BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian

1. Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memilih informan yang sesuai dengan fokus penelitian sebagai sumber data penelitian. Adapun nama informan adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2 Sumber/Informan

No.	Informan	Posisi
1	*Munawar*	Pemilik/Sales
2	Riwayat harjono	Sales
3	Munir	Sales
4	Khoiru Rohmah	Tukang Potong

Alasan peneliti memilih informan tersebut karena, informan tersebut merupakan seseorang yang mengetahui betul tentang *home industry* "bagus konveksi" yang dibutuhkan peneliti untuk menggali data atau informasi dalam penelitian 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

2. Obyek penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah bidang yang terkait denagan keilmuan peneliti yaitu ilmu komunikasi dengan fokus ilmu komunikasi persuasif. Penelitian ini menitik beratkan pada komunkasi persuasif yang dilakukan oleh "*Home industry* "Bagus Konveksi" yang menyangkut proses, dan faktor penghambat komunikasi persuasi yang dilakukan di *Home industry* "Bagus Konveksi".

3. Lokasi penelitan

Adapun lokasi penelitian adalah di "*Home industry* "Bagus Konveksi" yang terletak di Dsn. Mejerat Ds. Pungging Kec. Pungging. Kab. Mojokerto, propinsi jawa timur.

KEMENTERIAN AGAMA PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

a. Latar belakang

Home industry "Bagus Konveksi" adalah usaha milik perseorangan, yang bergerak di bidang garment atau konveksi rumahan yang memproduksi seragam sekolah yang siap pakai, baik seragam sekolah TK, SD, SMP, dan SMA.

Home industry "Bagus Konveksi" sudah dirintis sejak tahun 2000, pendiri dari *home industry* "Bagus Konveksi" adalah bapak Munawar bersama istrinya yang bernama ibu Khoiru Rohmah, *home industry* "Bagus Konveksi" sudah beroperasi selama 11 tahun. Walaupun pada dasarnya menurut perkembangan *home industry* "Bagus Konveksi" ini berawal dari suatu usaha yang berskala relatif

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

kecil di daerah permukiman warga Ds. Pungging, Dsn. Mejerat, yang pada awalnya mereka hanya membuka sebuah usaha jasa di bidang jahit menjahit, Dahulunya beliau hanya peruntungan dibidang tersebut, hanya untuk menambah penghasilannya.

Home industry "Bagus Konveksi" merupakan satu dari sekian banyak *home industry* yang ada di daerah Kab. Mojokerto yang bergerak di bidang garmen atau konveksi. Dengan kapasitas persediaan yang optimal, *home industry* "Bagus Konveksi" berusaha untuk mencapai standart produksi dengan meningkatkan fasilitas produksi seperti peralatan mesin jahit yang standart, sehingga diharapkan kedepannya bisa meningkatkan kapasitas produksi yang dihasilkan lebih banyak dari kapasitas sekarang.

Home industry "Bagus Konveksi" yang dulu hanya dikenal oleh orang disekitar daerahnya tampat tinggal bapak munawar saja, akan tetapi kini dari tahun ketahun *home industry* ini mulai dikenal oleh banyak sekolah-sekolah di wilayah daerah mojokerto.

Pada tahun 2001 *home industry* ini mulai berkembang yang pada awalnya hanya dikenal oleh 1 sekolah saja, sekarang sudah banyak sekolah-sekolah, mengenal *home industry* "Bagus Konveksi" yang dimiliki oleh bapak munawar, sehingga dari tahun ke tahun *home industry* "Bagus Konveksi", mendapatkan omsetnya pun semakin bertambah.

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

Kini *home industry* home "Bagus Konveksi" sudah memiliki 6 karyawan produksi dan 1 karyawan untuk bagian kerja serabutan, semua karyawan adalah yang membantu untuk memproduksi pakain-pakaian seragam sekolah, dan 3 orang sales pemasaran yang hanya khusus untuk memasarkan produk dari *home industry* "Bagus Konveksi", yang berupa pakaian seragam sekolah, TK, SD, SMP, SMA suasuai degnan pembagian wilayah daerah pemasaran masing-masing.

b. Tujuan pendirian

Dalam mendirikan *home industry* pemilik *home industry* memiliki tujuan antara lain yaitu :

1) Untuk memenuhi kebutuhan *home industry* dalam memenuhi dan memeberikan kebutuhan jasa kepada konsumen.
2) Guna mencipatakan lowongan kerja bagi orang-orang yang mempunyai keterampilan menjahit.
3) Untuk mendukung pencapaian laba dan usaha
4) Memberikan keseimbagan dalam pemenuhan kepentingan segenap para pegawai dan konsumen *home industry* "Bagus Konveksi".

c. Visi *home industry* "Bagus Konveksi"

Menjadi sebuah *home industry* dan terkemuka dalam penyediaan jasa dan mengutamakan kemaslahatan bersama.

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

d. Misi *Home industry* "Bagus Konveksi"

Mendukung pencapaian sasaran laba usaha dan juga sebaik mungkin memberikan pelayanan jasa yang unggul kepada konsumen sehingga memberikan kepuasan bagi setiap konsumen *home industry* "Bagus Konveksi" dan memperoleh pangsa pasar yang diharapkan.

e. Budaya *Home industry* "Bagus Konveksi"

Budaya *home industry* adalah seperangkat sistem nilai yang diyakini semua oleh *home industry* dan yang dipelajari, diterapkan, serta dikembangkan secara terus-menerus, berfungsi sebagai perekat, dan dijadikan acuan berperilaku dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh *home industry* "Bagus Konveksi".

Adapun Budaya *home industry* ini, ialah :

1. Sukses merupakan hasil kerjasama yang didukung prakarsa perseorangan.
2. Orentasi pada pertumbuhan dengan menciptakan dan memanfaatkan peluang.
3. Mutu melandasi setiap perilaku.

f. Produk

Untuk Produck yang ditawarkan oleh *home industry* "Bagus Konveksi" adalah segala macam jenis seragam mulai dari seragam TK, SD, SMP, dan SMA, untuk seragam khusus TK konsumen bebas

gilib.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

memilih modela apa yang yang diinginkan oleh konsumen, tapi tidak hanya itu saja konsumen juga berhak menentukan bahan dan kualitas yang digunakan untuk pembuatan seragam dan juga bebas menentukan warna dari seragam tersebut, yang penting konsumen harus menyeimbangkan antara kualitas bahan yang di gunakan dengan harga. sedangkan untuk SD, SMP dan SMA, warna seragam sesuai dengan yang ditentukan oleh dinas pendidikan, tapi konsumen juga berhak memilih bahan sesuai selera konsumen.

4. Sarana dan Prasarana Industri "Bagus Konveksi"

Penyediaan sarana dan prasarana untuk *home industry* "Bagus Konveksi" disesuaikan dengan perkembangan zaman dan teknologi, berkaitan dengan kualitas barang yang diproduksi dan jumlah pesanan. Sehingga untuk melayani pesanan agar selesai tepat waktu dan seragam yang diproduksi berkualitas mulai dari bahan hingga jahitan seragam terseb, sehingga konsumen bisa merasa puas.

Bagi *home industry* kepuasan konsumen adalah hal yang paling diutamakan, karena jika konsumen merasa puas, maka konsumen akan terus merasa percaya, sehingga konsumen tidak lagi memesan kepada yang lain karena konsumen merasa produk kami yang lebih bagus, karena hal inilah yang diinginkan oleh setiap *home industry* yaitu dengan menjaga kepercayaan konsumen dan juga menjalin hubungan baik dengan konsumen.

gilib.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

Home industry menyediakan sarana dan prasarana demi menunjang kualitas dari produk seragam *home industry* "Bagus Konveksi" baik dari segi bahan maupun jahitan, karena kepuasan konsumen adalah yang paling utama, selain itu juga demi menunjang keefektifan waktu, antara lain tersedianya berbagai macam mesin yang digunakan dalam memproduksi produk *home industry* "Bagus Konveksi" seperti :

1. Mesin jahit berjumlah 8 unit mesin, dari segala jenis merek.
2. Mesin obras benang 3 ada 1 unit, dan mesim obras benang 5 ada 2 unit, semuanya berjumlah 3 unit mesin obras.
3. Mesin pasang kancing berjumlah 1 unit mesin.
4. Mesin naskat atau mesin lubang kancing berjumlah 1 unit mesin,
5. Mesin potong kain berjumlah 2 unit mesin.
6. Meja potong besar yang terbuat dari kayu jati, berjumlah 1 buah meja.
7. Setrika uap, berjumlah 1 buah.
8. Perlengkapan untuk menjahit, seperti gunting, mal atau disebut juga dengan pola baju, dll.

5. Strategi Dan Kebijakan Usaha

Dalam upaya mewujudkan Misi Home Indutri, manajemen menetapkan strategi bisnis serta kebijakan usaha sebagai berikut , diantaranya adalah :

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

a. Strategi Bisnis

1) Memantapkan usaha melalui peningkatan produktivitas untuk memperoleh harga produksi dan menghasilkan produk dengan mutu sesuai permintaan pasar

2) Untuk meningkatkan kinerja usaha dan mengembangkan usaha pendukung secara selektif.

b. Kebijakan Usaha

Untuk mendukung keberhasilan strategi yang dipilih, kebijakan yang ditempuh *home industry* mencakup:

1) Meningkatkan produktivitas dan jumlah konsumen.
2) Mengembangkan kemampuan sumber daya manusia
3) Meningkatkan dan menjaga mutu barabg produksi
4) Mengembangkan dan memperluas penjualan

6. Profil singkat tentang *home industry* "Bagus Konveksi"

a. Status *Home industry*

Home industry "Bagus Konveksi" didirikan pada tahun 2000. *Home industry* yang berstatus *home industry* ini merupakan *home industry* milik perseorangan/pribadi, tidak ada penggabungan dari orang-orangorang terdekat atau relasi.

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. Komoditi Usaha

Home industry "Bagus Konveksi" menghasilkan hanya satu komoditi atau produk yaitu seragam sekolah dari TK, SD, SMP, SMA, serta seragam pabrik, sesuai pesanan dalam bentuk partai atau dalam jumlah banyak.

Bahan produksi untuk membuat seragam diperoleh dari penjual-penjual kain yang ada di daerah sekitar surabaya dan mojokerto. Hasil produksi yaitu berupa seragam sekolah siap pakai sesuai dengan permintaan konsumen.

c. Produksi Pertahun

Untuk produksi pertahunnya *home industry* "Bagus Konveksi" tidak menargetkan harus menghasilkan berapa jumlah seragam yang harus diproduksi, banyak atau sedikitnya jumlah seragam yang di produksi tergantung dengan banyak atau tidaknya jumlah permintaan atau pesanan dari konsumen, semakin banyak pesanan maka semakin banyak jumlah seragam yang diproduksi.

d. Organisasi *Home industry*

Struktur organisasi adalah susunan komponen-komponen (unit-unit kerja) dalam organisasi. Struktur organisasi menunjukkan adanya pembagian kerja dan meninjukkan bagaimana fungsi-fungsi

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

atau kegiatan-kegiatan yang berbeda-beda tersebut diintegrasikan (koordinasi).

Selain daripada itu struktur organisasi juga menunjukkan spesialisasi-spesialisasi pekerjaan, saluran perintah dan penyampaian laporan.

e. *Struktur Organisasi Perusahaan*

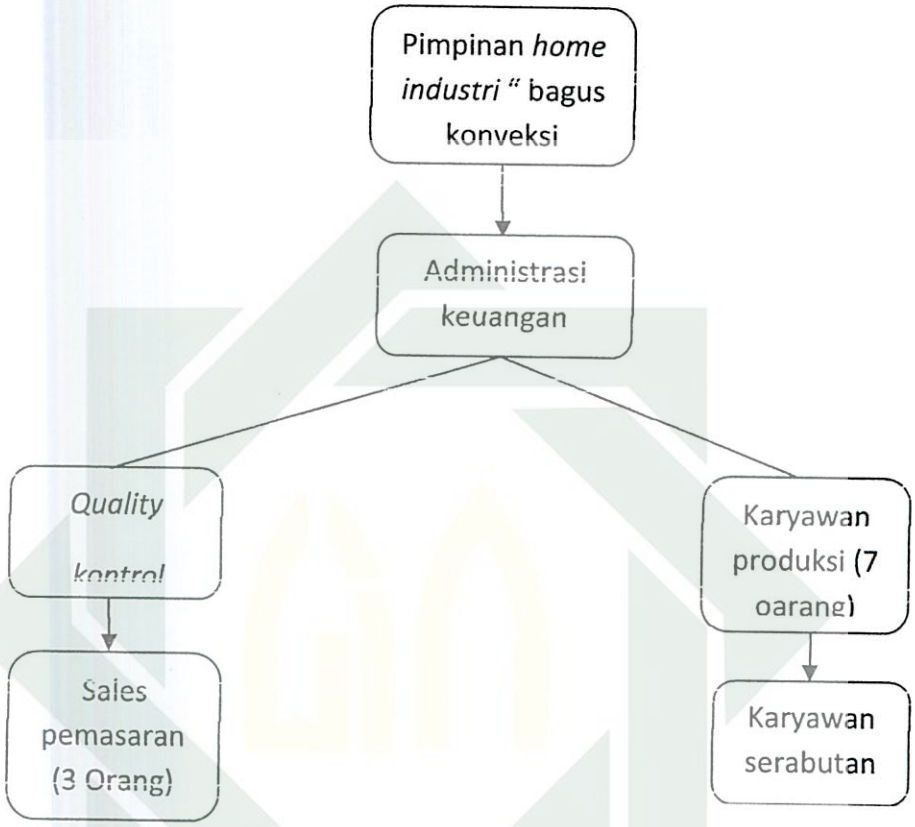
Agar *home industry* dapat berjalan dengan lancar maka home inddustri perlu menerapkan sistem organisasiyang baik karena dapat menunjukkan pembagian antara tugas, wewenang, tanggung jawab dan penempatan pegawai sesuai dengan keahliannya.

Guna memperjelas bentuk organisasi yang ditunjukkan, dengan kotak/garis menurut kedudukannya masing-masing, membuat fungsi tertentu antara yang satu dengan yang lain dihubungkan dengan garis wewenang.

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

Struktur *Home industry*

"Bagus Konveksi"



7. ***Job Description***

Adapun tugas-tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian adalah sebagai berukut :

a. Pimpinan *Home industry*

Tugas dan tanggung jawab :

1) Menempatkan kebijakan dalam rangka mencapai tujuan *home industry*.

2) Pimpinan bertanggung jawab atas karyawan yang di bawahnya.

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

3) Meminta pertanggung jawaban dari masing-masing bagian yang ada dibawahnya.

4) Bertanggung jawab kepada konsumen atas adanya komplein dari konsumen dan mengkoordinasi serta mengkontrol masing-masing kegiatan karyawan, menjaga keutuhan seluruh kesatuan kerja yang berada dibawahnya.

5) Meaksanakan pengawasan dan pengendalian terhadap pelaksanaan rencana kerja yang telah ditetapkan, baik secara teknis, administrasi maupun finansial.

6) Menjaga serta membina koordinasi dan kerja sama yang baik dengan karyawan ataupun dengan konsumen.

b. Administrasi keuangan

Bagian administrasi keuangan mempunyai tugas dan tanggung jawab antara lain :

1) Menyusun laporan keuangan

2) Bertanggung jawab dalam urusan administrasi umum *home industry*.

3) Bertanggung jawab atas segala bon-bon yang dikeluarkan untuk mencatat keperluan *home industry*.

4) Ikut memberikan saran kepada pimpinan menyangkut segala pengeluaran kas *home industry*.

5) Memberikan upah/gaji para karyawan.

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

c. *Quality control*

Bagian *quality control* mempunyai tugas dan tanggung jawab antara lain :

1) Bertanggung jawab atas pemilihan bahan baku
2) Bertanggung jawab atas pembelian bahan baku
3) Bertanggung jawab atas kualitas produk yang dihasilkan sebelum dikirimkan kepada konsumen.
4) Melakukan pengontrolan pesanan konsumen

d. Sales pemasaran

Sales pemasaran berfungsi untuk mencari calon konsumen yang siap memesan seragam sekolah kepada dan juga memasarkan produk *home industry* "Bagus Konveksi".

Tugas dan tanggung jawabnya adalah :

1. Bertanggung jawab atas pemasaran hasil produksi *home industry*.
2. Menyusun strategi pemasaran agar bisa bersaing dengan *home industry* lain yang bergerak dibidang konveksi.
3. Mencari pangsa pasar baru untuk meningkatkan nilai *home industry*.
4. Berusaha menjaga kepuasan konsumen
5. Selalu menjaga hubungan baik dengan konsumen
6. Melakukan pengiriman barang sampai kepada konsumen

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

e. Karyawan produksi dan serabutan

Karyawan produksi berfungsi untuk memproduksi seragam mulai dari bentuk potongan yang berupa kain, sampai menjadi seragam jadi dan siap kirim. Sedangkan karyawan serabutan berfungsi untuk membantu pekerjaan lain sesuai dengan perintah pemilik *home industry*.

Tugas dan tanggung jawab :

1. Bertanggung jawab terhadap proses dan hasil produksi.
2. Membantu memproduksi seragam mulai dari bentuk potongan kain sampai menjadi seragam siap pakai.
3. Mentaati segala peraturan yang ada di *home industry*.
4. Menjaga sarana dan prasarana.
5. Menjalin hubungan baik dengan karyawan yang lain.

8. Sumber Daya Manusia (SDM)

Dalam mewujudkan program ynag telah ditetapkan, *home industry* "Bagus Konveksi" memepunyai sumberdaya yang berkualitas yaitu dengan mempunyai karyawan yang profesional dan handal.

Mereka bekerja melaksanakan tugasnya masing-masing dengan penuh semangat dan tanggung jawab. Pimpinan *home industry* sendiri selalu memberikan bimbingan dan arahan serta motivasi kepada para karyawannya. Sehingga menjadi karyawan yang profesional sehingga dapat melaksanakan tugas masing-masing dengan baik.

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

Demi menunjang hasil produksi *home industry* "Bagus Konveksi", dibantu oleh beberapa karyawan sebagai berikut :

a. Karyawan dan karyawati *home industry*

Home industry "Bagus Konveksi" dalam menjalankan proses produksi oleh karyawan dan karyawati, yang terdiri atas :

Kayawan produksi : 3 orang

Karyawati produksi : 3 orang

Karyawan serabutan : 1 orang

b. Luas tanah dan bangunan

Home industry berdiri memiliki areal tanah :

Lahan guna usaha (LGU) seluas : 450 M

Lahan guna bangunan (LGB) seluas : 350 M

9. Arti Nama "Bagus Konveksi"

Adalah menunjukkan supaya usaha yang dirintis akan selalu bagus dalam sela hal baik dalam produksi maupun pemasarannya, sampai tahun-tahun berikutnya. Dan memiliki jaringan yang luas dan tali silaturrahmi antara pengelola dan pelanggan.

10. Produksi dan hasil produksi

a. Proses produksi

1). Bahan baku

Untuk bahan baku yang diperlukan adalah 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

- Bahan baku berupa kain gelondongan atau yang masi utuh,
- Bahan setengah jadinya berupa kain yang sudah dipotong sesuai dengan pola dan ukuran baju.
- Bahan penlongnya adalah berupa benang, gunting, dan kancing baju.

2). Alat Produksi

Adapun yang dimaksud dengan peralatan adalah sejumlah perlengkapan mesin yang digunakan dalam proses produksi, mulai dari bahan baku, sampai barang jadi. Jenis peralatan yang digunakan adalah mesin jahit dan mesin potong.

b. Jalannya proses produksi

Jalannya proses produksi meliputi :

-Tahap 1:Proses membikin/menggambar pola baju di atas kain yang sudah ditata di atas meja potong selanjutnya yaitu pemotongan kain sesuai dengan pola baju yang diukur sesuai ukuran.

Tahap 2 : Proses menjahit kain yang sudah di potong sesuai dengan pola baju.

Tahap 3 : Proses pengecekan, membikin lubang kan cing dan pemasangan kancing.

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

c. Hasil produksi

Adapun macam-macam seragam sekolah yang dihasilkan oleh *home industry* "Bagus Konveksi" adalah seragam TK yang bermacam-macam warna dan model, seram SD, SMP, dan SMA.

11. Saluran Distribusi

Dalam rangka memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting yang tidak diabaikan adalah memilih secara cepat saluran distribusi/penyalur yanga akan digunakan sebagai salah satu usaha untuk menyalurkan barang dari produsen ke konsumen.

Para penyalur adalah alat perantara produsen dalam mendapatkan umpan balik dari konsumen, semakin aktif dalam mengumpulkan pendapat dan komentar para konsumen, semakin besar manfaat yang diperoleh oleh para produsen, maka terbuka pula kesempatan untuk mengembangkan produk sesuai dengan harapan yang didinginkan konsumen.

Oleh karena itu tenaga penjual harus berhati-hati dalam menyeleksi perantara pemasaran *home industry* "Bagus Konveksi".

12. Promosi Penjualan

Promosi merupakan aspek penting dalam pemasaran karena bagaimanapun juga baiknya produk.

kualitas pelayanan maupun kebijakan haraga tanpa dikomnikasikan kepada calon pembeli maka hal tersebut agaknya sia-sia

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

belaka. Tujuan dari promosi adalah meningkatkan omset penjualan dengan mempengaruhi konsumen.

Kegiatan bauran promosi penjualan *home industry* "Bagus Konveksi" adalah sebagai berikut :

a. *Face to face* yaitu apabila ada konsumen yang datang maka akan melayani konsumen tersebut dengan baik, sehingga konsumen akan merasa puas dengan layananan yang disedikan.
b. Kartu nama yaitu setiap pembeli yang datang untuk memesan barang akan diberi kartu nama, guna memepermudah konsumen untuk bisa memesan ulang ke *home industry* tersebut.
c. Menyambung tali merupakan istilah yang menunjukkan untuk kerekatan para pelanggan *home industry* "Bagus Konveksi" yang mana sebagian adalah dari banyaknya jaringan pertemanan dan kekeluargaan yang dijalin baik oleh pihak pengelola homeindustri "Bagus Konveksi".
d. Memberikan pelayanan kepada pembeli, tenaga penjual berusaha membantu untuk mengatasi masalah yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan oleh *home industry*.
e. Memberi informasi pesan kepada *home industry* yaitu pimpinan atau marketing tentang informasi *home industry* pesaing, harga saingan, penjualan oleh saingan dan sebagainya.

Setelah *home industry* "Bagus Konveksi" menerapkan bauran pemasaran penjualan sebagai strategi pemasarannya dalam menarik para

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

konsumen agar lebih banyak dan dapat memenuhi pangsa pasar, maka setelah itu *home industry* "Bagus Konveksi" berusaha memepertahankan konsumen yang ada tersebut.

13. Saingan dan Persaingan

Pada situasi perekonomian seperti sekarang ini maka sudah sewajarnya terjadi persaingan dari macam-macam produk yang sejenis.

Dengan bertambahnya produk yang memenuhi pasar akan menciptakan pertimbangan baru bagi produsen untuk berhati-hati dalam menawarkan produknya kepada konsumen karena dengan sendirinya konsumen akan mempunyai banyak pilihan dan kesempatan ini akan digunakan untuk para pesaing dalam melaksanakan kegiatan yang dapat menarik konsumen dalam menjalankan aktifitas *home industry* "Bagus Konveksi" harus menghadapi pesaing *home industry* yang bergerak dibidang konveksi juga.

B. Deskripsi penelitian

Dalam sebuah penelitian dilakukan beberapa tahapan yang bertujuan untuk mendapatkan jawaban atas permasalaan dari penelitian yag telah difokuskan, tahapan tersebut adalah meliputi pengumpulan data, analisis data, dan penarikan kesimpulan atas data yang telah diperoleh.

Peneliti harus benar-benar memahami tentang fokus penelitian dan juga hal-hal yang berkaitan dengan data yang dibuthkan. Dalam penelitian ini peneliti menganlisis data-data yang diperoleh melalui wawancara dan

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

dokumentasi mengenai proses komunikasi persuasif terhadap perilaku konsumen *Home industry* "Bagus Konveksi".

1. **Proses komunikasi persuasif terhadap rilaku konsumen di *home industry* "Bagus Konveksi"**

Dalam mengani konsumen seorang *persuadeer* harus di tuntut untuk menguasai teknik dalam menagani perilaku konsumen serta dapat berkomunikasi dengan baik kepada calon konsumen. Dimana unsur persuasif berlangsung ketika seorang *persuadeer* mendekatkan diri dan meyakinkan konsumen ketika dalam menawarka sebuah produk.

Disini peneliti memaparkan proses komunikasi persuasif terhadap perilaku konsumen dalam bentuk wawancara. Dimulai dengan produk apa yang ditawarkan *home industry* "Bagus Konveksi", dan juga sasaran utama *home industry* "Bagus Konveksi".

> "Untuk produk ayng saya tawarkan itu macam-macam seragam sekolah, seperti TK, SD, SMP, dan SMA, kami juga terima pesanan selain seragam sekolah, seperti dari pabrik, ya pokoknya siapa yang pesan, kami siap melayani mbak, yang penting antara harga dan kualitas barang bisa seimbang",

> "Terus untuk sasaran konsumen kami ya kayak sekolah-sekolah TK, SD, SMP, dan SMA, kadang juga saya menawarkan di pabrik-pabrik, ya wes pokok nya seng adalah mbak, biar kerjaan terus lancar",

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

Selain itu dalam pemilihan model dan warna seragam untuk kelas taman kanak-kanak (TK), *home industry* memberi kan pemilihan model dan warna sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen,

> "Kalo untuk urusan model dan warna itu semua terserah yang memesan, soalnya itu tergantung selera masing-masing orang, ya untuk urusan itu semuanya terserah konsumen saja, paliing saya tinggal bikin polanya, sama membeli bahan bakunya sesuai warna. Biasanya kalo masalah model kebanyakan seh simpel paling ada yang mau model atasan sama bawahan, kadang minta model kayak daster, wes itu aja, klo warna seh paling guru-guru TK itu minta warna seng cerah",

Bagaimana *home industry* "Bagus Konveksi" dalam membujuk calon konsumen, seperti yang diungkapkan oleh bapak munawar, selaku pemilik *home industry* dan biasanya beliau juga ikut menawarkan produknya sendiri kepada calon konsumen,

> "Yaitu pertama-tama ya saya coba datang ketempat konsumen terus ngobrol-ngobrol dulu, tanya-tanya tentang yang lain, ya biar saya tau gamana calon konsumen saya itu, kadang kan ada konsumen yang ramah, kadang ada juga seng jengkelno mbak".

> "Paling terus kita tanya-tanya apa sudah ada sales yang menawarkan sergam kesini, lalu tanya harga yang *home industry* lain tawarkan, terus gimana barangnya, itu terserah konsumen sendiri yang bisa menilai, untuk soal harga, ya, bisa di sesuaikan dengan bagus atau tidaknya barang yang akan di pesan untuk dipakai sebagai bahan untuk seragam sekolah tersebut",

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 yang sama juga di ungkapkan atau disampaikan oleh Bapak Munir selaku sales "Bagus Konveksi".

> "Kalo saya sih sama pertama datang ketempat konsumennya dulu, terus ngobrol-ngobrol sama gurunya, sambil bercanda biar gak kaku suasananya, terus baru saya tawarkan produk saya, se tidak-tidaknya kan harus kenali konsumennya dulu toh mbak, biar calon konsumennya yakin sama saya".
>
> "Kalo saya bicaranya kaku yo pasti konsumennya juga ragu sama kita, maknya kan harus sopoan, sumringah, terus bicaranya diatur, terus produk yang ditawarkan juga bagus, dan sesuai dengan harga yang saya kasi sama gurunya".

Komunikasi ini dilakukan antara pihak *home industry* dengan calon konsumen adalah komunikasi antar pribadi yang bersifat lansung melalui tatap muka. Hal ini disebabkan karena mereka datang langsung ketempat calon konsumen untuk menawarkan produk, sehingga mereka harus berhadapan langsung dan dalam bentuk percakapan,

> "Saya disini cuman dan hanya bisa, ya kalau bisa saya sebagai seorang sales harus bisa menawarkan produk saya, pokoknya bagaimana carane ya saya bisa dapat konsumen, makanya itu jadi sales juga gak gampang".

> "Ya beginilah, soalnya sales itu harus pinter-pinter ngomeng sama orang dan juga nawarain produk sama calon konsumennya, biasanya itu paling saya datang kesekolah-sekolah, terus langsung ketemu sama kepala sekolahnya, terus ngobrol-ngobrol sama yang bersangkutan sambil nawarin pruduk tapi saya juga tidak harus nutupi kekurangan produk saya, tapi tidak juga menjelek-jelekkan produk yanga lain, karena sama-sama cari uang, ya yo opo isoke saya bisa bisa mengunggulkan produke sayalah mbak",

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

Proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh pihak *home industry* kepada calon sasaran/konsumen agar dapat mempengaruhi konsumen untuk bisa membeli produk yang sedang ditawarkan. Disinilah proses komunikasi persuasif dilakukan ketika pihak *home industry* berhadapan langsung dengan calon konsumen.

> "Biasanya saya yang mulai membuka pembicaran sama calon konsumen saya, teros saya langsung ke topik pembicaran, apa alasan saya datang kesini, sambila menjelaskan pelan-pelan. Biasanya kayak gini mbak, "ngapunten buk, menawi bapak nopo ibik kepala sekolahe wonten buk/pak, kulo bade nawa'aken seragam buk/pak. Menawi berkenan buk/pak".
>
> "Paling biasanya gurunya nanggapinya biasa saja, tapi ya tergantung sifat orang masing, kadang ada yang baik sama ramah tapi ya kadang ada yang judes mbak".

Ketika pihak *home industry* dalam melakukan komunikasi persuasif kepada konsumen, *home industry* mempunyai teknik-teknik untuk mempengaruhi calon konsumen tersebut, agar konsumen bisa yakin tertarik dengan produk yang ditawarkan.

> "biasanya kalo saya datang ke konsumen paling yang pertama penampilan rapi, terus sopan, terus kedua selalu tersenyum sama konsumen, terus yang ketiga paling ngobrol-ngobrol dulu sambil mejelaskan tentang tujuan kedatangan ke tempat konsumen, buat menawarkan barang sambil memperlihatkan contoh yang saya bawa kepada konsumen agar konsumen percaya, dan konsumen bisa menilai sendiri bagus atau tidaknya barang yang saya tawarkan sambil saya menjelaskan tentang keunggulan barang yang saya tawarkan, terus bahan bagus atau tidak, baru setelah konsumen munkgin tertarik baru tawar menawar harga sama konsumen",

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

Hasil wawancara mengenai proses komunikasi prsuasif *home industry* "Bagus Konveksi" dalam menghadapi perilaku konsumen diatas diperkuat dengan dengan hasil observasi seperti yang peneliti paparkan sebagai berikut :

a. *Home industry* "Bagus Konveksi" datang langsung unutk menemui konsumen.
b. Pada saat *home industry* "bagus konveksi' bertatap muka langsung dengan calon konsumen, menunjukkan sikap ramah, sopan dan tersnyum kepada calon konsumen.
c. Komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi antar pribadi, dilakukan secara langsung dan secara tatap muka antara pihak *home industry* dan konsumen.
d. Menjelaskan tentang maksud dan tujuan serta menjelaskan tentang produk yang sedang ditawarkan yang diajukan oleh konsumen seputar [
e. Pesan yang disampaikan bersifat persuasif dan informatif.
f. Mendengar dan menjawab pertanyaan yang diajukan oleh konsumen seputar produk yang sedang ditawarkan.
g. Meyakinkan konsumenagar tertarik untuk membeli produk dari *home industry* "bagus konveksi"
h. Melakukan pendekatan kepada konsumen agar komunikasi persuasif lebih efektif.

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

i. Seorang *persuadeer* agar selalu menjaga kredibilitas dan mnunjukkan kemampuan dalam berkomunikasi yang baik.

j. Memperhatikan siapa calon konsumen yang akan dihadapi.

k. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan senyuman, dan merasa percaya sehingga konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan, dan bisa menerimanya.

2. "Faktor yang menghambat komunikasi proses komunikasi persuasif dan perilaku konsumen di *home industry* "Bagus Konveksi"

Faktor penghambat proses komunikasi persuasif, dikarenakan komunikan (konsumen) selalu saja menawar harga barang yang sudah diberikan oleh komunikator (*home industry*) sehingga ini yang menjadikan kesulitan tersendiri bagi kominikator (pihak *home industry*),

"Ya sering sekali mbak, kadang ada yang menawar dengan harga yang tidak sesuai, dibawah standart, konsumen inginnya itu barang yang mereka pesan bagus, tapi minta harga yang sangat murah sekali, itu yang menjadi kesulitan selama ini, untuk masalah konsumen yang cerewet itu mudah diatasi, tapi kalo sudah bicara soal harga itu yang bikin sulit, karena harga kain sekarang ini maahal sekali, jadi untuk harganya juga saya juga harus samakan dengan harga kain, klalo tidak ya, bisa gak dapat apa-apa saya mbak, munkin lebih banyak ruginya, dari pada untungnya, makanya toh, harus pandai-pandai dalam soal harga",

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

Sedangkan dalam melakukan penawaran kepada calon konsumennya, *home industry* mempunyai kendala dalam membujuk konsumennya, agar si konsumen tertarik dan mau membeli produk tersebut.

> "Kalo bujuk konsumen itu memang susah mbak, apalagi konsumennya judes terus cerewet, aduch susahnya minta ampun kadang itu produk kita selalu dibanding-bandingkan dengan produk yang lain, yang kurang inilah, bahannya kurang baguslah, harganya mahallah, kadang iku seng garai puyeng, kalo wes begitu paling yo saya iya-iya saja, saya sih sabar aja, makanya kan harus pinter-pinter ngomong, gak sembarangan ngomongnya".

Sementara itu komunikasi antara pihak yang menawarkan barang (*home industry*), untuk mengatasi perilaku konsumen dalam mendukung proses komunikasi dalam menangani perilaku konsumen.

> "Untuk mengatasi konsumen yang seperti itu, biasanya saya kasi solusi lain, kadang saya bandingkan dengan barang yang kualitasnya rendah, terus konsumen sendiri yang saya surh bandingkan, baru saya jelaskan mengapa harga yang saya tawarkan untuk kualitas yang bagus agak mahal, tapi saya juga harus pinter-pinter dalam memberikan penjelasan kepada konsumen dan juga memberikan bukti-bukti barangnya supaya konsumen percaya, sama saya".

Pemaparan hasil wawancara mengenai faktor yang menghambat proses komunikasi persuasif *home industry* "Bagus Konveksi" dipaparkan dengan hasil wawancara seperti peneliti paparkan berikut 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

a. Konsumen tidak merespo baik dengan orang yang baru dikenal, karena merasa ragu dan tidak percaya.

b. Dalam menerima pesan konsumen tidak hanya menggunakan pikirantapi juga pilihan dalam mengambil suatu keputusan, tentang untung dan ruginya.

c. Konsumen selalu menawar harga yang lebih rendah dan murah, tidak sesuai dengan harga bahan baku yang semakin mahal.

d. Perbedaan bahasa dan latar belakang pendidikan yang menyebabkan terjadinya *miss comunication.*

e. Datang berkali-kali untuk meyakinkan konsumen, dan memastikan konsumen jadi atau tidak membeli prodik yang sudah ditawarkan.

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