahaan akan selalu melakukan penilaian kinerja karyawan.

Isty Hijab Jepara mempunyai karyawan yang terdiri dari beberapa bagian yaitu:

a. Bagian memotong :

1. syaifudin
2. Aris
3. Mawik
4. Zaenal abidin

b. Bagian menjahit :

1. Sri Kuntari
2. Sri Pujiati
3. Anik ismawati
4. Kusmiati
5. Rofikatun
6. Tukahyatun
7. imah
8. dian dan indah

c. Bagian mengobres :

1. Windi
2. Lala
3. wulan

d. Bagian membordir :

1. Bejo
2. Ngatriman
3. Thoriq

e. Bagian pengepakan :

1. Ibu Asrumi
2. Dayat
3. Latri
4. Budi

f. Bagian pemasaran :

1. Bayu Aji
2. Puput Fitriana
3. Fikri Ali

Daftar karyawan Isty hijab di atas adalah sebagian yang bekerja di tempat Isty Hijab Jepara sebagian karyawannya lagi bekerja di rumah masing-masing diberikan fasilitas mesin jahit lengkap sesuai dengan kebutuhannya untuk digunakan menjahit jilbab dengan membawa jahitan yang sudah di potong oleh karyawan yang bertugas untuk memotong kain.

## **B. Deskripsi Data Penelitian**

### **1. Deskripsi Upaya Isty Hijab Jepara Dalam Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Volume penjualan**

Isty Hijab Jepara merupakan produsen jilbab yang paling terkenal di Desa Pendosawalan Kalinyamatan Jepara. Terkenal karena paling banyak pilihan modelnya, bahan yang dipilih dari bahan berkualitas, jahitan rapi dan harganya terjangkau oleh semua masyarakat luas. Sesuai dengan hasil

wawancara dengan pemilik usaha konveksi Isty Hijab Jepara yaitu ibu Istianah beliau mengatakan bahwa:

“Isty Hijab jepara disini itu selalu megutamakan kualitas bahannya karena jika memproduksi jilbab dengan kain yang di bawah standar kualitas untuk kedepannya bisa mempengaruhi tingkat penjualan disebabkan adanya persepsi pembeli terhadap kualitas jilbab merek Isty Hijab.”<sup>59</sup>

Berdasarkan wawancara diatas tidak dapat di pungkiri bahwa Isty Hijab Jepara sangat mengutamakan kualitas dari jilbabnya, karena untuk menyakinkan para pembeli bukanlah dari harga tetapi dari pemberitahuan atau menginformasikan kepada para calon pembeli mengenai kualitas keseluruhan produk dari Isty Hijab tersebut. Jelas sekali disini persepsi pembeli juga sangat mempengaruhi volume penjualan.

Sesuai data di lapangan melalui observasi dan wawancara dengan Bapak Fikri Ali selaku Admin dari Isty Jepara beliau mengatakan:

“Bahwa upaya untuk meningkatkan volume penjualan yang ada di Isty Hijab Jepara ini yaitu dengan menekankan pada pengembangan produk, mengutamakan kualitas dari keseluruhan produk dengan cara berinovasi dan mengeluarkan kreatifitas atau ide-ide dengan membuat model jilbab baru tapi tidak melupakan model lama. Maksudnya dari tidak melupakan model lama disini adalah bukan mendaur ulang jilbab yang sudah jadi tetapi tidak laku dalam pemasaran artinya bahwa terlalu banyak barang yang diproduksi, sedangkan model jilbab juga memengaruhi tingkat ketertarikan para pembeli. Akhirnya agar bisa balik modal lagi jilbab tersebut harganya diturunkan dari harga semestinya.”<sup>60</sup>

Perkembangan fashion hijab zaman sekarang sangat variatif tidak hanya menjadi kebutuhan para wanita muslimah saja tapi juga menjadi suatu kebutuhan *trend*. Owner Isty Hijab Jepara Ibu Istianah menuturkan :

“Untuk meningkatkan volume penjualan di Isty Hijab Jepara ini pengembangan produk tidak hanya terpacu pada jilbab saja tapi dari Isty Hijab membuat produk baru yang sekarang lagi paling laku di

---

<sup>59</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Ibu Istianah, Pada Hari Rabu 18 April 2018, pukul 13.40 WIB.

<sup>60</sup> Data Hasil Observasi Dengan Admin pemasaran usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Bapak Fikri Ali Tentang Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Di Isty Hijab Jepara Pada Tanggal 6 April Jam 09.00 WIB.

pasaran seperti gamis yang ala anak muda zaman sekarang yang dapat mendongkrak penjualan di Isty Hijab Jepara.”<sup>61</sup>

Berbagai cara yang dilakukan oleh Isty Hijab Jepara dalam meningkatkan volume penjualan demi keberlangsungan hidup perusahaan tidak begitu mudah dalam mempertahankan produk agar tetap eksis dalam pasaran dan mampu bersaing dengan para pesaing lainnya.

Strategi untuk meningkatkan penjualan di Isty Hijab Jepara sudah sesuai dengan metode atau strategi pemasaran secara umum.<sup>62</sup>

a. Pangsa pasar/*market share*

Sekarang ini banyak pesaing-pesaing baru yang datang dan mendirikan sebuah usaha yang sama dengan pesaing lainnya. hal ini terjadi karena adanya asumsi seseorang terhadap sebuah usaha tersebut. Ada banyak hal yang harus dilakukan untuk menjalankan bisnis agar tidak kalah dengan pesaing lama maupun pendatang baru, di mulai dengan mengubah model logo lama dengan model yang lebih bagus, memperbaiki strategi bisnis, membuat konten yang menarik, dan beberapa hal lain yang dibutuhkan saat berbisnis. Jangan sampai kesan pertama sudah meninggalkan sesuatu yang buruk.

Segmen pasar merupakan proses yang sangat penting dalam upaya pengembangan pasar meliputi demografi : (umur, gender, kepentingan) geografi : (regional, nasional, internasional, iklim). Isty Hijab dalam hal ini membagi-bagi pasar untuk menempatkan produknya sudah sangat tepat hanya langkah selanjutnya yang harus di lakukan oleh isty hijab adalah selalu mengevaluasi mengenai proses pemasaran agar semuanya dapat di kendalikan dengan baik bila terjadi kesalahan.<sup>63</sup>

---

<sup>61</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Ibu Istianah, Pada Hari Rabu 18 April 2018, pukul 13. 45 WIB

<sup>62</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Ibu Istianah, Pada Hari Rabu 18 April 2018.

<sup>63</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Ibu Istianah, Pada Hari Rabu 18 April 2018.

b. Pendapatan target

Perusahaan Isty Hijab Jepara dalam meningkatkan volume penjualan selalu menggunakan taktik usaha tidak hanya asal rencana saja berbagai cara dilakukan agar penjualan tetap berjalan dengan lancar. Mulai dari produk yang di buat benar-benar harus selesai dengan baik sesuai dengan perencanaan, harga yang lebih disesuaikan dengan pasar dan kemampuan daya beli masyarakat dimana yang pada setiap lapisan pasar berbeda-beda. Untuk kemasan yang menempel atau yang membaluti produk barang tersebut sangat berpengaruh pada harga produk, kemasan juga merupakan indikator yang cukup memberikan sinyal bagi perusahaan dalam mendeteksi tingkat kebutuhan konsumen dan tidak lagi berada pada level kebutuhan ekonomi, melainkan kebutuhan *actuality* (pengakuan). Hal seperti ini terus membutuhkan kreatifitas dan inovasi yang menjadikan Isty Hijab berkembang pesat. Setelah produk dan harga serta kemasan dari produk tersebut terpenuhi sesuai dengan perencanaan kemudian masuk ke tahap selanjutnya yaitu promosi. Saat ini Isty Hijab Jepara gencar mempromosikan produknya melalui media online seperti sosial media dengan menggunakan aplikasi Web, Instagram, Facebook, WathsApp, Line dan aplikasi sosial media lainnya.<sup>64</sup>

terakhir perencanaan dari pendapatan target adalah penentuan tempat (place) penentuan segmen pasar adalah kunci pokok dari keberhasilan usaha, sehingga biasanya untuk calon *entrepreneur* dan perusahaan yang mengeluarkan produk baru, mulai turun ke lapangan untuk melakukan pengukuran riset secara statistik, seperti menghitung jumlah pesaing dalam ukuran jarak dan mencari tahu apa yang dibutuhkan konsumen saat itu pula.<sup>65</sup>

---

<sup>64</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Ibu Istianah, Pada Hari Rabu 19 April 2018. Pukul 09.40 WIB.

<sup>65</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Ibu Istianah, Pada Hari Rabu 19 April 2018. Pukul 09.40 WIB

### c. Pelayanan

Pelayanan merupakan tindakan yang mempunyai pengaruh sangat tinggi dalam mendapatkan keuntungan dimana untuk memenangkan persaingan dalam bisnis, maka perusahaan cenderung memanjakan konsumennya sehingga konsumen mengetahui keuntungan dari membeli produk perusahaan tersebut. Dengan menyediakan fasilitas *delivery order*, tersedianya alat penunjang transaksi, dan tersedianya fasilitas informasi, promo, diskon, *complain*, pesan, retur dan lain-lain.

Semua fasilitas yang digunakan oleh perusahaan adalah semata-mata bertujuan menjemput konsumen bukan menunggu konsumen, sehingga konsumen mendapatkan keuntungan melalui penghematan waktu, tenaga dan biaya akomodasi untuk mendapatkan produk yang dibeli. Isty Hijab selama ini selalu memberikan pelayanan ekstra baik pada konsumen maupun pelanggan tetap.<sup>66</sup>

Bedasarkan hasil penelitian dan wawancara dengan Bapak Fikri Ali sebagai admin dalam usaha konveksi Isty Hijab Jepara mengenai upaya Isty Hijab Jepara dalam pengembangan produk untuk meningkatkan volume penjualan hal yang sudah dilakukan oleh Isty Hijab Jepara yaitu dengan memanfaatkan fasilitas *fanpage* gratisan yang diberikan oleh sebuah aplikasi sosial media *facebook*. Penggunaannya bisa langsung tepat sasaran, tidak perlu lagi membayar iklan dan bisa membuat *fanpage* sebanyak-banyaknya dan jualan online terasa lebih mudah dan murah.<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Ibu Istianah, Pada Hari Rabu 19 April 2018.

<sup>67</sup> Wawancara dengan karyawan Isty Hijab Jepara Bapak Fikri Ali Pada Hari Selasa 17 April 2018.

## 2. Deskripsi Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Isty Hijab Jepara

Sesuai dengan hasil wawancara yang saya lakukan dengan pemilik usaha Isty Hijab Jepara beliau mengatakan :

“Bagi saya, masuknya pendatang baru pada suatu industri merupakan ancaman yang serius bagi perusahaan. kehadiran perusahaan baru tersebut menimbulkan kegoncangan karena memengaruhi harga dan mereka mampu memanfaatkan sumber daya potensial.”<sup>68</sup>

Perusahaan mana pun pasti merasakan kegelisahan dimana adanya pesaing baru dan mendirikan usaha yang sama, dalam hal ini untuk meningkatkan volume penjualan tentunya Isty Hijab Selalu mengalami banyak masalah dan berbagai macam halangan serta rintangan yang harus di hadapi dalam berbisnis. Dari itu semua terdapat faktor pendukung dan penghambat yang mempunyai pengaruh terhadap keberlangsungan hidup perusahaan.

### a. Faktor Pendukung

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola Isty Hijab Jepara yaitu mbak anik mengenai faktor pendukung dalam meningkatkan volume penjualan adalah sebagai berikut :

“Faktor pendukung itu ada 2 yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal yakni pemimpin, karyawan dan fasilitas perusahaan. sedangkan faktor eksternal yaitu lingkungan dan masyarakat yang dimana kedua faktor tersebut mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam sebuah usaha.”<sup>69</sup>

Dilihat dari hasil wawancara tersebut ada 2 faktor yang mendukung upaya meningkatkan volume penjualan di Isty Hijab Jepara yaitu faktor internal yang terdiri dari pemimpin, karyawan dan fasilitas perusahaan. sedangkan faktor eksternal terdiri dari faktor lingkungan masyarakat. Dari faktor-faktor tersebut, dijelaskan bagaimana faktor-faktor tersebut

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Ibu Istianah, Pada Hari Rabu 22 April 2018. Pukul 10.15 WIB.

<sup>69</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Ibu Istianah, Pada Hari Rabu 22 April 2018. Pukul 10.15 WIB.

dapat mendukung meningkatkan volume penjualan sebagaimana telah dinyatakan oleh pemilik usaha Isty Hijab Jepara yaitu :

“Pemimpin atau pemilik yang dapat mendukung untuk meningkatkan volume penjualan adalah pemimpin yang mampu merencanakan, mengorganisasi, mengarahkan dan mengendalikan sistem perusahaan, bertanggung jawab sesuai dengan kewenangannya serta bisa menjadi pemimpin yang bijaksana. Dalam hal ini pemimpin mempunyai pengaruh besar terhadap peningkatan volume penjualan dimana saya sebagai pemilik sekaligus pemimpin dalam usaha konveksi ini saya berusaha keras agar usaha yang berdiri sejak 2005 ini bisa lebih eksis dan berkembang pesat di pasar perhijaban. Banyak sekali cara atau strategi yang saya gunakan untuk terus meningkatkan penjualan di Isty Hijab Jepara. Sedangkan karyawan yang menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan volume penjualan di Isty Hijab Jepara ini pastinya adalah karyawan yang handal dan dapat bertanggung jawab dengan tugas yang di embannya serta mengerti tentang perhitungan penjualan yang ada di Isty Hijab Jepara. Dan fasilitas perusahaan yang menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan penjualan di Isty Hijab Jepara yaitu dengan sarana dan prasarana yang memadai dan memberikan kenyamanan pada karyawan sehingga para karyawan bisa bekerja dengan baik dan disiplin.”<sup>70</sup>

Dari hasil wawancara tersebut dapat di pahami bahwa pihak Isty Hijab Jepara selalu berupaya untuk meningkatkan volume penjualan dengan memanfaatkan faktor pendukung agar usaha konveksi Isty Hijab Jepara dapat meningkatkan mutu dan omset penjualan untuk meraih target pendapatan.

#### b. Faktor Penghambat

Berdasarkan hasil wawancara dengan Mbak Anik selaku pengelola usaha konveksi Isty Hijab Jepara mengenai faktor penghambat upaya meningkatkan volume penjualan tertumpu pada faktor gaya hidup pembeli di samping didukung dengan perkembangan mode. Disitulah para pemasar harus lebih jeli dan gesit lagi mengamati gaya hidup setiap kelompok pembeli pada segmen

---

<sup>70</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Ibu Istianah, Pada Hari Rabu 22 April 2018. Pukul 10.15 WIB.

pasar yang akan dimasuki, para pemasar harus mampu menyeleksi kelompok pasar yang potensial dan real.

“Setiap harinya saya selalu mengamati dan meneliti mengenai sistem yang sudah dibuat dan berjalan selama kurang lebih 7 tahun di Isty Hijab Jepara. Karena sistem pemasaran jilbab yang hanya menggantungkan pada toko dan pengecer lainnya tidaklah cukup, tetapi hendaknya memberikan sedikit perhatian pada segmen yang didorong hanya oleh kebutuhan, sebab kelompok ini itu kurang mempunyai sumber daya ekonomi. Sedangkan terhadap pembeli dalam jumlah besar perlu adanya gagasan yang lebih terarah lagi. Salah satunya dengan membuat gagasan untuk pembeli kelompok, yaitu dengan menciptakan rancangan khusus jilbab yang menarik, sederhana dan harga yang terjangkau oleh anggota kelompok pembeli. Ide gagasan ini tentunya datang dari kita dengan sedikit daya tarik sebagai penguat penerimaan gagasan tersebut.”<sup>71</sup>

Sedangkan faktor penghambat dalam upaya meningkatkan volume penjualan dari luar yaitu masyarakat pengelola Isty Hijab Jepara Mbak Anik mengatakan:

“faktor penghambat dari luar yaitu masyarakat disini di artikan bahwa masyarakat itu bisa menjadi pesaing. Faktor pesaing, jika untuk konsumen yang berada di daerah elite, perusahaan lebih baik menempatkan produk dengan rancangan khusus dan *up to date* serta harga relatif mahal, sedangkan untuk konsumen yang berada di daerah pinggiran kota, perusahaan lebih baik menempatkan produk dengan rancangan sederhana dan harga relatif rendah.”<sup>72</sup>

Berdasarkan wawancara diatas bahwa pesaing merupakan faktor yang dapat memicu akan upaya yang dilakukan Isty Hijab dalam meningkatkan volume penjualan, pengaruhnya mampu menjadikan pesaing lainnya berlomba-lomba untuk mendapatkan keunggulan akan produknya di pasar.

---

<sup>71</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Ibu Istianah, Pada Hari Rabu 22 April 2018.

<sup>72</sup> Wawancara dengan pengelola usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Mbak Anik, Pada Hari Rabu 22 April 2018. Pukul 10.55 WIB.

### 3. Deskripsi Peranan Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan di Isty Hijab Jepara

Berdasarkan hasil wawancara dengan admin dari Isty Hijab Jepara mas fikri mengenai peranan pengembangan produk untuk meningkatkan volume penjualan adalah:

“peran pengembangan produk sangat erat kaitannya dengan keberhasilan setiap perusahaan mengapa begitu, karena dengan mengembangkan produk membuat sebuah perubahan pada citra perusahaan yang lebih baru dan *fresh*. Makin menambah minat beli konsumen sehingga penjualan semakin bertambah dan pendapatan semakin meningkat itu adalah hal yang di inginkan dan sangat diharapkan oleh semua para pengusaha (*entrepreneur*) demi keberlangsungan hidup perusahaan”<sup>73</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas bahwa peran pengembangan produk menentukan keberhasilan suatu perusahaan hal itu terbukti dengan adanya kemajuan pada usaha jilbab milik Isty Hijab Jepara. Bapak Fikri mengatakan:

“terbukti saat ini Isty Hijab itu ibarat artis sedang naik daun, berkat keinginan yang mennggebu untuk berjualan lewat online dengan *posting photos* ala-ala model papan atas dan mengeluarkan modal yang sangat besar untuk mewujudkan sebuah tujuan yang telah terencana sejak pertama kali Isty Hijab berdiri sekarang pendapatan Isty Hijab sangat meningkat pendapatan per bulan Alhamdulillah bisa mencapai target”<sup>74</sup>

Pencapaian-pencapaian yang telah di dapatkan oleh Isty Hijab membuktikan bahwa peranan pengembangan produk sangat mempengaruhi meningkatnya volume penjuarlan upaya-upaya yang telah dilakukan untuk mengembalikan kondisi pendapatan sempat mengalami fluktuasi (menurun). Hal ini diungkapkan oleh pengelola (mandor) di Isty Hijab Jepara yaitu mbak anik:

“saya sempat mengalami kepanikan dan kebingungan luar biasa ketika penjualan ssemakin menurun di setiap bulannya ada saja hal

---

<sup>73</sup> Wawancara dengan karyawan Isty Hijab Jepara Bapak Fikri Ali Pada Hari Rabu 18 Oktober 2018. Pukul 14.00 WIB

<sup>74</sup> Wawancara dengan karyawan Isty Hijab Jepara Bapak Fikri Ali Pada Hari Rabu 18 Oktober 2018. Pukul 14.00 WIB

yang terjadi dengan segala usaha tim Isty Hijab semua masalah yang terjadi dapat terselesaikan tanpa membebankan siapa pun dan pihak mana pun karena semua bekerja dengan sabar, teliti, tekun dan penuh kerja keras Alhamdulillah dengan memproduksi produk baru, mengubah strategi pemasaran, membuang sistem penjualan lama semua telah berjalan dengan baik dan meningkatkan pendapatan pada usaha Isty Hijab Jepara<sup>75</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dipahami bahwa upaya untuk meningkatkan volume penjualan di Isty Hijab Jepara adalah dengan pengembangan produk baru, perencanaan produk, perubahan strategi pemasaran, dan perubahan sistem penjualan. Pendapatan Isty Hijab Jepara yang di dapat setiap bulannya mampu mencapai 200 juta pendapatan tersebut diperoleh dari penjualan hijab online saja belum penjualan secara ecer atau per-item barang.

Peranan pengembangan produk dalam upaya meningkatkan volume penjualan di Isty Hijab Jepara mampu membawa kemajuan yang sangat signifikan terhadap keberlangsungan hidup perusahaan dimana upaya-upaya yang telah dikembangkan mampu mencapai titik keberhasilan. Tidak dapat dipungkiri bahwa kerja keras tim yang membuat Isty Hijab Jepara dapat diterima oleh masyarakat luas. Semua produk yang telah di produksi banyak diminati semua kalangan baik menengah-kebawah, maupun menengah-keatas. Model hijab yang dibuat mengikuti tren pada zaman sekarang dan menyesuaikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan selain itu Isty Hijab juga menciptakan model sendiri tanpa mengikuti tren model dari orang lain karena tidak selamanya usaha harus mengikuti orang lain tapi kalau bisa orang lain yang mengikuti kita. Karena pada dasarnya kesuksesan sebuah usaha tidak ditentukan oleh orang lain tapi karena kerja keras dari diri sendiri.

---

<sup>75</sup> Wawancara dengan pengelola usaha Konveksi Isty Hijab Jepara Mbak Anik, Pada Hari Jumat 19 Oktober 2018. Pukul 10.00 WIB

### C. Analisis Data Penelitian

#### 1. Analisis Upaya Isty Hijab Jepara dalam Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Volume Penjualan

Sebagai pebisnis pastinya tujuan utama adalah memenuhi target dan mendapat laba yang sebesar-besarnya. Volume penjualan merupakan total penjualan yang dinilai dengan unit oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mencapai laba yang maksimal sehingga dapat menunjang pertumbuhan perusahaan. dalam hal ini upaya-upaya yang dilakukan harus lebih di tingkatkan supaya penjualan tetap stabil dan *brand* produk semakin terkenal dan mendapatkan tempat dihati masyarakat.

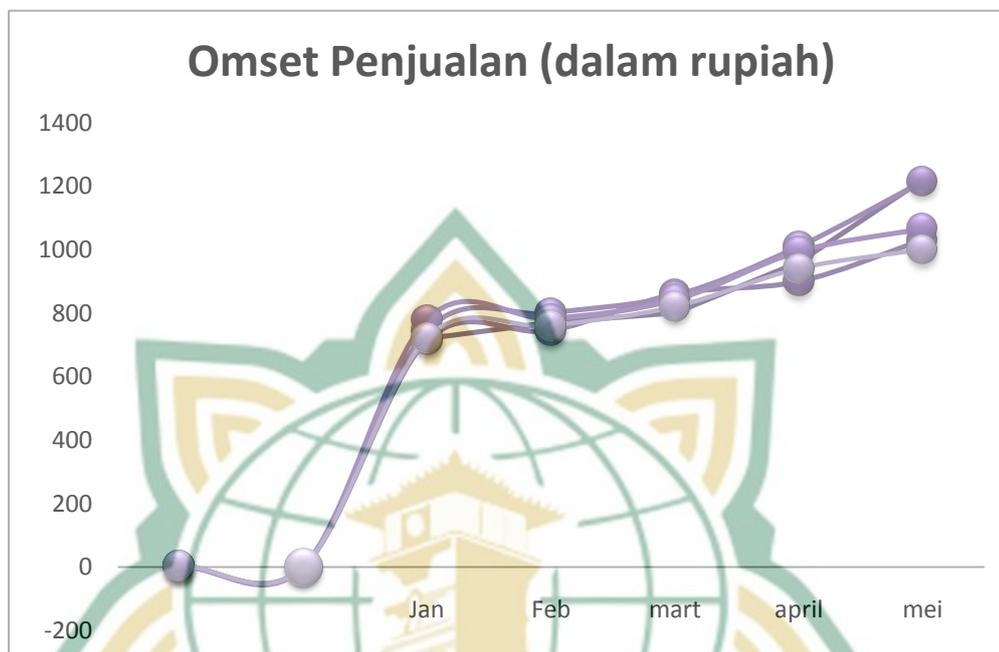
Isty Hijab Jepara dalam meningkatkan volume penjualan memang sekarang ini sudah memenuhi target penjualan. Dengan meng *up date* terus model yang terbaru dan yang sedang di gandrungi oleh masyarakat khususnya para *hijabers*. Apalagi ketika mulai masuk hari besar seperti ramadhan, lebaran dan hari besar umat muslim lainnya penjualan semakin meningkat dan Berikut adalah data penjualan jilbab terlaris (*best saler*) tahun 2018 mulai bulan januari samapai bulan mei di Isty Hijab Jepara:

**Tabel 4.1**  
**Data Penjualan Isty Hijab Jepara**  
**Tahun 2018 (*best saler*)**

No	Harga Produk (Rp)	Nama Produk	Bulan				
			Jan	Feb	Mart	April	Mei
1	Rp55.000,00	Milea khimar	720	770	800	960	1220
2	Rp68.000,00	Shameela	715	745	860	900	1030
3	Rp82.000,00	Alfeea	746	800	856	1010	1215
4	Rp84.000,00	Syafeea	780	783	842	994	1066
5	Rp97.000,00	Aisha Khimar	722	760	820	940	1000

Sumber: Isty Hijab Jepara, 2018

Gambar 4.2



Data penjualan di atas adalah data penjualan jilbab merek “Isty” terlaris (*best seller*) di tahun 2018 dengan 5 produk jilbab yaitu hijab shameela, hijab aisha, hijab aleefa, milea khimar dan hijab syafeea. Dengan harga dan kualitas terbaik memberikan kesan menarik serta keinginan untuk terus membeli sehingga memiliki tempat tersendiri di hati para konsumen.

Pada grafik di atas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan pada tahun 2018 mengalami penurunan dan kenaikan pada tiap bulannya. Hal tersebut terlihat dari data penjualan yang peneliti ambil dari Isty Hijab Jepara. Penurunan (fluktuatif) terjadi pada bulan Januari, Februari dan Maret dikarenakan adanya faktor-faktor penghambat dalam upaya meningkatkan volume penjualan yang sudah dilakukan oleh pihak Isty Hijab Jepara yaitu adanya faktor lingkungan dan faktor pesaing serta minat beli konsumen. Dalam hal ini minat pembeli seperti ketidaktertarikan pembeli pada produk, harga, dan kualitas. Dengan demikian, laba yang diperoleh Isty Hijab juga mulai berkurang.

Kenaikan omset penjualan mulai terjadi pada bulan April sampai Mei. Jilbab yang terjual pada minggu pertama cukup banyak, sehingga dapat digunakan untuk biaya operasional perusahaan dan dapat melakukan

kegiatan penjualan untuk minggu-minggu selanjutnya. Pada lima bulan ini mulai januari, februari, maret, april dan mei kegiatan penjualan tercatat di data penjualan Isty Hijab Jepara cukup lancar.

Berdasarkan data hasil penjualan jilbab merek Isty Hijab mengalami peningkatan. Hal ini di karenakan peluang pasar sangat terbuka luas pada ramadhan apalagi menjelang hari besar umat muslim di dunia yaitu hari raya idul fitri, sehingga pada bulan mei penjualan jilbab meningkat. Model jilbab besar kini banyak disukai oleh masyarakat Indonesia. Umumnya yang menyukai model jilbab besar adalah ibu-ibu ataupun wanita dewasa muda. Model jilbab besar adalah kerudung jilbab yang lebar pada bagian dada menutup hampir ke pinggul. Biasanya model jilbab ini menggunakan kombinasi motif yang di bordir dan sedang menjadi trend di tahun ini.

Dilihat dari segi produk Isty Hijab mempunyai kualitas bahan yang sangat bagus, jahitan rapi, model jilbab selalu *up to date*, dan harga terjangkau. Tidak cukup hanya itu saja yang menjadikan Isty Hijab tetap berada pada puncaknya jika tidak diimbangi dengan strategi pemasaran yang baik dan penjualan secara positif. Untuk itu tugas Isty Hijab perlu memahami segmen pasar dan perilaku konsumen.

Upaya meningkatkan volume penjualan di Isty Hijab yang perlu di tingkatkan adalah :

a) Strategi Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dalam rangka memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk mempertahankan kelangsungan hidup produk, agar minat dan pembelian tetap bagus, salah satu upaya perusahaan adalah melakukan pengembangan produk.

b) Strategi Harga

Harga adalah nilai yang diberikan oleh konsumen terhadap barang atau jasa. Oleh Karena itu, kunci untuk menentukan harga produk terletak pada pemahaman terhadap nilai yang akan diberikan konsumen kepada produk. Apabila harga lebih tinggi dari pada nilai yang dirasakan

konsumen, dan pertukaran tidak akan terjadi. Hal ini Isty Hijab dalam pembagian harga juga sudah di perhitungkan harga untuk reseller 20%, distributor 30%, dan agen 40%.

c) Strategi Distribusi

Distribusi mencakup usaha untuk memastikan bahwa produk berada di tempat yang sesuai. Strategi distribusi berkaitan dengan jumlah perantara yang digunakan untuk mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen.

d) Strategi Promosi

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. dengan tujuan utama adalah membujuk, menginformasikan, memengaruhi, serta mengingatkan pelanggan tentang produk atau perusahaan. sebagaimana diketahui bahwa alat promosi meliputi periklanan (*advertising*), penjualan tatap muka (*personall selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), hubungan masyarakat (*public relation*), dan pemasaran langsung (*direct marketing*).

Dengan demikian, tugas pokok perencanaan strategi bisnis adalah menentukan kombinasi bauran promosi yang akan mencapai tujuan promosi organisasi. Upaya yang dilakukan oleh Isty Hijab Jepara untuk langkah selanjutnya adalah memanfaatkan kecanggihan teknologi dan terus meningkatkan pemasaran sesuai dengan visinya yaitu menjadi pengusaha jilbab yang sukses khusus dalam penjualan online dan mampu bersaing dengan bisnis online lainnya.

Menjalin kerjasama yang baik dengan mitra bisnis, meskipun Isty Hijab termasuk masih sangat baru masuk ke bisnis online tapi untuk menarik minat pembeli sudah sangat bagus. Dengan bekal kejujuran dan pengalaman menjadi penjahit ibu Istianah sebagai *founder* Isty Hijab Jepara mampu mengembangkan bisnisnya dengan sangat baik sehingga Isty Hijab Jepara dapat di kenal oleh masyarakat luas.

Isty Hijab Jepara saat ini bisa dikatakan sangat maju pesat dengan melakukan pemasaran produk secara online. Yang awalnya hanya menjual jilbab ke pasar dengan bertemu langsung dengan pembelinya dan jilbab pun laku terjual semua . Dengan perubahan zaman yang semakin modern, manusia yang semakin pintar Isty Hijab pun juga tambah berkembang hingga tidak perlu mencari *customer*. Hanya dengan memasarkan produk lewat sosial media online seperti dengan membuat promosi di *fanpage* dengan memasang iklan contohnya di facebook dengan kata-kata yang dapat menarik minat beli konsumen maka jika banyak konsumen yang tertarik berarti produk yang dipasarkan tepat pada sasaran.

Sekarang ini Isty Hijab Jepara sudah mempunyai cukup banyak mitra dalam berbisnis ada sekitar 3 sampai 4 pelanggan yang sudah mempercayakan pada kerja Isty Hijab dimana pelanggan tersebut menyuruh untuk menjahitkan jilbab dengan model yang sudah di siapkan oleh pelanggan tersebut dan mengenai pengemasan pun plastik yang digunakan untuk mengemas jilbab juga di serahkan kepada Isty Hijab Jepara dari pihak Isty Hijab tidak perlu susah membelikan atau pun mencari ukuran plastik yang tepat karena semua sudah di siapkan oleh pelanggan sekaligus mitra bisnis dari Isty Hijab Tersebut.

## **2. Analisis Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di Isty Hijab Jepara**

Setiap perusahaan pasti akan mengalami yang namanya kendala dalam meningkatkan omset penjualan. Banyak hal yang menjadi penghambat dalam prosesnya baik mulai sistem produksinya sampai pemasarannya, untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal sesuai dengan biaya yang di keluarkan. Dalam rangka untuk meningkatkan volume penjualan Isty Hijab Jepara berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai tujuan utamanya, di dalam itu semua juga terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi proses perkembangan perusahaan.

Memang tidak mudah melakukan untuk mengetahui situasi internal dan eksternal perusahaan. terdapat banyak faktor penghambat yang dapat mempengaruhi volume penjualan tetapi ada juga faktor pendukung dalam upaya meningkatkan penjualan perusahaan. ada tiga faktor utama pendukung meningkatnya volume penjualan yaitu pemimpin, karyawan, dan fasilitas perusahaan:

a. Faktor internal

1) pemimpin

Pemimpin merupakan faktor internal dari faktor pendukung yang mempengaruhi upaya untuk meningkatkan volume penjualan. Pemimpin adalah seseorang yang mempunyai wewenang untuk mengatur organisasi perusahaan. seorang pemimpin memainkan peranan yang sangat penting, tidak hanya secara internal bagi organisasi yang bersangkutan tetapi juga dalam menghadapi berbagai pihak di luar organisasi yang semuanya dimaksudkan untuk meningkatkan kemampuan organisasi mencapai tujuannya.

Pemimpin harus mampu memimpin yang meliputi mengarahkan dan mengoordinasikan kegiatan merupakan salah satu fungsi manajemen yang penting diketahui. Seorang pemimpin, baik menengah maupun puncak bertanggung jawab menjamin bahwa usaha-usaha orang lain diarahkan pada pencapaian tujuan. Pemimpin diharapkan mampu mengkaji terus menerus situasi yang dihadapi oleh organisasi untuk mencari dan menemukan peluang yang dapat dimanfaatkan meskipun kajian itu sering menuntut terjadinya perubahan dalam organisasi.

2) Karyawan

Karyawan adalah seseorang yang bekerja pada suatu perusahaan dan mendapatkan upah atas pekerjaannya. Karyawan termasuk faktor internal pendukung sehingga dalam meningkatkan volume penjualan kerja karyawan yang ulet, disiplin, dan kerja keras sangat dibutuhkan oleh perusahaan. tetapi untuk mendapatkan itu semua

dari karyawan tidak begitu mudah banyak faktor-faktor yang menimbulkan ketidakpuasan kerja (job dissatisfaction) sehingga faktor-faktor tersebut perlu dipelihara.

Ada faktor-faktor yang terdapat dalam kandungan pekerjaan (job context) yang merupakan faktor-faktor intrinsik yaitu pengakuan, bertanggung jawab, prestasi, dan pekerjaan itu sendiri.

### 3) Fasilitas Perusahaan

Isty Hijab Jepara memberikan fasilitas yang sangat baik, dimana faktor ini juga mempunyai pengaruh terhadap semangat kerja karyawan dalam meningkatkan volume penjualan. Fasilitas yang disediakan oleh Isty Hijab pada karyawannya meliputi tempat beribadah yang nyaman, toilet yang bersih, dapur masak yang rapi, tempat parkir yang luas, tempat kerja yang nyaman dan luas. Sehingga dapat terwujudnya kerjasama yang baik.

#### b. Faktor Eksternal

##### 1) Faktor lingkungan

Setiap organisasi berinteraksi dengan lingkungannya karena organisasi tersebut mengambil input dan menyalurkan output. Lingkungan masyarakat sering mengisukan suatu produk atau suatu perusahaan atau suatu merek. Sehingga memengaruhi permintaan suatu barang tersebut. Isu publik biasanya lebih tajam di bandingkan dengan ancaman lainnya.

Dengan isu tersebut Isty Hijab tetap harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen maupun mitra bisnisnya. Karena dengan terus memberikan pelayanan terbaik tentunya konsumen akan terus semakin tertarik dan percaya bahwa produk yang sedang di pasarkan bukanlah produk yang buruk dan sangat layak untuk diperjual-belikan.

##### 2) Faktor pesaing

Persaingan terjadi karena satu atau lebih pesaing merasakan tekanan atau melihat adanya peluang untuk memperbaiki posisi.

Masuknya perusahaan baru merupakan ancaman bagi perusahaan apabila perusahaan baru tersebut mampu menciptakan diferensiasi produk dan mampu menawarkan harga yang lebih rendah dengan kualitas yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus mengantisipasi kesulitan bahan baku dan berusaha terlebih dahulu jika perlu juga menciptakan diferensiasi produk.

Perusahaan harus menganalisis kapan pesaing melakukan perubahan strategisnya. Besarnya persaingan menyebabkan semakin banyaknya persaingan pada harga, kualitas, pelayanan, dan lain-lain yang dapat mempengaruhi tercapainya tujuan perusahaan.

Dengan demikian, dalam mendirikan sebuah usaha harus mampu mengatasi adanya faktor-faktor penghambat dan terus melakukan evaluasi produk supaya tidak kalah dalam bersaing dalam menjalankan bisnis jangan hanya terpaku pada bagaimana meningkatkan penjualan saja karena pemasaran juga kegiatan yang sangat penting dalam meningkatkan volume penjualan. Melakukan promosi membutuhkan kemampuan dan kerja keras agar target dalam pemasaran produk dapat tercapai dan bisa meningkatkan volume penjualan.

Keadaan yang memfokuskan terhadap bagaimana meningkatkan volume penjualan tapi tidak fokus pada proses pemasarannya. Wirausaha seperti ini termasuk wirausaha yang sangat berambisi dalam memperbanyak pendapatan atau laba sehingga tidak mempedulikan resiko-resiko buruk yang akan datang. Biasanya wirausaha yang seperti ini tidak mempedulikan mengenai kualitas terpenting ada permintaan langsung masuk proses produksi dan dijual dengan harga yang murah tanpa adanya tawar-menawar harga jual, jika hal ini terus terjadi dalam setiap periode akan berdampak buruk terhadap para usaha hijab lainnya yang berpegang pada prinsip *good quality of product*.

Isty Hijab Jepara memperkenalkan produk yang dimiliki tidak hanya membuka toko saja. Tetapi juga lewat acara-acara yang diselenggarakan oleh salah satu perusahaan lalu dari pihak isty Hijab ikut membuka *booth*

dalam rangka mempromosikan produk agar masyarakat luas mengenal produk Istty Hijab terkait dengan hal ini untuk mempromosikan sangat sulit sekali untuk menyakinkan para calon pembeli agar membeli produk itu harus dengan cara pendekatan dan memperlihatkan keunggulan dari produk itu sendiri.

Fase-fase sulit dalam mempromosikan produk tersebut dapat dilewati oleh pihak Isty Hijab, sekarang ini Isty Hijab tidak perlu susah payah memasarkan produk langsung ke lapangan. Dengan kecanggihan teknologi seperti sekarang ini tinggal menggunakan jasa model dengan proses pemotretan untuk menghasilkan foto yang baik agar dapat di *upload* ke aplikasi sosial media seperti facebook, instagram, whatsapp, Line, web dan media sosial lainnya.

Penjualan terjadi tidak hanya lewat online saja, awalnya sebelum mengenal perdagangan online Isty Hijab mendapat keuntungan dari pelanggan tetap yang juga membuka usaha jual hijab yang dimana pelanggan tersebut diperkenalkan oleh salah satu mitra bisnis ibu Istianah setelah terjadi pertemuan dan kesepakatan akhirnya pelanggan tersebut mempercayakan keseluruhan mengenai jahitan dan kain pada Isty Hijab Jepara tetapi sistemnya disini tidak memakai *brand* Isty Hijab akan tetapi hanya menjahitkan jilbabnya saja.

### **3. Analisis Peranan Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan di Isty Hijab Jepara**

Pengembangan produk yang dilakukan oleh Isty Hijab Jepara adalah dengan membuat sebuah perubahan model dan *typcal* yang berbeda di banding dengan model-model sebelumnya, kalau sebelumnya Isty Hijab hanya terfokus pada pembuatan hijab instan dengan cara pemakaian hanya sekali *slup*. Seiring berjalannya waktu dan sempat mengalami penurunan penjualan yang sangat menurun dan dari situlah Isty Hijab mulai dengan citra baru untuk melakukan strategi pemasaran secara *online* meskipun bisa di bilang sangat awam dalam mengenalkan produk-produk hijab yang

ada dalam Isty Hijab Jepara tapi pemilik Isty Hijab Jepara tidak patah semangat terus melakukan perubahan demi perubahan, mengeluarkan ide-ide baru, menciptakan kreativitas, membuat strategi pemasaran yang lebih kearah efektif dan efisien.

Isty Hijab Jepara memulai dengan mengubah beberapa bentuk hijab yang sempat tidak laku di pasaran dengan bentuk yang lebih trendi dan dapat diminati oleh konsumen. Agar tidak kalah dengan pesaing lainnya Isty Hijab terus meng-*update* hijab-hijab yang sedang di minati oleh semua masyarakat luas. selain fokus ke model hijab yang lagi laku di pasaran Isty hijab juga membuat model atau gaya baru pada jilbab yang dibuatnya agar tidak terus menjadi pengikut model yang dibuat oleh pengusaha hijab lainnya. karena sebagai pengusaha memang harus membutuhkan kreativitas, seni, ide-ide yang bagus supaya usahanya tetap berkembang sesuai dengan tujuan perusahaan.

Demi keberlangsungan hidup perusahaan pada awal 2017 Isty Hijab mengeluarkan model hijab terbaru dengan menggunakan jasa model hijab untuk mengambil sebuah *photo* produk agar dapat menunjang pemasaran lewat *online* supaya ketika di *posting* (unggah) mampu membuat para pembeli online mudah terpengaruh sehingga tertarik untuk membeli produk hijab dari Isty Hijab.

Produk-produk baru yang membuat nama Isty Hjab semakin dikenal oleh masyarakat luas seiring berjalannya waktu juga akan tergantikan oleh produk yang lebih baru lagi dan itu tidak perlu menunggu waktu yang lama karena setiap harinya trend selalu berubah sesuai dengan perkembangan zaman sekarang. Banyak hal yang harus diselesaikan untuk menjaga ke-eksistensian produk dari Isty Hijab Jepara supaya tidak kalah dengan pesaing yang mendirikan usaha yang sama yaitu menjual hijab Kualitas produk pada prroduk Isty Hijab mengutamakan kualitas keseluruhan dari produk tersebut mulai dari bahan, proses pembuatan, pengepakan dan semuanya. Dalam hal ini sangat mempengaruhi tingkat penjualan maka perlu dilakukan pemeliharaan khusus akan kualitas yang

dimiliki oleh Isty Hijab Jepara. Banyak upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan salah satunya adalah peran dari pengembangan produk itu sendiri dengan memperhatikan strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi. Peranan pengembangan produk sangat erat kaitannya dengan keberhasilan suatu perusahaan dimana terjadi sebuah perkembangan yang signifikan terhadap volume penjualan jika produk yang di produksi diterima oleh masyarakat luas.

Saat ini Isty Hijab Jepara sedang berada di puncaknya banyak para *online shop* yang meniru model hijab dari Isty Hijab dan di jual dengan harga di bawah harga yang sudah di patok oleh Isty Hijab, hal tersebut menjadi kegelisahan tersendiri bagi pemilik usaha Isty Hijab sehingga perlu *warning* (perhatian) penting bagi para *online shop* yang sering melakukan kecurangan dalam memasarkan produk. Semua itu dapat diselesaikan dengan mengamankan akun, gambar, dan semuanya yang berkaitan dengan keamanan dalam penjualan online.

