BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Mr. Konveksi Bangkalan

Konveksi Mr. Konveksi Bangkalan adalah salah satu konveksi yang bergerak dibidang jasa konveksi dikota Bangkalan. konveksi ini di didirikan oleh bapak Sukron. Konveksi ini berdiri pada bulan maret tahun 2005 bermula dari inisiatif bapak Sukron saat beliau melihat suatu potensi pasar dibidang bisnis jasa yang memiliki pangsa pasar yang sangat luas dikota Bangkalan namun belum banyak wirausahawan yang tertarik menekuni bisnis percetakan khususnya di bidang konveksi pada saat itu. Bermula dari potensi itulah Bapak Sukron mulai merintis bisnis ini, diawal awal berdirinya Konveksi Mr. Konveksi Bangkalan terletak di garasi rumah Bapak Sukron yang terletak di jalan Sukarno Hatta dan sama sekali tidak memiliki karyawan tetap dan hanya memiliki lima unit mesin jahit, dua unit mesin obras dan satu mesin overdek sebagai modal dalam menjalankan usahanya.

Diawal tahun 2007 bisnis konveksi semakin menjamur di kota Bangkalan hal ini ditambah dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih yang berimbas permintaan pasar akan layanan jahit di kota

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

Bangkalan semakin tumbuh dan pesat berkembang, berawal dari animo masyarakat akan kebutuhan pakaian yang tinggi inilah Bapak Sukron berani melebarkan usaha bisnisnya dengan penambahan jumlah karyawan dan mendatangkan mesin- mesin jahitnya yang lebih canggih berstandar internasional guna menunjang kegiatan operasional bisnis konveksi Mr. Konveksi Bangkalan. Selain penambahan jumlah karyawan dan mendatangkan mesin mesin yang modern Bapak Sukron pun memindahkan tempat usahanya ke salah satu tempat yang cukup strategis.

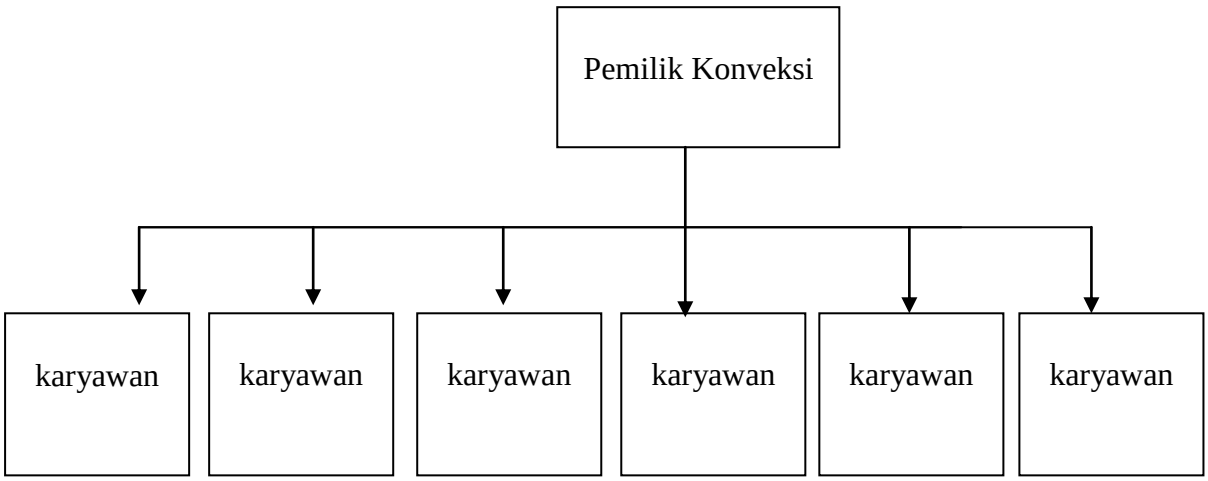
Saat ini konveksi Mr. Konveksi Bangkalan memperkerjakan tiga puluh orang karyawan yang memiliki dasar kemampuan di bidang konveksi, walaupun sudah memiliki karyawan Bapak Sukron tetap ikut terjun secara langsung dalam kegiatan usahanya hal ini bertujuan sebagai suatu bentuk pengawasan dan supervisi yang dilakukan beliau terhadap karyawannya agar kualitas yang diberikan oleh Konveksi Mr. Konveksi Bangkalan selalu terjaga kualitasnya, bapak Sukron berkeyakinan bahwa dikemudian hari dunia bisnis khususnya di bidang konveksi akan lebih maju dan berkembang sehingga dalam waktu dekat ini Bapak Sukron sedang berencana mendirikan cabang baru guna perluasan usaha di bidang konveksi di kota Bankalan.

2. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi dibuat agar nampak jelas hubungan antar bagian dalam suatu organisasi baik fungsi maupun kedudukannya hal 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

bertujuan agar setiap bagian dapat bekerja sebaik mungkin sesuai dengan tugas dan fungsinya masing-masing.



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

3. Job Description

Pemilik KONVEKSI :

Bertanggung jawab terhadap segala kegiatan operasional pada Konveksi Mr. Konveksi Bangkalan dan mengawasi setiap kegiatan produksi dan pelayanan yang di lakukan oleh setiap karyawan konveksi dan berkewajiban dalam memberikan hak-hak yang harus diterima oleh para karyawan konveksi dan melaksanakan kewajiban lain sebagai pemilik konveksi Mr. Konveksi Bangkalan.

Karyawan :

Bertugas sebagai tenaga kerja yang mengerjakan pesanan order dari para konsumen dengan pekerjaannya masing-masing hingga melakukan perawatan berkala pada peralatan produksi seperti mesin-

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

mesin dan bertanggung jawab langsung terhadap order yang diterima, dikerjakan hingga selesai berada ditangan konsumen, karyawan konveksi bertanggung jawab langsung kepada pemilik konveksi.

4. Aktifitas Perusahaan

Sebagai KONVEKSI yang bergerak dibidang jasa konveksi aktifitas utama konveksi Mr. Konveksi Bangkalan adalah memberikan kualitas dan kuantitas terhadap aneka kebutuhan desain yang diinginkan oleh para konsumen mereka, adapun jenis jenis lainnya yang dapat dikerjakan oleh Konveksi Mr. Konveksi Bangkalan seperti: Jaket, Sweater , Kaos, Seragam Sekolah, serta menerima segala sablon.

Selain berbagai macam jenis yang telah di jelaskan di atas, Mr. Konveksi Bangkalan juga dapat melakukan berbagai macam jahitan lainnya yang dapat di sesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan para konsumen.

B. Penyajian Data

1. Strategi *Relationship Marketing*

Pada Mr. konveksi Bangkalan ini, kegiatan *relationship marketing* berkaitan dengan upaya mempromosikan jasa pelayanan konveksi, layanan yang tersedia, dan sumber daya informasi yang dimiliki. Upaya yang dilakukan oleh praktisi *relationship marketing* Mr. Konveksi Bangkalan harus terintegrasi dengan rencana strategi *relationship marketing* pada Mr. Konveksi

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

Bangkalan. Kegiatan *relationship marketing* dirancang untuk mengerahkan seluruh potensi yang dimiliki guna memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang manfaat layanan Mr. Konveksi Bangkalan. Upaya yang dilakukan praktisi *relationship marketing* Mr. Konveksi Bangkalan tersebut adalah menetapkan standar operasional untuk mencapai target dengan cara: 1. memperkenalkan dan mepromosikan jasa layanan yang ada pada Mr. Konveksi bangkalan terbaik dan tersedianya pegawai terlatih dan 2. mengevaluasi citra konsumen mengenai layanan Mr. Konveksi Bangkalan, staf, program, kebijakan dan prosedur pelayanan serta aktivitas *relationship marketing* kepada konsumen. Terkait dengan upaya tersebut, cara yang dapat dilakukan oleh *relationship marketing* Mr. Konveksi Bangkalan adalah:[1]

1. Membangun kesadaran diantara para pembuat kebijakan dan pegawai mengenai pentingnya informasi dan peningkatan mutu layanan Mr. Konveksi Bangkalan.
2. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pegawai Mr. Konveksi dalam berbagai program.
3. Membangun apresiasi dan opini konsumen yang positif mengenai peran penting konveksi sebagai perusahaan konveksi dengan sistem memberikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

[1] Wawancara pribadi dengan bapak Sukron. Dikantor Mr. Konveksi Bangkalan, di Bangkalan 25 September 2015.

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

4. Meningkatkan pengertian yang lebih baik pada konsumen tertentu mengenai pengembangan Mr. Konveksi Bangkalan.
5. Membangun rasa kebersamaan di antara para pengelola Mr. Konveksi bahwa Mr. Konveksi dapat berkontribusi dalam meningkatkan citra perusahaan/unit kerja.
6. Mempelajari dan mengimplementasikan prinsip-prinsip *relationship marketing* secara baik dan benar, serta komunikasi yang efektif dalam setiap kesempatan. Target atau sasaran yang perlu mendapat perhatian pegawai Mr. Konveksi Bangkalan antara lain adalah masyarakat konsumen.

Menurut bapak Sukron selaku Direktur Mr. Konveksi bangkalan upaya-upaya tersebut dilakukan oleh seorang *relationship marketing* guna meningkatkan kredibilitas Mr. Konveksi Bangkalan sebagai perusahaan yang sudah dikenal masyarakat atau konsumen yang khususnya masyarakat Bangkalan sendiri.

Beberapa program Mr. Konveksi Bangkalan yang perlu direncanakan untuk menumbuhkan kepercayaan sasaran adalah: (1) melakukan sosialisasi melalui pendekatan individual; (2) memanfaatkan kesempatan dalam program-program komunikasi/diseminasi; dan (3) membangun kerja sama dengan pihak lain dalam mempubliskan di masyarakat atau konsumen melalui

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

banner, stiker dan radio.[2]

Prinsip dasar *relationship marketing* Mr. Konveksi Bangkalan yang perlu mendapat perhatian dalam membangun dan mempertahankan hubungan dengan konsumen adalah:[3]

1. Menghindari terlalu banyak berargumen, tetapi menunjukkannya dengan bukti yang nyata bahwa pelayanan memberikan kepuasan serta memberikan kualitas.
2. Kreatif dalam menciptakan hubungan dengan konsumen, antara lain dengan: (a) meluangkan waktu untuk melihat sudut pandang konsumen; (b) menguraikan manfaat jasa pelayanan dengan jelas; (c) mempertimbangkan solusi yang paling baik;
3. Membangun pemikiran manajemen untuk mencapai sukses.
4. Menggunakan modal intelektual untuk mencapai keberhasilan dan mempromosikan hasilnya.
5. Mencari sponsor yang dikenal untuk mendukung kegiatan Mr. Konveksi guna meraih manfaat bersama.

Pegawai Mr. Konveksi Bangkalan yang belum mapan dapat memanfaatkan prinsip-prinsip *relationship marketing* sebagai metode komunikasi yang melekat pada masing-masing individu. Jika peran *relationship marketing* benar-benar telah menyentuh dan berada dalam pribadi pegawai, diharapkan di masa mendatang program

[2]Wawancara pribadi dengan bapak Sukron. Dikantor Mr. Konveksi Bangkalan, di Bangkalan 25 September 2015.
[3] Wawancara pribadi dengan bapak Sukron. Dikantor Mr. Konveksi Bangkalan, di Bangkalan 25 September 2015.

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

relationship marketing berjalan seperti itu terus menerus dan memberikan rasa puas tersendiri kepada konsumen.

Mr. Konveksi Bangkalan akan menjamin keberlangsungan dan kesuksesan dalam hal melayani kepuasan konsumen.

Relatinship marketing yang baik akan mampu membangun citra positif serta menyampaikan tujuan kerjanya dengan baik pula. Kepuasan konsumen dalam mendapatkan layanan merupakan tujuan utama layanan Mr. Konveksi Bangkalan.[4]

Pegawai Mr. Konveksi Bangkalan harus mampu menunjukkan perhatian, berbicara dari sudut pandang konsumen, serta bersimpati dan berempati kepada konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan cara: (1) meningkatkan kualitas layanan dengan memperhatikan aspek komunikasi, psikologi, dan perilaku dalam memberikan layanan, atau mengubah paradigma senang dilayani menjadi gemar melayani; (2) mengelola lingkungan kerja sehingga nyaman, bersih dan informatif, membuat informasi tertulis yang mudah dibaca, menciptakan kenyamanan ruang pelayanan, mengupayakan ketersediaan fasilitas yang memadai, dan sebagainya; (3) memperhatikan kebutuhan, keluhan, dan harapan konsumen (4) menyelaraskan apa yang dikatakan dengan cara mengatakannya, antara lain dengan memperhatikan gaya bicara melalui nada, tekanan dan kecepatan suara, bahasa tubuh, mimik dan pandangan mata; (5) mengenal karakteristik konsumen seperti profesi, pendidikan,

[4] Wawancara pribadi dengan bapak Sukron. Dikantor Mr. Konveksi Bangkalan, di Bangkalan 25 September 2015.

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

dan status sosial.

Membangun citra positif Mr. Konveksi Bangkalan dalam upaya meningkatkan layanan kepuasan terhadap konsumen. Mr. Konveksi Bangkalan pun telah dijadikan *commercial break* guna menarik minat konsumen serta menginformasikan dan pemasaran produk agar lebih efektif dan efisien. Konsumen dapat dengan mudah mengenal Mr. Konveksi Bangkalan melalui iklan-iklan yang ditayangkan melalui media elektronik maupun cetak.[5]

Ada beberapa teknik komunikasi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan layanan dan pencitraan Mr. Konveksi Bangkalan sebagai berikut:[6]

1. Melayani bukan berarti menaati semua perintah, namun harus memberi keteladanan, mampu dan siap memberikan informasi, berbicara sopan, santun, jelas dan informatif didukung data dan fakta, mampu menunjukkan kewibawaan, kesiapan di tempat, berpenampilan rapi, dan meyakinkan.
2. Mampu memberikan layanan yang standar, memahami keinginan dan harapan konsumen, berbicara dengan jelas dan terukur, menunjukkan perhatian terhadap sudut pandang konsumen, berempati, menjadi pendengar yang baik dan aktif, dan mampu membuat konsumen tersenyum.

[5] Wawancara pribadi dengan bapak Sukron. Dikantor Mr. Konveksi Bangkalan, di Bangkalan 25 September 2015

[6] Wawancara pribadi dengan bapak Sukron. Dikantor Mr. Konveksi Bangkalan, di Bangkalan 25 September 2015.

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. Memahami keluhan konsumen sebagai tantangan untuk melakukan pembenahan dan perbaikan pelayanan.
4. Mr. Konveksi Bangkalan harus berorientasi konsumen
5. Memperbaiki mutu layanan melalui komunikasi, membuat program dan perencanaan yang matang, meningkatkan kemampuan sumber daya manusia melalui pendidikan formal dan nonformal, meningkatkan ketersediaan fasilitas dan informasi yang memadai, menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, serta membuat acuan yang jelas bagi kebutuhan
6. Menjalin kemitraan secara berkelanjutan dengan konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan informasi terbaru dan terseleksi dalam bentuk produk dan sistem terbaru dengan memanfaatkan media komunikasi, seperti brosur. Sebaliknya pegawai perlu mendapat masukan dari konsumen dalam upaya memperbaiki dan menyempurnakan layanan Mr. Konveksi Bangkalan. Kemitraan yang dibangun harus menjadi media transaksi komunikasi dan informasi yang saling memberi dan menguntungkan.
7. Dalam teori human relations, komunikasi hendaknya diarahkan bukan pada pribadi orang yang diajak bicara, tetapi pada faktor-faktor kejiwaan yang ada dalam dirinya, seperti watak, sifat, perangai, kepribadian, sikap, dan tingkah laku. Sukses dan kebahagiaan seseorang bergantung pada sikap 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

tindakan orang lain, dan sikap dan tindakan orang lain tersebut bergantung pada sikap dan tindakan orang tersebut. Oleh karena itu, kesan pertama dalam berkomunikasi akan menentukan sikap dan tindakan selanjutnya. Jika kesan pertama itu positif atau menyenangkan maka sikap dan tindakan orang terhadap kita akan positif dan menyenangkan pula.

8. Keberhasilan seseorang tampil di depan orang banyak ditentukan oleh pandangan pertama audience dalam 7 detik pertama. Perhatian adalah langkah pertama untuk meraih keberhasilan. Hal ini berlaku bagi pegawai Mr. Konveksi Bangkalan ketika menerima konsumen.
9. Konsumen Mr. Konveksi Bangkalan akan memberi respons yang baik terhadap pegawai apabila pegawai memberikan perhatian padanya. Oleh karena itu, agar konsumen memberikan respons yang positif, pegawai harus mampu memberikan perhatian sehingga konsumen berminat dalam bertransaksi. Dalam konteks seperti itu, Mr. Konveksi Bangkalan dituntut untuk memotivasi atau mendorong pengunjung untuk bertindak.
10. Memasarkan berbagai produk dan layanan yang dimiliki Mr. Konveksi Bangkalan kepada masyarakat, seperti, brosur, pamflet melalui berbagai kegiatan seperti, pembuatan iklan

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

seperti banner, Stiker dan melalui media elektronik yaitu radio. Tujuannya adalah agar masyarakat mengetahui, memahami, dan memanfaatkan produk Mr. Konveksi Bangkalan. Untuk memasarkan produk dan jasa tersebut dapat dilakukan melalui periklanan dan promosi oleh pihak *relationship marketing*. Langkah yang dilakukan dapat berupa menetapkan materi atau produk yang akan dipasarkan, misalnya produk dan jasa pelayanan dan menetapkan media atau saluran promosi yang akan dipilih.

C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

Setelah melakukan proses analisa tersebut, didapatkan hasil seperti berikut, bahwa:

a. Dalam membina hubungan dengan konsumen, *relationship marketing* memperhatikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen sehingga konsumen dapat tertarik dan sebuah kepuasan dari konsumen meningkat. Mr. Konveksi Bangkalan merencanakan beberapa startegi untuk menumbuhkan kepercayaan, komunikasi dan kebenaran produk konsumen dengan cara : (1) melakukan sosialisasi melalui pendekatan individual; (2) memanfaatkan kesempatan dalam program-program komunikasi/diseminasi; dan (3) membangun kerja sama dengan pihak lain dalam mempubliskan di media cetak (Banner dan Stiker) dan radio.

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. Mr. Konveksi Bangkalan mampu menunjukkan perhatian, berbicara dari sudut pandang konsumen, serta bersimpati dan berempati kepada konsumen sehingga konsumen merasa dilayani dengan baik dan itu menunjukan kepuasan konsumen terhadap layanan yang lakukan oleh *relationship marketing*. Strategi yang dilakukan Mr. Konveksi Bangkalan dalam meningkatkan layanan kepuasan terhadap konsumen sudah cukup efektif hal itu dapat dilihat dari kepuasan pengunjung atau konsumen atas pelayanan yang diberikan Mr. Konveksi Bangkalan tersebut sehingga jumlahnya pun bertambah banyak

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