BAB IV

Hasil Penelitian

A. Gambaran Umum Afrakids di Sidoarjo

1. Sejarah Afrakids

Afrakids adalah sebuah brand kaos anak muslim yang mempunya nilai utama *care and share*, di mana yang dibawa adalah sebuah pesan untuk saling peduli dan berbagi.[1] Bermula dari semangat dan inspirasi dari Al-Qur'an dan Hadits berikut:

Dalam Hadist yang shahih disebutkan Rasulullah shalallahu 'alaihi wassalam bersabda;

> "Perumpamaan kaum mukminin dalam hal kecintaan, rahmat dan perasaan di antara mereka adalah bagai satu jasad. Kalau salah satu bagian darinya merintih kesakitan, maka seluruh bagian jasad akan ikut merasakannya dengan tidak bisa tidur dan demam".

Dalam hadist lainnya Rasulullah shalallahu 'alaihi wassalam bersabda;

> "Muslim yang satu dengan muslim yang lainnya seperti sebuah bangunan, saling menguatkan satu dengan yang lainnya", kata Beliau sambil menjalinkan jari-jemari beliau".

Dalam hadist yang lainnya Rasulullah shalallahu 'alaihi wassalam juga bersabda,

> "Barangsiapa memenuhi kebutuhan saudaranya muslim, maka Allah akan memenuhi kebutuhannya".

1 https://www.Afrakids.com/ Diakses pada Rabu, 9 Maret 2016, pukul 21:54

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hadits-hadits di atas menunjukkan kepada kita pentingnya kepedulian terhadap sesama. Kita sebagai muslim harus senantiasa memperhatikan dan peduli kepada keadaan kaum muslim yang lainnya. Kita sebagai ummat muslim tidak dibatasi oleh batas-batas negara, ras, atau kelompok karena kita adalah satu kesatuan yang tak terpisahkan, bagaikan sebuah bangunan.

Dari kepedulian tersebutlah akan lahir generasi yang suka berbagi. "Dari peduli menjadi berbagi" Berbagi adalah sikap yang dicintai Allah karena memiliki pahala yang besar. Seperti yang terkandung dalam surat Al-Hadid ayat 7;

> "Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar."

Ayat ini jelas menunjukkan bahwa harta hanyalah titipan Allah karena Allah Ta'ala firmankah yang artinya, Hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya hakikatnya, harta tersebut adalah milik Allah. Allah Ta'ala yang beri kekuasaan pada makhluk untuk menguasai dan memanfaatkannya.

Dari semangat peduli dan berbagi itulah, kami akhirnya memutuskan untuk membuat sebuah brand kaos anak muslim yang memiliki konsep berbeda dengan kaos muslim yang telah ada.

Kami ingin memberikan sebuah warna baru, misi kami utamanya adalah ingin berbagi pesan keislaman untuk keluarga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

muslim melalui wadah kaos dengan mengangkat tema-tema keseharian yang mudah dipahami dan diimplementasikan, baik oleh orangtua atau anaknya.

Pesan yang kami bangun adalah pesan yang universal, sehingga dapat diterima oleh siapapun dengan konsep Rahmatan lil alamiin. Cukup lama kami membuat konsep Afrakids ini, hampir 6 bulan kami melakukan *riset,* diskusi dengan ustadz-ustadz, dan *benchmarking* ke beberapa brand luar papan atas agar kami benar-benar dapat memberikan sebuah nafas segar dalam industri kaos anak muslim dan tentunya menyemarakkan dakwah kreatif yang sedang berkembang saat ini.

Afrakids mencoba menawarkan berdakwah dan berbisnis, kita berbisnis tidak semata-mata untuk mencari keuntungan dunia saja namun juga berharap untuk mendapat keberkahan dariNya. Bahkan kalau bisa dikatakan, *mindset* kita sebagai seorang muslim dalam berbisnis tujuannya adalah akhirat, karena jika mengejar dunia maka yang didapat hanya dunia saja, namun jika mengejar akhirat maka akan mendapat dunia dan akhirat.

Tidak berlebihan jika dikatakan bahwa bisnis merupakan amaliyah yang memiliki banyak keutamaan. Begitu besar keutamaan bisnis, hingga Allah SWT ketika menggambarkan tentang keutamaan kehidupan akhirat, Allah SWT menggambarkannya dengan bisnis di Al-quran Surat As-Shaf ayat 10 sampai 13:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu Aku tunjukkan suatu perniagaan (bisnis) yang dapat menyelamatkan kamu dari azab yang pedih? (yaitu) kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagi kamu jika kamu mengetahuinya. niscaya Allah akan mengampuni dosa-dosamu dan memasukkan kamu ke dalam surga yang mengalir di bawahnya sungai-sungai, dan (memasukkan kamu) ke tempat tinggal yang baik di dalam surga `Adn. Itulah keberuntungan yang besar. Dan (ada lagi) karunia yang lain yang kamu sukai (yaitu) pertolongan dari Allah dan kemenangan yang dekat (waktunya). Dan sampaikanlah berita gembira kepada orang-orang yang beriman."

Afrakids mengajak untuk menjalankan bisnis sambil berdakwah. Perusahaan ini berkomitmen melalui pesan atau konten yang dibuat dalam kaos, Afrakids akan berdakwah membawa pesan untuk keluarga muslim di Indonesia secara kreatif.

Konten yang dibuat Afrakids pun disusun dengan sangat serius, hampir tiap hari pendiri Afrakids berdiskusi mengenai konten Islami yang tepat untuk diberikan kepada masyarakat.

Afrakids juga punya *concern* di dakwah Islam, khusunya untuk dakwah di keluarga muslim Indonesia lewat dakwah kreatif melalui kaos. Sehingga setiap desain produk kaos perusahaan mempunyai sebuah artikel yang sesuai dengan temanya. Misal: Tema kaos kami ada tentang "Go To Jama'ah", maka desain kaos itu mempunyai satu artikel mengenai pentingnya sholat berjama'ah. Jadi, pendiri Afrakids berharap bagi orangtua yang membelikan kaos untuk anaknya dapat paham juga secara mendetail apa pesan dakwah yang kami sampaikan lewat kaos kami.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sesuai *value* yang ingin kami bentuk: *care and share*. pendiri Afrakids peduli kepada saudara muslim kami, dan ingin berbagi lewat apa yang kami punya dan apa yang kami bias. baik berupa materi atau non-materi. Afrakids ingin membangun karakter pebisnis muslim yang peduli dan mau berbagi, agar dunia akhirat dapat diraih.[2]

Perusahaan tanpa agen, mereka akan kesulitan untuk memasarkan prduk mereka, maka peran agen disini sangat berperan penting untuk menjalankan bisnis di perusahaan. Agen adalah seseorang atau suatu perusahaan yang mewakili pihak lainnya untuk melakukan kegiatan bisnis.[3]

Agen Afrakids Yang bertempat di Jln. Gajah Magersari Rt 18. Rw 06. No 163A. Magersari mendapatkan omset Rp 36.136.000 dan memiliki laba Rp 6.755.150 tiap bulannya. Pekerjaan tidak terlalu berat mendapatkan hasil yang cukup besar maka peneliti ingin menggali lebih dalam pada agen Afrakids di Sidoarjo.

[2] https://www.Afrakids.com/ Diakses pada Rabu, 9 Maret 2016, pukul 21:54
[3] https://www.scribd.com/doc/110855711/Perbedaan-Agen-Dan Diakses pada Senin, 11 April 2016, pukul 11:59

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Visi dan Misi[4]

   a. Visi

      1. Memberikan inspirasi kepada keluarga muslim di Indonesia dengan membawa nilai peduli dan berbagi.
      2. Berharap keluarga muslim dapat saling peduli dan berbagi.
      3. Kepedulian dan saling berbagi tersebar luas di dunia.

   b. Misi

      1. Berbagi pesan keIslaman untuk keluarga muslim melalui wadah kaos dengan mengangkat tema-tema keseharian yang mudah dipahami dan diimplementasikan, baik oleh orangtua atau anaknya.
      2. Mengeloa dan merawat aset dengan baik sesuai ajaran Islam, sehingga bermanfaat dan menghantarkan kebahagiaan di dunia dan akhirat.

3. Struktur Organisasi

   Struktur organisasi merupakan sebuah susunan komponen-komponen (unit-unit kerja) dalam organisasi yang menunjukkan adanya pembagian kerja dan menunjukkan bagaimana fungsi-fungsi atau kegiatan-kegiatan yang berbeda.

   Struktur organisasi juga menunjukkan spesialisasi-spesialisasi pekerjaan, saluran perintah dan penyampaian laporan. Dalam sebuah organisasi perusahaan terdapat sebuah struktur konseptual yang

[4] https://www.Afrakids.com/ Diakses pada Rabu, 9 Maret 2016, pukul 21:54

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersusun dari fungsi-fungsi yang saling berhubungan yang bekerja sebagai suatu kesatuan organik untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan secara efektif dan efesien.

Struktur organisasi adalah suatu kerangka yang menunjukkan pola tetap dari suatu hubungan-hubungan antara bidang-bidang kerja maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan, wewenang, dan tanggung jawab masing-masing dalam suatu sistem kerja sama. Maksud organisasi dibentuk adalah wadah kerja sama orang-orang yang mempunyai kepentingan tertentu, menyatukan kepentingan pribadinya menjadi kepentingan bersama.[5]

Perusahaan sebagai organisasi membutuhkan adanya suatu pengaturan dan pengalokasian pekerjaan diantara personil di dalam perusahaan agar tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik yang dapat digambarkan dalam sebuah struktur organisasi.

Afrakids adalah perusahaan dengan sistem produsen langsung sehingga bisa mengontrol produksi. Perusahaan ini lengkap dari proses potong, jahit, dan sablon. Struktus di perusahaan produk kaos anak muslim Afrakids dapat dilihat di gambar berikut.[6]

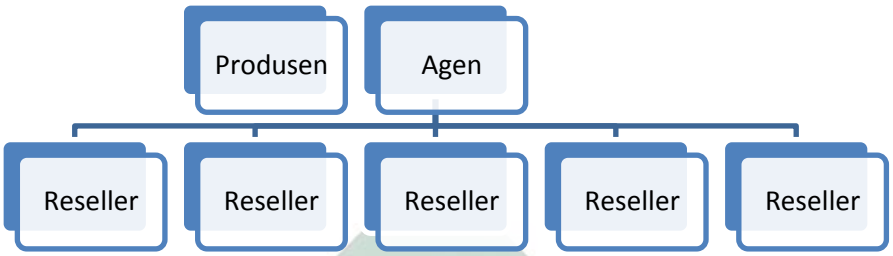
---

[5] Reny Maulidia Rahmat, 2012. *"Analisis Strategi Pemasaran Pada Pt. Koko Jaya Prima Makassar"* Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar. Hal, 43.

[6] https://www.Afrakids.com/ Diakses pada Rabu, 9 Maret 2016, pukul 21:54.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar.4.1 Struktur Organisasi



Agen Afrakids di Sidoarjo saat ini sudah memiliki 74 reseller yang tersebar di seluruh indonesia. Tugas dari agen Afrakids adalah membeli barang dari produsen lalu menjualnya ke Reseller. Agen Afrakids ini melakukan pemasaran yang bertujuan agar produk Afrakids bisa laku di pasaran.

Reseller tugasnya membeli barang dari agen Afrakids kemudian menjual barang tersebut kepada konsumen. Sedangkan Dalam memasarkan produknya, reseller menggunakan media Web agar bisa mempermudah dalam menjual produk Afrakids. Beberapa reseller dari agen Afrakids di Sidoarjo yaitu:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar.4.2

Tabel Daftar Reseller Wuri Afrakids Sidoarjo

NO (1)	NAMA (2)	ALAMAT (3)	NO HP (4)	PIN BB (5)	PAKET RESELLER (6)
1	HANNA PRATIWI	SIDOARJO	081357082994	5355CB72	PAKET PEDULI
2	ZUNITA KURNIA R	SURABAYA	087853377656	7CBFFD87	PAKET PEDULI
3	LALA AMELIA	TANGERANG	087877098581	7DBF825F	PAKET PEDULI
4	UMMI HANIK	PURWOKERTO	081259670243	7DF4F6DD	PAKET PEDULI
5	ANIZ WARDATUS	MALANG	087765293550	27608893	PAKET PEDULI
6	SHINTA MAGHFIROH	SIDOARJO		7FCB15BC	PAKET PEDULI
7	ANIK	SIDOARJO	085230235844		PAKET BERBAGI
8	NUR	JAKARTA	089602731823		PAKET PEDULI
	FAJAR ISTIQOMAH	PURBALINGGA	087732615537	760002F1	PAKET PEDULI
10	ALFI	BOJONEGORO	081335209201	57A7D118	PAKET PEDULI
11	SITI IRMAWATI	BOGOR	087872272255	540390FD	PAKET BERKAH
12	WIDYAWATI	SIDOARJO	081938245653		PAKET PEDULI

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
13	DYAH	SIDOARJO	082231984806	5AE22835	PAKET BERKAH
14	SINAR TANHAR	LUWU TIMUR SULAWESI SELATAN	085656572562		PAKET PEDULI
15	MURNI	BOGOR	085691591077 / 081265351085		PAKET BERKAH
16	DIAN	KEDIRI	085645254503		PAKET PEDULI
17	RIZKA	MADIUN	08563054852		PAKET PEDULI
18	IFFA NAFISAH	LAMONGAN	085735923448		PAKET BERBAGI
19	NURUL	SIDOARJO	081330140905	7DF4118A	PAKET BERKAH
20	APRIYANTI	BATAM		5960F66B	PAKET PEDULI
21	WAHYU WULANDARI	BEKASI	082311828601		PAKET PEDULI
22	siti mulyani	TANGERANG	088211800627		PAKET BERKAH
23	LISTYA KURNIATI	TANGERANG	081586868176		PAKET PEDULI
24	WIWIK ANDAYANI	MOJOKERTO	08123178428		PAKET PEDULI
25	Ana Sri Wahyuni	KEDIRI	085649759810		PAKET PEDULI
26	SANTY	LAMPUNG	081379430000		PAKET BERKAH

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
27	SURIAMI	KOLAKA	081355147445		PAKET PEDULI
28	ARININGTYAS	SEMARANG	081232326827		PAKET PEDULI
29	AYU	JEMBER	085232442097		PAKET BERKAH
30	NAJMA	PROBOLINGGO	08214375218		PAKET PEDULI
31	PUJI ASTUTIK	JOMBANG	081234079563		PAKET PEDULI
32	SRI WAHYUMI	SIDOARJO		5B045CE4	PAKET BERKAH
33	SHOLIKHAH	LAMONGAN		5A418A54	PAKET PEDULI
34	EVITINA WIRAAWAN	PROBOLINGGO	081336003775		PAKET BERKAH
35	BUNDA HANI	CILACAP		5D303F0F	PAKET PEDULI
36	BUNDA ISTI	PURWOKERTO	085712431815		PAKET PEDULI
37	INDAH RISTY	SIDOARJO		551FE7FF	PAKET PEDULI
38	NISA KURNIAAWAN	SURABAYA	085645207050		PAKET PEDULI
39	EMILIA AWANIS	JOMBANG	085791249146		PAKET PEDULI
40	NOVANI OZZY	LUMAJANG	085330218592		PAKET PEDULI

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
41	ARIK EKAWATI	SIDOARJO	08970882053		PAKET PEDULI
42	LA YAYA	PALU	082188800143		PAKET BERKAH
43	ANI DWI AMBARWATI	MATARAM	085257110186		PAKET BERKAH
44	DEWI FUSPITA SARI	DENPASAR	085249999921		PAKET BERKAH
45	NUR HAYATI	SURABAYA	089602731823		PAKET BERBAGI
46	MAFNUHA	MADURA	081850330552		PAKET BERKAH
47	DIAH LESTI UTAMI	KEDIRI	085257923877		PAKET PEDULI
48	DEVI NURLITA VIRDIYANTI	SIDOARJO	08170477332		PAKET PEDULI
49	ENDAH TRI PAMUNGKAS	PASURUAN	081235600276		PAKET PEDULI
50	AFNI MARITO	MEDAN	085270289022		PAKET BERKAH
51	NUR SINAR TANHAR	LUWU TIMUR SULAWESI SELATAN	085656572562		PAKET PEDULI
52	RIFQI UMMIL AFIFAH	TEGAL	08813471845		PAKET PEDULI
53	INDAH WAHYUNI	SIDOARJO	087702781700		PAKET PEDULI
54	SITI MUALIFAH	JAKARTA	082140117300		PAKET PEDULI

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
55	AGUNG ADINUGROHO	SIDOARJO	085230235844		PAKET PEDULI
56	AGUS PRASETIAWAN	SURABAYA	08123010463		PAKET PEDULI
57	IKKE NAURA	HALMAHERA	08893328621		PAKET PEDULI
58	RIA ARIFIANTI	SEMARANG	083842017603		PAKET PEDULI
59	AFIFAH PUTRI	MOJOKERTO			PAKET PEDULI
60	BUNDA ELHIN	SULAWESI TENGGARA		59A0CA25	PAKET PEDULI
61	MBAK ZIE ZIE	MADURA		5CB0053E	PAKET PEDULI
62	BUNDA AYIE	CIBUBUR		53DC775D	PAKET PEDULI
63	NON AL JUFRI	LAMPUNG		D0964DE6	PAKET BERKAH
64	YULIA SAFITRI	BANDUNG		58961EC8	PAKET PEDULI
65	BU ADEK	HALMAHERA SELATAN	081328702335		PAKET PEDULI
66	ANTY BARA	LAMPUNG	081368765327		PAKET PEDULI
67	INNE	SURABAYA	089604022689		PAKET PEDULI
68	LUSY	SURABAYA	085648362226		PAKET BERKAH

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
69	ENIK	SIDOARJO	081331166275		PAKET BERBAGI
70	MAMA SOFIA	SIDOARJO	082140117300		PAKET PEDULI
71	BU LESTARI	YOGYAKARTA	085878567869		PAKET PEDULI
72	BUNDA LUTHFI	MOJOKERTO	081234057981		PAKET PEDULI
73	NITA FITRIAH	SIDOARJO	081331284446		PAKET BERKAH
74	BU RAHMA	SURABAYA	081559512159		PAKET PEDULI

4. Strategi *relationship* Afrakids dengan agen

Agen Afrakids di Sidoarjo menjalin hubungan dengan perusahaan pada saat ada promo bulan Ramadahn. Pada saat itu Afrakids membagi paket menjadi 3 nama, diambil dari nama-nama Surga (Paket Naima, Paket Royyan, Paket Firdaus). Paket yang sediakan untuk menjadi Agen Afrakids di bulan Juni 2014 yang bisa pilih sebagai berikut:[7]

a. Paket Naima

Cukup dengan membayar Rp. 1.500.000 akan mendapatkan:

- 24 pcs kaos Afrakids (8pcs ukuran XS-S, 8pcs ukuran M-L, dan 8pcs ukuran XL) desain boleh campur.

[7] https://www.Afrakids.com/ Diakses pada Rabu, 9 Maret 2016, pukul 21:54

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Gratis 1 box kartu nama.
- Gratis Mini Spanduk ukuran 1,5×1 meter.
- Gratis Katalog 2 Pcs.
- Gratis Shopping Bag.
- Gratis Flyer Promosi.

b. Paket Royyan

Cukup dengan membayar Rp. 3.500.000 akan mendapatkan:

- 60 pcs kaos Afrakids (20pcs ukuran XS-S, 20pcs ukuran M-L, dan 20pcs ukuran XL) desain boleh campur.
- Gratis 2 box kartu nama.
- Gratis Mini Spanduk ukuran 1,5×1 meter.
- Gratis Katalog 5 Pcs.
- Gratis Shopping Bag.
- Gratis Flyer Promosi.

c. Paket Firdaus

Cukup dengan membayar Rp. 6.250.000 akan mendapatkan:

- 120 pcs kaos Afrakids (40pcs ukuran XS-S, 40pcs ukuran M-L, dan 40pcs ukuran XL) desain boleh campur.
- Gratis 2 box kartu nama.
- Gratis Mini Spanduk ukuran 1,5×1 meter.
- Gratis Katalog 10 Pcs.
- Gratis Shopping Bag.
- Gratis Flyer Promosi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Afrakids juga memberikan kesempatan kepada agen-agen untuk mendapatkan beberapa *reward* di bawah ini untuk 3 agen dengan penjualan terbaik:

a. Agen Terbaik pertama, akan mendapatkan Umroh Gratis
b. Agen Terbaik kedua, akan mendapatkan Galaxy Tab 3 8.0
c. Agen Terbaik ketiga, akan mendapatkan Advan Vandroid T 3B

5. Kompetitor Afrakids

Kompetitor merupakan perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Pesaing suatu perusahaan dapat dikategorikan pesaing yang kuat dan pesaing yang lemah atau ada pesaing yang dekat yang memiliki produk yang sama atau produk yang mirip.[8]

Banyak perusahaan menawarkan produk yang sama sepreti halnya Afrakids. Perusahaan tersebut merupakan kompetitor atau pesaing Afrakids. Adapun kompetitor Afrakids di Sidoarjo yaitu;

a. Julio kids

Produk julio kids adalah kaos untuk anak berdisain moderen sablon berwarna, *tshirt*-nya matching kalau dipadukan dengan stelan celana model apapun. Harga murah, dari Rp. 35.000 sampai Rp. 65.000 dan tersedia berbagai ukuran.[9]

[8] Roshif syamsuddin, 2015. *"strategi komunikasi bisnis PT. Arifin Trevel Dalam Menghadapi Kompetitor"*skripsi, Komunikasi, Dakwah, Universitas Sunan Ampel Surabaya. Hal. 86.
[9] www.imgrum.net diakses pada tgl 2agustus 2016 Pukul 13:31

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Arasyikids

Produk Arasykids adalah kaos anak yang berdisain Islami, lucu, dan edukatif. Dari segi warna mampu menarik hati anak-anak, sebab warna yang ditawarkan cerah. Dari segi harga tergolong ekonomis, mulai dari harga Rp. 45.000 sampai Rp.80.000 tersedia untuk berbagai ukuran.[10]

c. Ayesha kids

Produk ini Adalah kaos anak kecil sampai orang dewasa tahun dengan brandet label kids muslim dan baby muslim yang didisain dengan kreatifitas dan inovasi tinggi agar dapat *menstimulasi* ketertarikan anak dari sisi visual dengan mengadaptasi konsep Islami moderen bertemakan pengetahuan dan motivasi yang diharapkan dapat memberikan dampak yang *kompositif* bagi perkembangan karakter anak dengan menanamkan nilai-nilai pondasi Islam sedini mungkin.

Dari sisi harga Rp. 49.000 ribu sampai Rp. 105.000. ada juga dengan penjualan paket kaos keluarga 1 paket terdiri dari 2 kaos dewasa panjang atau pendak dan dua kaos anak panjang atau anak dengan harga Rp. 290.000.[11]

B. Penyajian Data

Data yang disajikan oleh penulis berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi, semua data yang disajikan berhubungan dengan rumusan

[10] www.arasyikids.com/harga-dan-ukuran/ diakses pada tgl 3 Agustus 2016 Pukul 12;43
[11] www.ayeshakids.com diakses pada tgl 3 agustus 2016 Pukul 13:10

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masalah dan landasan teori mengenai Strategi *Niche Marketing* Produk Anak muslim Afrakids di sidoarjo.

1. Penetapan Pasar

Penetapan pasar sasaran, memilih satu atau lebih segmen pasar untuk dimasuki.[12] Bunda wuri selaku *owner* atau pemilik Afrakids di Sidoarjo mengatakan;

> *"Mangsa pasarnya itu, pasti anak-anak Muslim, tapi ada beberapa juga reseler itu yang non muslim. Mereka tertarik dengan Afrakids, mungkin karena kaosnya itu bagus, menanamkan kepada anak untuk nilai-nilai keseharian yang baik."*[13]

Dan Bapak nidhom selaku *Patner* agen Afrakids di Sidoarjo juga mengatakan;

> *"Yang jelas produk ini untuk anak-anak yang* muslim *di indonesia. Kalo bicara untuk bisnis, mereka tidak melihat, tidak mencampur adukkan dengan agama. Kita sudah melihat yang jual sarung, baju coco juga banyak yang non muslim. Karena melihat peluang bisnis Afrakids ini cukup bagus, disin nya bagus, bahannya bagus, banyak peminat nya, akhirnya juga ada beberapa non muslim yang tertarik untuk ikut menjual produk Afrakids itu."*[14]

2. Menganalisa Konsumen

Segmentasi pasar, mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin meminta produk atau bauran

[12] Philip Kotler, 1997. Manajemen pemasaran 9e. Prenhallindo, jakarta. Hal, 221.
[13] Wawancara dengan Tutwuri Wuri Handayani selaku owner atau pemilik Afrakids di Sidoarjo. Tgl. 12 juni 2016.
[14] Wawancara dengan Muhammad Nidhommuddin selaku patner Agen Afrakids di Sidoarjo. Tgl. 12 juni 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemasaran tersendiri.[15] Bapak nidhom selaku *Patner* agen Afrakids di sidoarjo mengatakan;

> *"karena ktia bisa lebih fokus. Fokus dalam menjual prodak ini, karena kita menjual satu prodak, dan itupun untuk anak2x muslim. Dan alkhamdulillah sampai sekarang prodak kita sudah masuk singapura dan malaysia, disana kita punya agen. Mereka melihat di indonesia ada prodak bagus nih, anak muslim. Yang disainnya juga lucu-lucu dan mendidik."*

Dan juga mas Arif selaku *reseller* Afrakids sidoarjo mengatakan bahwa;

> *"Selama jadi reseler, bayak anak2xnya sih tertarik dengan produk tersebut, mungkin tertariknya dari segi* gambaaar, *segi disain atau segi warna yang berwarna-warni tapi kebanyakan itu dari ibu anak2x tersebut. Mungkin ibu2x itu berfikir denga prodak ini anak2x bisa belajar dari gambar tersebut, belajar dari tulisan yang ada di gambar tersebut."*[16]

3. Kualitas Pelayanan

Banyak penceruk yang mengkhususkan diri untuk melayani pelanggan kecil dan menengah yang terabaikan oleh sebagian besar perusahaan.[17] Mereka dapat memusatkan perhatian pada pembeli yang paling mungkin dapat mereka puaskan.[18] Bunda wuri selaku *owner* atau pemilik Afrakids di Sidoarjo mengatakan;

> *"Saya kan salah satu gaen dari frakids ini ya, kalo saya lihat saat ini, belakangan ini kan belum ada tu, prodak semacam afrakid ya, kaos anak-anak yang gambar berdesain Islami, kayak misalnya: mengajarkan anak untuk sholat berjamaah, doa sebelum makan; pakek tangan kanan kalo mau*

[15] Philip Kotler Dan Gary Armstrong, 2006. Prinsip-prinsip pemasaran edisi 12 jilid 2. Erlangga, Jakarta. Hal, 290.
[16] Wawancara dengan Muhammad Arif selaku Reseller Afrakids di Sidoarjo. Tgl. 12 juni 2016.
[17] Philip Kotler Dan Gary Armstrong, 2006. Prinsip-prinsip pemasaran edisi 12 jilid 2. Erlangga, Jakarta. Hal, 290.
[18] Philip Kotler, 1997. Manajemen pemasaran 9e. Prenhallindo, jakarta. Hal, 221.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

makan, itu kayaknya sampai saat ini belum ada. Apa lagi Afrakids ini kan bahanya bagus ya. Dan rencananya nanti akan ada launcing prodak Afrakids yang jilbab afra untuk anak-anak. Jadi pelayananya akan terus tingkatkan dan peluangnya sangat besar."

Bapak nidhom selaku *Patner* agen Afrakids di Sidoarjo juga mengatakan;

"Dari awal kita menjaga agar konsumen itu puas dengan *barang kita, kita memproduksi kaos ini dengan bahan yang premium, dari diseinnya gambarnya kita juga memakai yang bagus, meskipun dicuci gambarnya tidak akan pecah. Dan yang terpenting disini kita juga sambil berdakwah. Meskipu banyak orang yang menjiplak kaos Afrakids itu kida tidak merasa khawatis sama sekali. Kita tetep optimis prodak kita tidak akan kalah. Dan orang bisa memilih bisa melihat. Dan kita juga bisa bangga kalo misalkan proda kita banyak yang jiplak prodak kita, berarti prodak kita ini kan bagus. Seperti itu."*

Dan juga mas Arif selaku *reseller* Afrakids sidoarjo mengatakan bahwa;

"Ada unsur dakwahnya dalam prodak tersebut. Orang-orang itu tertarik dengan dakwahnya bukan sekedar gambarnya."

4. Keunggulan

Perusahaan dapat membangun keahlian dan dukungan pelanggan untuk mempertahankan dirinya menghadapi pesaing utama ketika ceruk itu tumbuh dan menjadi semakin menarik.[19] Bunda wuri selaku *owner* atau pemilik Afrakids di Sidoarjo mengatakan;

"Kita segmentasinya kan ke anak-anak. jadi anak-anak itu kan *mudah menyerap apa yang di ajarkan orang tua, apa*

[19] Philip Kotler Dan Gary Armstrong, 2006. Prinsip-prinsip pemasaran edisi 12 jilid 2. Erlangga, Jakarta. Hal, 289.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang di lihat setiap harinya, apa yang kita sampaikan, jadi kita bisa fokusnya ke anak-anak."

Bapak nidhom selaku Patner agen Afrakids di Sidoarjo mengatakan;

"Kita bisa lebih fokus untuk memuaskan pelanggan, kita memiliki disain yang premium yang original, asli kita buat sendiri karena kita memiliki disiner yang experst di bidangnya. Di setiap disain kaos di dalamnya ada artikel yang sesuai dengan gambar itu. Misalkan: let sholat, nah didalamnya kita seipkan menjelaskan bahwasannya sholat itu kewajibannya seperti apa, dasar hukumnya seperti apa, kemudian bagusnya sholat itu seperti apa, di situ ada semua penjelasan di artikel itu. Di selipkan artikel yang sesuai dengan artikel tersebut.

Dan serunya!;

"Dakwah, jelas, karena memang tujuan kita itu pengen berdakwah dengan cara yang lain. Kita melihat peluang bahwa dakwah dengan media kaos anak muslim ini belum ada, dan peluangnya cukup besar. Dari awal kita menjaga agar kita memproduksi kaos ini dengan bahan yang premium, dari diseinnya gambarnya kita juga memakai yang bagus, meskipun dicuci gambarnya tidak akan pecah. Dan yang terpenting disini kita juga sambil berdakwah. Meskipu banyak orang yang menjiplak kaos Afrakids itu kida tidak merasa khawatis sama sekali. Kita tetep optimis prodak kita tidak akan kalah. Dan orang bisa memilih bisa melihat. Dan kita juga bisa bangga kalo misalkan proda kita banyak yang jiplak prodak kita, berarti prodak kita ini kan bagus. Seperti itu."

5. Resiko

Di setiap hal pasti ada keunggulan dan kelemahan atau resiko, di dalam menjalankan strategi *Niche Marketing* pasti ada resiko yang di hadapi. Bapak nidhom selaku Patner agen Afrakids di Sidoarjo mengatakan;

"Eeeemm kita membutuhkan dana yang besar untuk menambah *promosi. Terkadang kita tidak bisa langsung mendapatkan respon dari orang atau konsumen. Karena ini*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

banyak yang belum tau prodak ini, sehingga kita butuh dana yang cukup besar untuk promosi."

Bunda wuri selaku *owner* atau pemilik Afrakids di Sidoarjo mengatakan;

"Ini kan fokusnya ke anak2x yaaa, tp terkadang orang tuanya juga pengen kembaran sama anaknya, terkadang seperti itu. Pernah ada orang yangtanya; mbk gimana kalo ini kembaran sama orang tuanya, kan kita juga pengen pakek kayak gitu.!...Oh, maaf bunda, maaf sekali, ini hanya menydiakan kaos untuk anak-anak."

6. Produk

Produk adalah bagian inti dari jual beli. Didalam syariah, produk yang biasa disebut ma'qud'alaih atau barang, itu adalah salah satu rukun dan syarat dari jual beli. Yang jika tidak di penuhi maka rukun dan syarat tersebut akan tidak sah menurt syariah.[20] Mas Arif selaku *reseller* produk kaos Afrakids sidoarjo mengatakan bahwa;

"Menurut saya produk dari Afrakids itu lebih fisionebel. Disainya *itu lebih kekinian. Dilihat dari produknya, dilihat dari gambarnya, di lihat dari warnanya kan beda. Lebih mencolok gitulah."*

Bunda wuri selaku *owner* atau pemilik Afrakids di Sidoarjo juga mengatakan;

"produk kita unggulanya di desain sama bahanya mas, dan juga harganya *itu cukup terjangkau untuk kalangan umum."*

Bapak nidhom selaku Patner agen Afrakids di Sidoarjo mengatakan;

[20] Bukhari Alma Donni Juni Priansa, 2009. *Manajemen Bisnis Syariah.* Alfabeta, Bandung. Hal, 243.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> *”kita* fokus *ke prodak anak muslim....kita memproduksi kaos ini dengan bahan yang premium, dari diseinnya* gambarnya *kita juga memakai yang bagus, meskipun dicuci gambarnya tidak akan pecah....sampai sekarang prodak kita sudah masuk singapura dan malaysia, disana kita punya agen. Mereka melihat di indonesia ada prodak bagus nih, anak muslim. Yang disainnya juga lucu-lucu dan mendidik.”*

7. Penjualan Kaos Agen Afrakids di Sidoarjo

Hasil penjualan kaos anak muslim satu bulan terakhir di agen Afrakids Sidoarjo, mencapai 571 prodak dengan omset Rp. 36.136.000 dan mendapatkan laba Rp. 6.755.150. hasil tersebut cukup fantastis, melihat pekerjaannya yang tidak terlalu berat. Dengan menggunakan teknologi lewat *website* agen Afrakids bisa menjual produk mereka. Seperti yang di ungkapkan bapak nidhom;

> *“Afrakids ini jenengan cari di manapun jarang yang punya otlet, karena kita memang penjualan kita via online. Aeeeem dalam bersaing kita menggunakan sistem penjualan dengan online ya. Dengan facebook twiter dan lain sebagainya. Kalo pesaing atau prodak lain mungkin banyak membuka otlet, tp kita mengambil pasar belum terjangkau oleh mereka-mereka yang mungkin tidak bisa membuka otlet atau toko atau orang yang tidak bisa keluar rumah. Kita mengambil pasar yang seperti itu. Kita menggunakan facebook untuk menarik patner atau konsumen karena di indonesia ini adalah pengguna facebook terbesar ke 3 di dunia.”*

C. Pembahasan hasil penelitian (Analisa Data)

Setelah objek penelitian kajian diteliti dan kemudian data-datanya dipaparkan secara utuh di bagian penyajian data. Disini Peneliti mulai menampilkan beberapa hasil temuan yang di peroleh. Sebagaimana yang sudah ada dibagian penyajian maka dapat ditemukan beberapa hal sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Strategi *Nche Marketing* Agen Afrakids di Sidoarjo

Perusahaan memerlukan strategi pemasaran untuk memasarkan barang atau produksi yang dihasilkan. Strategi pemasaran sebagai suatu proses yang meliputi analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian. Mencakup gagasan, barang dan jasa yang tujuannya adalah menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak yang terlibat.[21] Mereka harus menetapkan tujuan dan mengembangkan strategi untuk mendapatkan hasil yang memuaskan dalam pasar-pasar tersebut.[22]

Niche Marketing adalah salah satu strategi pemasaran. Untuk menjalankan strategi tersebut perusahaan atau pengusaha, harus memiliki bagian untuk menjalankan strategi ini;

a. Penetapan Pasar

Penetapan pasar adalah satu hal yang sangat perlu diperhatikan. Jika salah langkah sedikit, maka bisnis yang kita jalankan tidak sesuai dengan target pasar. Seperti yang diketahui bahwa untuk melayani pasar dengan baik, banyak perusahaan menerapkan pemasaran sasaran.

Dalam pemasaran sasaran penjual membedakan segmen-segmen pasar utama, membidik satu atau dua segmen itu, dan mengembangkan produk dan program yang dirancang khusus

[21] Philip Kotler. 1996. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan pengendalian*. Erlangga. Jakarta. Hal, 14.
[22] Philip Kotler. 1997. *Manajemen Pemasaran.* PT. Prenhallindo. Jakarta. Hal. 13-14

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagi setiap segmen. Mereka dapat memusatkan perhatian pada pembeli yang paling mungkin dapat mereka puaskan.[23]

Pasar yang paling mungkin dilayani oleh Afrakids adalah pasar Muslim yang lebih dikhususkan ke anak Muslim. Bunda wuri selaku *owner* atau pemilik Afrakids di Sidoarjo mengatakan;

> *"Mangsa pasarnya itu, pasti anak-anak Muslim,....Kita segmentasinya kan ke anak-anak, jadi anak2x itu kan mudah menyerap apa yang di ajarkan orang tua, apa yang di lihat setiap harinya, apa yang kita sampaikan, jadi kita bisa fokusnya ke anak-anak."*[24]

Ssesuai dengan hasil wawancara dengan bunda Wuri, pasar sasaran Afrakids adalah anak muslim. Dan hal itu juga di benarkan oleh Bapak Nidhom selaku *partner* bahwa produk ini di khususkan untuk anak-anak muslim.

> *"Yang jelas produk ini untuk anak-anak yang muslim di indonesia...."*

Niche Marketing adalah sebagai kelompok yang lebih sempit, yang diidentifikasi dengan membagi segmen menjadi subsegmen dengan spesialisasi yang merupakan kunci utama dari *Niche Marketing* tersebut.[25]

Afrakids memilih segmentasi pasarnya muslim, dan subsegmen-nya adalah anak muslim yang membutuhkan atau menambah *edukasi* mengenai nilai-nilai Islam.

---

[23] Philip Kotler. 1997. *Manajemen Pemasaran.* PT. Prenhallindo. Jakarta. Hal. 221.
[24] Wawancara dengan Bunda wuri selaku owner atau pemilik Afrakids di Sidoarjo. Tgl. 12 juni 2016.
[25]Angeelia Cindy Hadiprojoo, 2014.*"Niche Market Strategy pada industri keramik kasongan, yogyakarta",* Skripsi, Fakultas Ekonomi, universitas Atama Jaya Yogyakarta. Hal. 8

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Melihat dari nama brand kaos Afrakids bahwasanya di tujukan untuk anak muslim. Karena Afrakids ingin berbagi pesan keIslaman untuk keluarga muslim melalui wadah kaos dengan mengangkat tema-tema keseharian yang mudah dipahami dan diimplementasikan, baik oleh orangtua atau anaknya.[26]

b. Menganalisa Konsumen

Faktor yang paling penting dalam keberhasilan *Niche Market* adalah mengidentifikasi target pasar.[27] Perusahaan yang menggunakan *Niche Marketing* dapat mengetahui kelompok pelangga sasaran dengan begitu baik, sehingga perusahaan dapat memenuhi kebutuhan mereka secara lebih baik daripada perusahaan lain yang bisa menjual kepelanggan tersebut. penceruk dapat menangkap *markup* biaya karena adanya nilai tambah.

Segmentasi pasar yang sangat spesifik akan jauh lebih mudah untuk menganalisa konsumen. Perusahaan dapat mengetahui kebutuhan konsumen secara lebih. Sehingga perusahaan dapat memuaskan pelanggan dengan lebih baik. Hal tersebut dilakukan oleh Afrakids, seperti yang di ungkapkan oleh bapak nidhom selaku *Patner* agen Afrakids di sidoarjo mengatakan;

---

[26] https://www.Afrakids.com/ Diakses pada Rabu, 9 Maret 2016, pukul 21:54

[27] Angelia Cindy Hadiprojo, 2014. *"Niche Market Strategy Pada Industri Keramil Kasongan,* Yogyakarta*",* Skripsi, Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Hal,16.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> *"Dengan memilih satu segmentasi pasar ktia bisa lebih fokus. Fokus dalam menjual prodak ini, karena kita menjual satu prodak, dan itupun untuk anak-anak muslim....sekarang prodak kita sudah masuk* singapura *dan malaysia.....Mereka melihat: di indonesia ada prodak bagus nih, anak muslim. Yang disainnya juga lucu-lucu dan mendidik."*

Afrakids menganalisa konsumen dengan begitu baik, dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Seperti;

1) Produk untuk anak Muslim
2) Produk yang berdisain lucu
3) Produk yang mendidik

Dari gambar tersebut Afrakids memberikan produk untuk anak Muslim yang berdisan menarik, dan mendidik yang bernuansa Islami. Mas Arif selaku *reseller* Afrakids di Sidoarjo membenarkan bahwa;

> *"Selama jadi reseler, bayak anak-anaknya sih tertarik dengan produk tersebut, mungkin tertariknya dari segi gambaaar, segi disain atau segi warna yang berwarna-warni tapi kebanyakan itu dari ibu anak-anak tersebut. Mungkin ibu-ibu itu berfikir denga prodak ini anak-anak bisa belajar dari gambar tersebut, belajar dari tulisan yang ada di gambar tersebut."*

c. Kepuasan Pelanggan

Dalam pemasaran sasaran penjual membedakan segmen-segmen pasar utama, membidik satu atau dua segmen itu, dan mengembangkan produk dan program yang dirancang khusus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bagi setiap segmen. Mereka dapat memusatkan perhatian pada pembeli yang paling mungkin dapat mereka puaskan.[28]

Tidak hanya Afrakids yang ingin mempunyai pelanggan setia dan puas dengan produknya. Perusahaan lain juga menginginkan kepuasan pelanggan, Karena kepuasan pelanggan tujuan inti agar produk dapat diterima di masyarakat.

dalam strategi *Niche Market* atau ceruk pasar adalah spesialisasi. Perusahaan harus memiliki keahlian khas dalam hal pasar, konsumen, produk, dan sebagainya. Perusahaan hanya beroperasi untuk kelas bawah atau kelas atas saja. Jadi perusahaan bisa hanya melayani konsumen berpenghasilan tinggi dengan menawarkan produk-produk *prestise*, misalnya butik dan galeri seni. Sebaliknya dapat pula hanya melayani konsumen kelas bawah dengan menawarkan produk-produk murah yang kualitasnya lumayan baik.[29]

Banyak penceruk yang mengkhususkan diri untuk melayani pelanggan kecil dan menengah yang terabaikan oleh sebagian besar perusahaan.[30] Afrakids mengkhususkan diri untuk melayani konsumen kelas menengah dan bawah dengan kualitas yang baik. Seperti yang di ungkapkan oleh bunda wuri bahwa

[28] Philip Kotler, 1997. Manajemen pemasaran 9e. Prenhallindo, jakarta. Hal, 221.
[29] Angelia Cindy Hadiprojo, 2014. *"Niche Market Strategy Pada Industri Keramil Kasongan, Yogyakarta",* Skripsi, Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Hal. 10.
[30] Philip Kotler Dan Gary Armstrong, 2006. Prinsip-prinsip pemasaran edisi 12 jilid 2. Erlangga, Jakarta. Hal, 290.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> *"Saya kan salah satu gaen dari frakids ini ya, kalo saya lihat saat ini,* belakangan *ini kan belum ada tu, prodak semacam afrakid ya, kaos anak-anak yang gambar berdesain Islami, kayak misalnya: mengajarkan anak untuk sholat berjamaah, doa sebelum makan; pakek tangan kanan kalo mau makan, itu kayaknya sampai saat ini belum ada. Apa lagi Afrakids ini kan bahanya bagus ya."*

Kualitas pelayanan Afrakids ada pada produk. dengan disain dan bahannya yang bagus, Afrakids menjual dengan harga yang terjangkau. Bapak nidhom juga mengatakan bahwa;

> *"Dari awal kita menjaga agar konsumen itu puas dengan barang kita, kita memproduksi kaos ini dengan bahan yang premium, dari diseinnya gambarnya kita juga memakai yang bagus, meskipun dicuci gambarnya tidak akan pecah. Dan yang terpenting disini kita juga sambil berdakwah. Meskipu banyak orang yang menjiplak kaos Afrakids itu kida tidak merasa khawatis sama sekali. Kita tetep optimis prodak kita tidak akan kalah. Dan orang bisa memilih bisa melihat. Dan kita juga bisa bangga kalo misalkan proda kita banyak yang jiplak prodak kita, berarti prodak kita ini kan bagus. Seperti itu."*

Dengan melihat produk yang berkualitas dan harganya terjangkau, apalagi dengan adanya nilai dakwah di produk kaos ini. Maka pelanggan akan tertarik untuk memili produk ini.

Afrakids memang mempunyai visi yang unik daripada produk lain. Tidak hanya mengutamakan desainnya, namun produk ini juga memberi nilai-nilai dakwah didalam produk kaos tersebut. Dengan produknya yang unik dan banyak orang yang tertarik, ada beberapa reseller bermunculan dan merasakan bagaimana kepuasan pelanggan dengan produk Afrakids ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diungkapkan oleh salah satu reseller, yaitu mas Arif. Mas aerif mengatakan bahwa;

> *"Ada unsur dakwahnya dalam prodak tersebut. Orang2x itu tertarik dengan dakwahnya* bukan *sekedar gambarnya."*

d. Produk

Produk adalah elemen kunci pemasaran. Inti merek yang bagus adalah produk yang bagus. pemimpin pasar biasanya menawarkan produk dan jasa bermutu tinggi yang memberikan nilai pelanggan yang paling tinggi. produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide.[31]

Bentuk produk Afrakids adalah kaos untuk anak muslim yang berkualitas dan memberikan nilai-nilai Islami. Bapak nidhom selaku Patner agen Afrakids di Sidoarjo mengatakan;

> *"kita fokus ke prodak anak muslim....kita memproduksi kaos ini dengan bahan yang premium, dari diseinnya gambarnya* kita *juga memakai yang bagus, meskipun dicuci gambarnya tidak akan pecah...."*

Selain itu poduk Afrakids juga mempunyai kononsep kaos yang sangat berbeda. Perbedaannya adalah[32]:

[31] Philip kotler dan kevin lane keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta. Hal, 4.
[32] https://www.Afrakids.com/ Diakses pada Rabu, 9 Maret 2016, pukul 21:54.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Desain kaos premium (terlampir di file “Desain Afrakids 2014”)
2) Setiap kaos mempunyai artikel sesuai dengan desain kaosnya (terlampir di file “Desain Afrakids 2014”)
3) Setiap kaos juga akan mempunyai insider yang telah diberi artikel
4) Memakai plastik pembungkus desain premium sehingga meningkatkan kualitas Afrakids
5) Mempunyai hang tag yang berisi cerita bersambung mengenai value care dan share.
6) Kami memakai bahan kaos katun 24S premium agar nyaman dipakai oleh anak-anak.

2. Dampak Strategi *Niche Marketing* Agen Afrakids di Sidoarjo

Banyak peluang atau keunggulan dan hambatan atau resiko dari strategi *Niche Marketing* di Afrakids Sidoarjo. Menggunakan strategi ini akan mempunyai bebrapa dampak diantaranya adalah sebagai berikut;

a. Peluang (Keunggulan)

Segmen pasar Muslim kini menjadi *Niche* yang semakin menarik perhatian dunia. Bisa kita lihat salah satu contoh pasar muslim yang sangat berkembang saat ini adalah industri busana Muslim.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Begitupula dapat kita lihat di Indonesia, ketika kelas menengah banyak bermunuculan semenjak GDP perkapita rakyat Indonesia mencapai $3000 di akhir tahun 2011. Ini membuat belanja orang Indonesia meningkat drastis. Ditambah fakta bahwa masyarakat muslim Indonesia saat ini semakin tertarik kepada hal-hal mengenai agamanya sendiri yaitu Islam.

Terbukti buku-buku tentang Agama Islam laris manis dan banyak buku Islam menjadi best seller. Perkembangan hijab yang makin meluas, pengajian-pengajian yang aktif di mana-mana, para pemuda kreatif membuat aplikasi tentang keIslaman.[33] Maka dari itu Agen kaos anak muslim Afrakids lebih bersemangat untuk menjalankan bisnis tersebut. menurutnya;

> *"Kita memiliki disain yang premium yang original, asli kita buat sendiri karena kita memiliki disiner-disainer yang experst di bidangnya. Di setiap disain kaos di dalamnya ada artikel yang sesuai dengan gambar itu. Misalkan: let sholat, nah didalamnya kita selipkan menjelaskan bahwasannya sholat itu kewajibannya seperti apa, dasar hukumnya seperti apa, kemudian bagusnya sholat itu seperti apa, di situ ada semua* penjelasan *di artikel itu. Di selipkan artikel yang sesuai dengan artikel tersebut."*

Apalagi Afrakids memiliki keunggulan di bidang dakwah. Hal tersebut di pertegas oleh bapak Nidhom.

> *"DAKWAH, jelas, karena memang tujuan kita itu pengen berdakwah dengan cara yang lain. Kita melihat peluang bahwa dakwah* dengan *media kaos anak muslim ini belum ada, dan peluangnya cukup besar."*

[33] https://www.Afrakids.com/ Diakses pada Rabu, 9 Maret 2016, pukul 21:54

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Melihat pesaing atau kompetitor, Afrakids lebih unggul dari Arasykids. Pasalnya dengan produk yang bagus dan pangsa pasar lebih tinggi dari produk lain. Msyarakat akan melihat dan lebih memilih produk yang berkualitas meski harganya sedikit lebih mahal. Di samping itu konsumen di tuntut untuk lebih cerdas dalam memilih barang yang di gunakan.

Adapun jika dibandingkan dengan julio kids, produk Afrakids lebih menarik konsumen dari segi edukasi yang bernilai Islami. Sedangkan jika dibandingkan produk ayesha kids, Afrakids lebih *Niche* fokus dalam memilih segmentasi pasar.

Dengan memiliki keunggulan-keunggulan produk Afrakids, maka perusahaan memiliki keuntungan lain dari *Niche Market* adalah perusahaan memiliki kelompok pelanggan yang lebih kecil, sehingga perusahaan dapat mengenali pelanggan dengan lebih baik. Hal ini membuat perusahaan lebih mampu memuaskan pelanggan atau disebut sebagai loyalitas konsumen.[34]

b. Hambatan (Resiko)

Selain keuntungan yang dapat diberikan oleh *Niche Market*, terdapat pula resiko yang melekat yakni Serangan oleh pesaing yang ingin menjadi bagian dari *Niche Market* yang menguntungkan.[35]

---

[34] Angelia Cindy Hadiprojo, 2014. *"Niche Market Strategy Pada Industri Keramil Kasongan, Yogyakarta",* Skripsi, Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Hal. 16

[35] Angelia Cindy Hadiprojo, 2014. *"Niche Market Strategy Pada Industri Keramil Kasongan, Yogyakarta",* Skripsi, Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Hal. 16

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal tersebut juga dirasakan oleh agen Afrakids di Sidoarjo, menurut bapak nidhom *".....banyak orang yang menjiplak kaos Afrakids...."* jadi seseorang atau perusahaan ingin mengambil keuntungan dari *Niche Market* Afrakids di sidoarjo.

Strategi *Niche Marketing* yaitu segmentasi pasar yang sangat spesifik. Dan hal itu bisa menjadi kelemahan strategi itu sendiri. Seperti yang dialami oleh *owner* agen Afrakids Sidoarjo;

> *"Ini kan fokusnya ke anak2x yaaa, tp terkadang orang tuanya juga pengen kembaran sama anaknya, terkadang seperti itu.* Pernah *ada orang yangtanya; mbk gimana kalo ini kembaran sama orang tuanya, kan kita juga pengen pakek kayak gitu.! Oh, maaf bunda, maaf sekali, ini hanya menydiakan kaos untuk anak-anak" ujar* bunda wuri.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id