

DINAMIKA PEMASARAN HOME INDUSTRI KONVEKSI PADA MASA PANDEMI COVID-19 STUDI PADA KONVEKSI IBROR KEDIRI

Mohamad Nurhuda¹, Ema Nurzainul Hakimah², Sigit Ratnanto³

^{1),2),3)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
mohamadnurhuda97@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 11/06/2022

Tanggal Revisi : 10/07/2022

Tanggal Diterima : 10/07/2022

Abstract

The purpose of this research is to analyze and find out how important knowledge about the marketing mix, marketing factors, and the role of e-commerce in digital marketing in the business world is. The method in this study uses a qualitative method with a phenomenological approach model. Collecting data by conducting observations, interviews, and documentation studies. The data analysis techniques used were noema, epoche, noesis, eidetic redactio, and intentional analysis. The results of this research are the marketing mix, marketing factors, and e-commerce marketing play an important role in dealing with marketing dynamics during the pandemic of Ibror Sablon Kediri's convection business.

Keywords: Dynamics of marketing, Pandemic, Convection

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui seberapa pentingnya pengetahuan tentang bauran pemasaran, faktor-faktor pemasaran, serta peranan *e-commerce* pada *digital marketing* dalam dunia usaha. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan model pendekatan fenomenologi. Pengumpulan datanya dengan melakukan observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan *noema*, *epoche*, *noesis*, *eidetic reduction*, dan *intentional analysis*. Hasil dari penelitian ini bauran pemasaran, faktor-faktor pemasaran, dan *e-commerce* pemasaran menjadi peranan penting dalam menghadapi dinamika pemasaran pada masa pandemi usaha konveksi Ibror Sablon Kediri.

Kata Kunci: Dinamika Pemasaran, Pandemi, Konveksi

PENDAHULUAN

Bisnis fashion pakaian telah mengalami perubahan mengikuti perkembangan trend yang sedang belangsung. Masyarakat dengan latar belakangnya akan menyesuaikan dengan selera masing-masing, sehingga kreativitas dan inovasi, selalu mengiringi dinamika perputaran trend fashion khususnya pakaian. Thomas Carlyle mengatakan, pakaian yang dikenakan oleh seseorang itu melambangkan jiwa bagi pemakainya [1]. Sebagai kebutuhan utama manusia fungsi pakaian tidak lagi memenuhi fungsinya sebagai pelindung tubuh saja tetapi lebih dari itu pakaian berfungsi sebagai estetika dalam ibadah dan sebagai kebutuhan ekspresi diri. Mengamati trend pakaian yang permintaanya selalu mengalami pertumbuhan, hal inipun dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar untuk dapat menjadi bagian dalam dunia fashion dengan membangun industri konveksi.

Ditengah cerahnya progres usaha produk fashion, pada awal tahun 2020 dunia dihadapi dengan keberadaan virus *covid-19*. Adanya pandemi covid-19 di Indonesia menyebabkan berbagai permasalahan, salah satunya usaha mikro kecil dan menengah bidang jasa konveksi. Di masa pandemi ini pemerintah melakukan pembatasan sosial atau *social distancing* untuk menghindari peluncuran penularan virus covid-19, sehingga menyebabkan penurunan pada tingkat daya beli masyarakat. Times indonesia pangandaran memberitakan dampak pandemi Covid-19 yang terjadi hampir satu tahun lebih berdampak pada buruknya penghasilan pelaku usaha konveksi di Pangandaran, Jawa Barat. Seorang pelaku usaha konveksi, Aan Andriana (43) asal Dusun Nagrak, RT 07/04 Desa Karangsari, Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran keluhkan penghasilan usaha selama masa pandemi Covid-19. Berbagai cara pemerintah mencari solusi untuk membangkitkan

ekonomi yang mana akhirnya pemerintah yang awalnya pemasaran dan penjualan hanya dilakukan dengan *online* saja, hingga saat ini mulai kembali bangkit dengan era *new normal* dengan menerapkan protokol kesehatan dalam kegiatan bermasyarakat. Di era *new normal* pelaku usaha khususnya Ibror Sablon Kediri, perlu lebih memahami pergerakan pasar konveksi ditengah mulai bangkitnya kembali aktivitas pasar di era pandemi dengan memahami konsep bauran pemasaran, faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran, serta pemanfaatan *e-commerce* pemasaran.

Konsep bauran pemasaran dalam bisnis merupakan hal yang penting, dimana konsep ini digunakan sebagai strategi pemasaran guna meningkatkan angka penjualan. Aspek-aspek bauran pemasaran meliputi produk, harga, tempat, proses, orang, dan bukti fisik. Assauri mengatakan bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan sebuah kombinasi kegiatan yang dimana sebagai inti dari sebuah sistem pemasaran, kegiatan apapun dapat dikendalikan oleh pemasaran untuk mempengaruhi reaksi para konsumen [2]. Selain digunakan untuk meningkatkan penjualan konsep bauran pemasaran juga perlu menjadi perhatian agar mampu menciptakan kondisi yang baik antara kedua pihak baik produsen dan pelanggan sambil memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran.

E-commerce pemasaran sendiri merupakan alat pemasaran yang sudah banyak digunakan dalam bisnis modern, keberadaan *e-commerce* lebih sebagai praktik promosi yang tujuannya dapat meningkatkan *traffic* ke dalam media *online* dengan jaringan yang lebih luas melalui *website* sebuah usaha. Jenis-jenis *e-commerce* pemasaran meliputi *Business to business*, *business to consumer*, *consumer to consumer*, *consumer to business*, *business to administration*, *consumer to administration*, dan *online to offline*. Dengan *e-commerce* dalam perkembangannya fashion didorong oleh beberapa faktor yaitu entertainment, media massa, dan internet, ditambah dengan keberadaan situs-situs *e-commerce* seperti *Shopee*, dan *Bukalapak* sebagai tempat jual beli *online* yang menjadi dukungan bagi produsen produk fashion untuk lebih produktivitas. Pemanfaatan *e-commerce* ini pun dinilai mampu menumbuhkan penjualan kembali, hingga perlu diterapkan dalam sebuah bisnis khususnya konveksi Ibror Sablon Kediri.

Ibror sablon Konveksi merupakan jenis usaha di bidang konveksi pakaian di daerah Kediri tepatnya di desa Bolawen kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri yang berdiri sejak 2010 Silam. Ibror Sablon konveksi menjajakan produk-produknya di pasar yang ada di Jawa Timur dan sekitarnya. Pak Sahri dan Bu Tin Selaku pengusaha Ibror sablon konveksi mengatakan produknya sudah mulai dipasarkan di beberapa daerah di Jawa Timur seperti Nganjuk, Blitar, Tulungagung, pasar tradisional dan toko yang ada di sekitar Kediri. Akan tetapi masih ada permasalahan dalam kegiatan usahanya khususnya pada penjualan dan pemasaran di masa pandemi *COVID-19* ini dimana Pak Sahri selaku pemilik usaha Ibror Sablon Konveksi Kediri membutuhkan solusi untuk mampu menghadapi penjualan di masa pandemi ini agar kembali produktivitas seperti masa sebelum pandemi *COVID-19*. Maka itu perlu adanya pergerakan yang dilakukan dengan penelitian agar usaha Ibror sablon Konveksi Kediri ini mampu bertahan dan aktif kembali sebagai produsen pakaian di Kediri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pelayanan Kepada Pelanggan

Dalam sebuah bisnis, pelayanan merupakan sesuatu yang sangat penting bagi produsen untuk diamati dan dipahami. Dengan menerapkan kualitas pelayanan pada sebuah usaha maka akan lahir hubungan yang baik antara produsen dengan konsumen, dengan pelayanan yang baik membuat konsumen merasa senang dan nyaman hingga akhirnya tercapai kepuasan saat membeli suatu produk, seperti halnya yang dilakukan oleh Konveksi Ibror Sablon Kediri. Ibror Sablon Kediri melakukan inovasi pelayanan dengan sebaik mungkin agar dapat menciptakan sebuah kepuasan dari konsumen sehingga konsumen kembali untuk membeli produknya. Karena pada umumnya pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan yang baik serta mampu menciptakan pembelian ulang dan menimbulkan minat untuk melakukan pembelian dengan lebih sering.

Dapat disimpulkan bahwa pelayanan di Ibror Sablon Kediri merupakan hal yang utama yang perlu diamati dan dilakukan hal ini untuk mempertahankan pelanggan. Dengan pelayanan kepada pelanggan yang baik maka pelanggan akan kembali melakukan pembelian produk Ibror Sablon lagi.

E-commerce pemasaran

Kemunculan *e-commerce* di era digital sangat membantu sebuah usaha khususnya bidang pemasaran. *E-commerce* merupakan sebuah aplikasi yang mendukung transaksi jual beli melalui jaringan internet, dimana antara penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung melainkan pembeli dan penjual memiliki sebuah akun yang dimana akun tersebut digunakan untuk berkomunikasi dan melakukan transaksi yang akhirnya dilakukan pembayaran melalui transfer. Mengikuti era digital bisnis *modern* Ibror Sablon juga memanfaatkan *e-commerce* sebagai penunjang pemasaran beragam aplikasi *e-commerce* yang digunakan mulai dari *facebook*, *instagram*, dan *shopee*. Berdasar pada penjelasan yang disampaikan oleh informan dapat disimpulkan bahwa Ibror Sablon juga melakukan pemasaran dengan aplikasi *e-commerce*. Dengan *e-commerce* membuat produk dari Ibror Sablon dikenal oleh masyarakat luas.

1. Epoche

Pada tahap kedua adalah *epoche*, yaitu pengelupasan lebih dalam terkait temuan temayang telah dianalisis dalam *noema*. Tema-tema tersebut yaitu:

a. Segmentasi Pasar

Peneliti menemukan fenomena bahwa Ibror Sablon terus memantau situasi pasar dengan melihat apa yang dibutuhkan masyarakat, hal ini yang mendorong Ibror Sablon berinovasi untuk terus mengamati sehingga dapat memenuhi kebutuhan yang disasar.

Pertanyaan terus diberikan kepada informan karna masih terdapat pernyataan tentang penjelasan tema dari *noema* yang ungkapkan oleh informan. Pertanyaan yang disampaikan diajukan untuk mengetahui lebih dalam informasi tentang menentukan target pasar. Apa saja hal yang menjadi pendorong kebijakan tersebut serta mengetahui bentuk analisa yang diterapkan oleh konveksi Ibror Sablon.

b. Inovasi Produk

Fenomena bahwa Ibror Sablon melakukan inovasi pada produk masker untuk wanita berhijab dan pakaian tenaga kesehatan. Pertanyaan tersebut sekaligus peneliti ajukan guna memperoleh informasi yang lebih dalam atas temuan yang telah peneliti dapatkan.

c. Pelayanan Kepada Pelanggan

Peneliti menemukan fenomena bahwa Ibror Sablon selalu memberikan perhatian khusus pada pelanggan dengan memberi garansi bila saat pengiriman dan pengemasan ada barang yang rusak. Pertanyaan tersebut sekaligus peneliti ajukan untu memperoleh informasi lebih dalam atas temuan awal yang telah peneliti peroleh.

d. E-commerce Pemasaran

Pada temuan yang telah peneliti dapatkan bahwa paska pandemi Ibror Sablon menggunakan konsep pemasaran dengan aplikasi *e-commerce Facebook, instagram, dan shopee*. Informan mengungkapkan bahwa aplikasi *e-commerce* sangat membantu pemasaran Ibror Sablon. Dengan *e-commerce* penjualan menjadi lebih luas bahkan Ibror Sablon sering mendapatkan orderan dari Jakarta, Lampung, Kalimantan, dan Palembang. Pertanyaan tersebut peneliti ajukan untuk mengungkapkan peran dari *e-commerce* pemasaran.

2. Noesis

Noesis merupakan bagian dari pesan yang disampaikan oleh informan. Setelah proses *epoche* yang menghasilkan beberapa pernyataan terkait tindakan, yang mana tindakan tersebut merupakan kesadaran terdalam yang mendasari *noema* dan *epoche*. Tahap selanjutnya adalah *noesis*, di mana berisi laporan tentang tindakan yang dilakukan oleh Ibror Sablon Kediri pada tahap akhir. Hasil pemaknaan ini di dapat dari pertanyaan *epoche* yaitu sebagai berikut:

a. Segmentasi Pasar

Pemaknaan yang ada dibawah ini merujuk pada pernyataan dari informan pada prose noema yang telah dilakukan pengerucutan melalui proses epoche yang hasil pernyataannya sebagai berikut:

*Informan 2 : Lebih dari itu mas, kami selalu mencari cara agar konsumen senang dan puas dengan produk kami. Maka itu pada setiap pembelian yang dilakukan oleh konsumen kami meminta pendapat dari konsumen setelah mereka membeli dengan melalui pesan whatsapp (**Noesis 1**). Dari pendapat yang disampaikan konsumen itulah kami bisa mengetahui apa keinginan dan kebutuhan konsumen.*

b. Inovasi Produk

Pemaknaan berikut ini merujuk pada pernyataan dari informan bahwa lbror Sablon selalu melakukan inovasi terhadap produknya mereka meyakini dengan inovasi produk akan membuat sebuah produk lebih digemari.

*Informan 1 : Iya mas benar sebelum inovasi produk dilakukan kami menerima saran dari konsumen mas (**Epoche 2**) pertama kali mendapat masukan untuk membuat masker versi wanita berhijab, yang akhirnya kami menemukan ide membuat alat yang dapat menyambungkan masker untuk wanita hijab, kami namakan konektor masker hijab.*

c. Pelayanan Kepada Pelanggan

Informan menyatakan bahwa pelayanan kepada pelanggan juga merupakan hal utama, rasa nyaman yang dirasakan oleh pelanggan merupakan gambaran bagaimana sebuah bisnis hidup.

*Informan 1 : Hihhi kita sama-sama belajar ya mas. Cara kami melayani pelanggan itu kami melakukan perhatian khusus pada konsumen mas dengan cara menerima dan menanggapi masukan dari konsumen dengan cepat (**Epoche 3**), selain itu juga kami memberikan garansi produk bilamana ada produk yang diterima konsumen tidak sesuai, seperti pengemasan yang buruk dan ditemui produk yang rusak.*

d. E-commerce pemasaran

Pemaknaan terkait peranan e-commerce pada usaha lbror Sablon merujuk pada identifikasi noema dan proses epoche yang diperoleh sebagai berikut:

*Informan 1 : Kalo di tanya pengaruhnya, banyak sekali mas pengaruhnya khususnya dari sisi penjualan, dari e-commerce ini produk lbror Sablon bisa dikenal oleh masyarakat luas mas (**Epoche 4**). Bahkan pernah saya mendapat orderan dari orang Jakarta, Tangerang, Lampung, dan Kalimantan. Selain itu dengan e-commerce promosi menjadi lebih mudah mas, malah mudah banget.*

3. **Intentional Analysis**

Dalam tahap ini peneliti mengambil pemahaman lanjutan dari proses pemaknaan terkait bagaimana noesis membentuk noema. Pada tahap ini memberikan sebuah pemaknaan tentang tindakan yang melandasi sebuah noema terbentuk, yaitu:

a. Segmentasi Pasar

Informan menyatakan bahwa mengamati pasar dan melakukan segmentasi pasar untuk memenuhi kebutuhan merupakan hal yang sangat penting dilakukan bagi sebuah usaha. Dengan mengamati segmentasi pasar artinya kebutuhan konsumen dalam segmentasi tersebut yang berupa barang bisa dipenuhi. Informan menyampaikan untuk menentukan segmentasi pasar pada lbror Sablon yaitu dengan mengamati aktivitas masyarakat dalam segmen tersebut, serta dengan melakukan pendekatan kepada pelanggan dengan menanyakan kebutuhan dan keinginan pelanggan tersebut melalui pesan whatsapp yang kemudian terbentuk segmen pasar baru dari lbror Sablon. Informan menyampaikan hasil dari melakukan segmentasi pasar yaitu

memperoleh ide untuk memproduksi alat pelindung diri kesehatan. Dengan hasil pengamatan yang dilakukan membuat Ibror Sablon kembali aktif beroperasi dan pemasaran kembali berjalan dengan baik.

b. Inovasi Produk

Sesuai dengan yang disampaikan informan Ibror Sablon selalu melakukan inovasi baru terhadap produknya. Informan menganggap dengan melakukan inovasi pada sebuah produk, membuat produk dapat dicintai oleh konsumen. Inovasi produk dilakukan pada produk masker dan alat pelindung diri kesehatan dengan membuat model, warna, serta bahan yang berbeda hingga akhirnya Ibror Sablon menemukan satu produk yang pas dan sesuai dengan keinginan konsumen.

c. Pelayanan Kepada Pelanggan

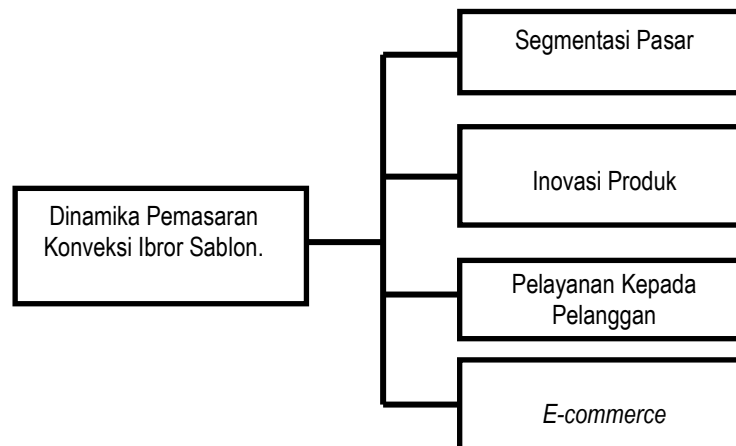
Pelayanan kepada pelanggan merupakan hal utama yang perlu diperhatikan. Ibror Sablon menganggap bahwa pelanggan adalah harta yang harus dijaga hubungannya dengan baik. Pelayanan yang dilakukan Ibror Sablon kepada pelanggan dilakukan dengan menyambut mereka ketika datang ke tempat usaha, menanyai kebutuhannya, dan untuk pelanggan yang jauh rumahnya pelayanan yang dilakukan ialah memberikan garansi bilamana ada barang yang rusak atau tak sesuai dengan yang diharapkan.

d. E-commerce Pemasaran

Keberadaan *e-commerce* sangat membantu penjualan Ibror Sablon informan menyampaikan dengan bantuan *e-commerce* produk mereka bisa dikenal oleh masyarakat luas dengan *e-commerce* Ibror Sablon mendapat berbagai pesanan dari luar kota seperti Jakarta, Lampung, Kalimantan, dan Palembang. Aplikasi yang digunakan oleh Ibror Sablon adalah *Shopee, Facebook, dan Instagram*. Informan mengungkapkan akan terus menggunakan *e-commerce* sebagai alat pemasaran agar usahanya bisa tetap terus berkembang dari waktu kedepan.

4. Penyajian *Eidetic Reduction*

Eidetic reduction merupakan proses penemuan ssebuah ide pokok yang memaknai hasil temuan tersebut. Dengan melakukan beberapa tahapan-tahapan, maka ditemukan beberapa ide pokok dari informan tentang dinamika pemasaran dari Ibror Sablon Kediri. Berikut merupakan hasil penyajian *Eidetic Reduction* sesuai dengan hasil dari analisis di atas:



Sumber: data diolah, 2022

Gambar 1. Dinamika Pemasaran Konveksi Ibror Sablon

Sesuai pada gambar *eidetic reduction* diatas maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Segmentasi Pasar

Pak Sahri dan Bu Titin dengan sadar meyakini bahwa:

- 1) Melakukan segmentasi pasar adalah hal yang penting dilakukan.
- 2) Segmentasi pasar dilakukan dengan mengamati kebutuhan konsumen dengan melihat perilaku kosumen.

- 3) Pendekatan pada konsumen dengan menanyai pendapat mereka setelah membeli merupakan cara Ibror Sablon melakukan untuk mengetahui kebutuhan dari segmen pasar.
 - 4) Pendekatan pada konsumen membantu Ibror Sablon mampu menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.
- b. Inovasi Produk
- Pak Sahri dan Bu Titin dengan sadar meyakini bahwa:
- 1) Ibror Sablon selalu melakukan inovasi produknya.
 - 2) Inovasi produk dilakukan Ibror Sablon dengan menerapkan model dan variasi warna.
 - 3) Ibror Sablon selalu menerima masukan *request* dari pelanggan.
 - 4) Tes prodk dilakukan Ibror Sablon untuk mengetahui berhasil atau tidaknya inovasi produk yang telah dilakukan.
- c. Pelayanan Kepada Pelanggan
- Pak Sahri dan Bu Titin dengan sadar meyakini bahwa:
- 1) Kualitas layanan pelanggan mencirikan hubungan antara produsen dengan konsumen.
 - 2) Ibror Sablon menganggap konsumen adalah pemberian Tuhan yang perlu dijaga.
 - 3) Pelayanan pelanggan dilakukan dengan menerima dan menanggapi masukan dari konsumen.
 - 4) Dengan pelayanan yang baik dapat membuat konsumen senang.
 - 5) Garansi produk diberikan pada konsumen dari luar kota, ini merupakan bentuk layanan pelanggan untuk memperoleh kepercayaan pelanggan.
- d. *E-commerce* Pemasaran
- Pak Sahri dan Bu Titin dengan sadar meyakini bahwa:
- 1) Ibror Sablon mengusung konsep *digital marketing*.
 - 2) Keberadaan *e-commerce* menunjang penjualan Ibror Sablon.
 - 3) Aplikasi *e-commerce* yang digunakan Ibror Sablon adalah *facebook, instagram, dan shopee*.
 - 4) Keberadaan *e-commerce* menunjang penjualan Ibror Sablon.
 - 5) *E-commerce* membantu produk Ibror Sablon dikenal masyarakat luas.

Pembahasan

Pada penelitian ini, peneliti menemukan data serta informasi dinamika pemasaran yang melahirkan kebijakan pemasaran konveksi pada masa pandemi *covid-19* oleh Ibror Sablon untuk tetap bertahan dan menghadapi persaingan bisnis, yang kemudian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Segmentasi Pasar

Pak Sahri dan Bu Titin menyatakan bahwa segmentasi pasar dilakukan dengan mengamati segmen pasar. Untuk menentukan segmentasi pasar Ibror Sablon melakukan pemantauan aktivitas konsumen, serta dengan melakukan pendekatan kepada pelanggan dengan menanyakan kebutuhan dan keinginan pelanggan tersebut melalui pesan *whatsapp* yang kemudian terbentuk segmen pasar baru dari Ibror Sablon. Dari mengamati segmen pasar yang dilakukan Ibror Sablon mendapat ide untuk memproduksi alat pelindung diri kesehatan dan Ibror Sablon kembali aktif beroperasi dan pemasaran kembali berjalan dengan baik. Hasil yang diperoleh ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller, segmentasi perilaku merupakan suatu pembagian pasar yang dibagi menjadi beberapa kelompok yang berdasarkan pada sikap, pengetahuan, dari penggunaan seorang konsumen [3].

2. Inovasi Produk

Pak Sahri dan Bu Titin merasa inovasi produk harus perlu dilakukan. melihat potensi produk kesehatan yang terlihat baik, Ibror Sablon pun melakukan inovasi terhadap produk mereka seperti masker menambahkan variasi warna produk masker yang beragam, lalu melakukan inovasi masker untuk perempuan yang berhijab pendapat tersebut sebagai bentuk kesadaran eksplisit (*noema*). Hasil yang diperoleh ini sesuai dengan teori Riyanti, dimana inovasi merupakan sebuah proses yang dilakukan seorang produsen dalam menciptakan hal baru yang sebelumnya belum pernah diciptakan oleh seorang produsen.

3. Pelayanan Kepada Pelanggan

Pak Sahri dan Bu Titin menganggap pelayanan kepada pelanggan adalah hal yang utama, pelanggan adalah harta yang harus dijaga hubungannya dengan baik. Hasil yang diperoleh ini sesuai dengan teori Cronin et al, kualitas pelayanan menjadi pengaruh terhadap bentuk kepuasan pelanggan.

4. E-commerce Pemasaran

Keberadaan *e-commerce* disambut baik oleh Ibror Sablon. Pak Sahri dan Bu Titin menerapkan konsep digital marketing pada usaha Ibror Sablon untuk mendorong penjualan. Aplikasi *e-commerce* yang digunakan yaitu *shopee*, *facebook*, dan *instagram*. Hasil yang diperoleh ini sesuai dengan teori Coulter dan Buddiemeir (*e-commerce outline*), *ecommerce* adalah media yang berhubungan dengan penjualan, periklanan, dan pemesanan sebuah produk yang dimana semuanya dikerjakan dengan melalui internet.

KESIMPULAN

Segmentasi pasar dilakukan oleh Ibror Sablon segmentasi dengan mengamati segmen pasar. Menaruh perhatian pada segmentasi pasar artinya kebutuhan konsumen dari suatu barang bisa dipenuhi, Ibror Sablon melakukan pemantauan aktivitas konsumen, serta dengan melakukan pendekatan kepada pelanggan dengan menanyakan kebutuhan dan keinginan pelanggan tersebut melalui pesan *whatsapp* yang kemudian terbentuk segmen pasar baru dari Ibror Sablon. Segmentasi pasar yang benar dapat membentuk usaha tetap eksis ditengah persaingan bisnis.

Inovasi Produk dilakukan oleh Ibror Sablon dengan menambahkan variasi warna produk yang beragam, lalu melakukan inovasi masker untuk perempuan yang berhijab. Pelayanan kepada pelanggan yang dilakukan oleh Ibror Sablon Kediri yaitu dengan cara mengenal pelanggan, memberikan garansi bilamana ada barang yang rusak atau tak sesuai dengan yang diharapkan. Dalam masa pandemi Covid-19 ini, Ibror Sablon Kediri bekerja sama dengan mitra pengantaran *shopee* untuk membantu pelayanan mereka, sehingga pelanggan yang tidak bisa datang langsung ke Ibror Sablon Kediri bisa membeli lewat aplikasi.

E-commerce digunakan Ibror Sablon sebagai media pemasaran dan penjualan. *E-commerce* membuat penjualan Ibror Sablon makin berkembang baik. Aplikasi *e-commerce* yang digunakan yaitu *shopee*, *facebook*, dan *instagram*.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Carlyle, T. The Collected Works of Thomas Carlyle. London: Chapman and Hall; 1871.
- [2] Assauri, S. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers; 2013.
- [3] Kotler, P., Keller, K. L. Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas (13 Jilid 2; M. Edi & H. Wibi, Eds.). Jakarta: Erlangga; 2009.