BAB III

PELAKSANAAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK KOSMETIKA MUSLIMAH ZOYA DI PT ZOYA FASHION INDUSTRY CABANG BANDUNG

3.1. Gambaran Umum PT Zoya Fashion Industry

3.1.1 Sejarah PT Zoya Fashion Industry

PT Zoya Fashion Industry merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang fashion. Pada awal pendiriannya, Zoya tercipta pada tahun 2005 sebagai alternatif busana muslim yang terjangkau bagi kalangan menengah, juga sebagai alternatif bagi busana muslim berkualitas dan up-to-date. Zoya merupakan salah satu lini bisnis dari Shafco Enterprise, sebuah holding company yang bergerak dalam bidang Muslim fashion sejak tahun 1989 dengan kantor pusat di Bandung, Indonesia.

Zoya adalah nama feminin yang dipakai di Rusia dan Ukraina, diambil dari bahasa Yunani kuno yang berarti "kehidupan". Dalam bahasa India memiliki arti "bersinar", sedangkan dalam bahasa Arab diartikan dengan "peduli" dan "menyenangkan". Warna hijau pada logo Zoya melambangkan kehidupan, kesegaran, ketenangan, dan pertumbuhan. Warna coklat berarti daya tahan dan kenyamanan yang melambangkan bumi dan tanah.

Brand Philosophy Zoya adalah "light and color". Zoya menampilkan koleksi yang berkarakter ringan, easy to wear, easy to match, serta lengkap dalam desain dan warna. Dalam rangka ekspansi bisnisnya, Zoya juga mengembangkan

repository.unisba.ac.id

sayap dengan menciptakan lini bisnis yaitu Zoya Cosmetics, Zoya Jeans, dan Zoya Home. Dengan demikian, Zoya kian mampu memenuhi kebutuhan customer dalam bidang fashion muslim.

Selanjutnya, usaha bisnis Zoya berkembang dengan tujuan manjadikan brand Zoya untuk dapat melengkapi muslimah Indonesia dengan berbagai jenis busana yang selalu mengikuti tren dunia. Tak hanya bergaya modis, customer dapat memiliki produk Zoya yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Dengan mengutamakan desain gaya yang ringan dan penuh warna, Zoya dapat mempertegas kecantikan penggunanya yang ditargetkan kepada wanita berusia 18 tahun ke atas.

Zoya telah dipercaya sebagai penunjang busana dan make-up oleh sejumlah program televisi dan film seperti Mak Ijah Ingin Ke Mekah, Eat Bulaga Indonesia, The Comment, Assalamualaikum Beijing, Hijrah Cinta, dan Kukejar Cinta ke Negeri Cina. Melalui tata kelola manajemen yang profesional dan desain fashion muslim yang *simple and stylish* serta bercita rasa global, Zoya sebagai brand fashion muslim besar di Indonesia kini semakin memamtapkan langkah untuk menjadikan Indonesia sebagai kiblat fashion muslim dunia.

Perkembangan bisnis yang kian kompetitif membuat Zoya terus melakukan inovasi dalam produk dan pelayanan dengan mengutamakan kualitas brand image dan kepuasan pelanggan, menghadirkan pelayanan paripurna bagi pelanggan melalui kenyamanan showroom, pelayanan personal, hingga layanan pengiriman produk melalui website.

repository.unisba.ac.id

3.1.2 Visi dan Misi PT Zoya Fashion Industry

- **Vision**

  Menjadi referensi utama bagi para muslimah dalam berbusana hijab yang fashionable.

- **Mission**

  a) Menciptakan inovasi-inovasi style busana muslim terbaru

  b) Memberikan inspirasi kepada para muslimah untuk selalu berhijab stylish

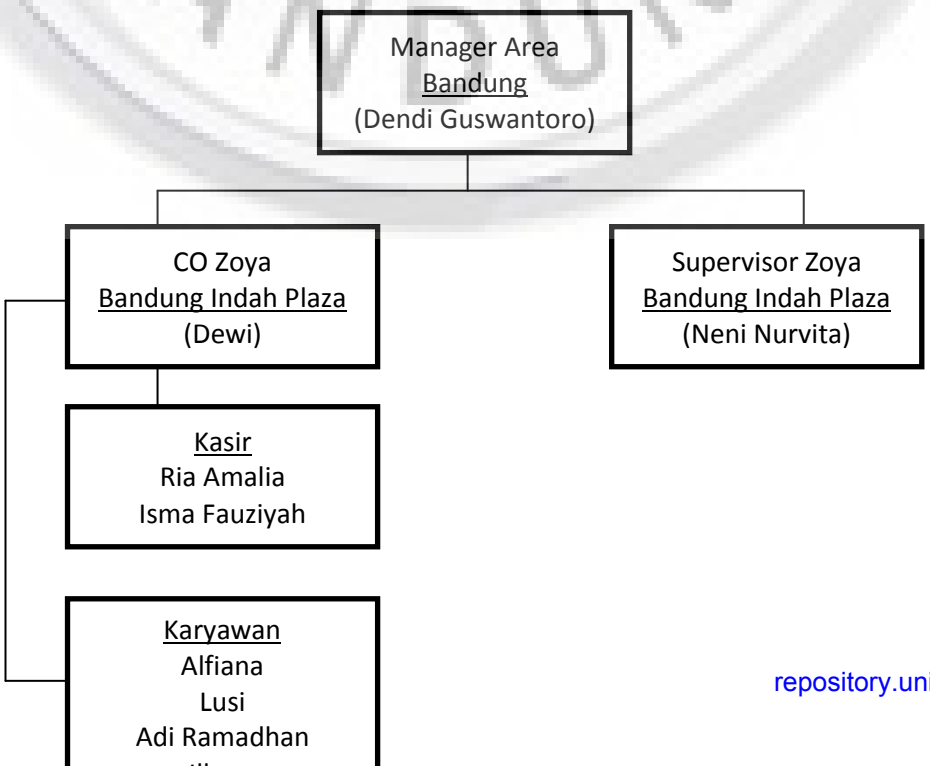
  c) Menyediakan solusi bagi kecantikan paras wanita muslimah

- **Tagline**

  Tagline yang diangkat Zoya adalah "Lebih Pas Untuk Cantikmu" karena Zoya sangat memahami karakter kecantikan yang berbeda bagi tiap wanita dan mampu memberikan solusi terbaik untuk tiap karakter garis wajah dan tubuh.

3.1.3 Struktur Organisasi

Gambar 3.1
Struktur Zoya Cabang Bandung (BIP Lt.2 Blok E1 21-22).



repository.unisba.ac.id

3.1.4 Job Descriptions

1. **Manager Area**

   Bertanggung jawab atas kegiatan usaha, administratif, dan penjualan produk Zoya Industry meliputi area yang ditunjuk. Untuk area bandung meliputi beberapa store sebagai berikut :

   a. Zoya Bandung Indah Plaza
   b. Zoya Baltos Town Square
   c. Zoya Buah Batu
   d. Zoya Paris van Java (PVJ)

2. **Supervisor**

   Bertanggung jawab terkait masalah mengenai kepegawaian pada store yang ditunjuk dan design interior store yang sesuai dengan visi dan misi Zoya Industry.

3. **CO**

   Bertanggung jawab atas penjulan produk Zoya industry pada store yang ditunjuk.

4. **Kasir**

   Bertanggung jawab mengenai masalah keuangan dan sistem pelaporan keuangan serta transaksi dari kegiatan usaha Zoya industry.

5. **Karyawan (Shop Keepers)**

repository.unisba.ac.id

a. Melayani costumer yang mengunjungi store

b. Menerangkan produk Zoya Industry

c. Stok dan loading produk Zoya Industry pad store yang ditunjuk.

3.1.5 Produk PT Zoya Fashion Industry Cabang Bandung

1. **Zoya Fashion**

   Zoya Fashion menghadirkan kerudung sebagai produk unggulannya. Namun, tidak hanya itu, Zoya Fashion juga menyediakan busana, aksesoris, hingga perlengkapan ibadah bagi para customer. Tersedia dalam beragam warna dan model yang anggun dan menarik, produk-produk Zoya Fashion merupakan pilihan yang tepat untuk menemani customer dalam berbagai situasi.

2. **Zoya Home**

   Zoya Home merupakan rujukan fashion yang dapat digunakan oleh customer dalam berkegiatan sehari-hari, baik di dalam maupun di sekitar rumah, agar tetap nyaman dan stylish. Produk-produk Zoya Home terbuat dari bahan yang lembut dan adem, disertai desain yang menarik dengan model yang simpel dan casual, sehingga membuat aktivitas sehari-hari customer di rumah menjadi menyenangkan.

3. **Zoya Jeans**

   Produk-produk Zoya Jeans diciptakan untuk customer yang menyukai busana-busana bernuansa jeans, yang bergaya santai dan casual namun tetap cantik. Ragam koleksi Zoya Jeans tersedia mulai dari koleksi tops yang terdiri dari

repository.unisba.ac.id

shirt, tunik, dress, dan outerwear, hingga koleksi bottom seperti beragam *style* celana dan rok panjang.

4. Zoya Cosmetics

Zoya Cosmetics hadir untuk melengkapi kebutuhan customer terhadap produk-produk kecantikan, mulai dari perlengkapan make-up seperti lipstik, lip balm, bedak, BB cream, eye brow, eye shadow, blush on, maskara, dan make up removal; hingga perawatan wajah dan tubuh seperti masker, facial wash, dan body mist. Kehadiran Zoya Cosmetics ini dapat menjadi referensi para muslimah untuk menunjang kecantikan wajah sehari-hari. Untuk Produk kosmetik yang diproduksi Zoya Industry tersedia dalam berbagai rangkaian, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut :

1) *BASIC SERIES*

a. *Facial Wash*, Sabun muka lembut untuk semua jenis kulit. *Soap free* formula. tidak membuat kulit menjadi kering.

b. *Cleanser*

a) *Normal to dry skin*, Susu pembersih dengan pH *balance* untuk kulit normalkering. Dengan ekstrak bunga *Camomile* dan *Aloe vera*. Diperkaya vitamin E sebagai antioksidan.

b) *Normal to oily skin*, Susu pembersih dengan pH *balance* untuk kulit normal berminyak. *Ekstrak witch hazel*-nya membantu meringkas pori dan mengencangkan kulit, diperkaya pelembab dan vitamin E.

repository.unisba.ac.id

c. *Hydrating Toner*, *Toner* lembut non-alkohol. Tidak membuat kulit menjadi kering dan iritasi. Gunakan varian yang sesuai dengan kulit muslimah Indonesia.

   a) *Normal To Dry Skin*, Toner pH balance dengan ekstrak Aloe vera yang melembabkan dan menyejukkan kulit.

   b) *Normal To Oily Skin*, Toner pH balance dengan ekstrak Witch hazel yang membantu meringkas pori dan mengurangi kelebihan minyak.

d. *Sunscreen Gel SPF 30*, Tabir surya berbentuk gel dengan SPF 30. Mengandung pelembab, filter UV-A dan UV-B yang melindungi kulit dari kerusakan akibat sinar matahari. Sangat dianjurkan kepada para muslimah terlebih untuk beraktivitas di luar ruangan.

e. *Moisturizer cream*, Pelembab untuk semua jenis kulit. Mengandung microcollagen, olive oil, dan vitamin E (antioksidan). Untuk kulit lembab dan senantiasa halus.

f. *Moisturizer Gel*, Pelembab berbentuk gel. Mengandung ekstrak chamomile, Pro Vitamin B-5 dan vitamin E. Ringan dan cocok untuk kulit berminyak sekalipun.

g. *Intensive night cream*, Krim malam dengan kandungan squalene, microcollagen (Aminopeptida), olive oil plus dan Vitamin E. Sangat dianjurkan untuk memelihara kekenyalan kulit.

repository.unisba.ac.id

h. *Peeling cream,* Krim berisi scrub lembut dengan 3 aksi: mengangkat sel kulit mati, membantu mempercepat regenerasi sel dan sekaligus melembabkan. Dianjurkan dipakai seminggu sekali.

i. *Facial scrub,* Scrub lembut dengan pH balance, mengangkat kotoran hingga ke pori-pori.

j. *Facial mask,* Masker untuk semua jenis kulit. Mengencangkan dan menghaluskan kulit. Dianjurkan digunakan seminggu sekali.

2) LIGHTENING SERIES

Ekstrak licorice menghambat produksi Melanin dan AHA (ALpha Hidroxy Acid) membantu regenerasi sel juga mengandung vitamin E dan minyak zaitun untuk melembabkan dan melembutkan kulit.

a. *Lightening gentle wash,* Sabun pembersih dengan pH balance. Mengandung ekstrak Licorice dan Vitamin B3 yang membantu mencerahkan kulit.

b. *Lightening facial scrub,* Scrub pembersih dengan pH balance. Mengangkat sel kulit mati dan kotoran penyumbat pori. Mengandung ekstrak Licorice untuk kulit yang lebih cerah, bersih dan segar.

c. *Lightening milk cleanser,* Lotion pembersih yang mengandung AHA ekstrak Licorice dan vitamin B3. Membersihkan dan membuat kulit tampak lebih cerah. Tidak lengket dan berminyak.

d. *Lightening face toner,* Toner dengan pH balance. Mengandung ekstrak Licorice yang membantu mencerahkan kulit kusam. Alcohol free, tidak membuat kulit menjadi kering.

repository.unisba.ac.id

e. *Lightening face mask*, Masker untuk semua jenis kulit dengan kaolin, ekstak Licorice, Seaweed, dan vitamin E untuk kulit tampak lebih kencang, halus dan lembab.

f. *Lightening Body Lotion*, Lotion dengan kandungan Licorice. Dilengkapi tabir surya dan vitamin E untuk kulit lebih cerah dan lembab sepanjang hari.

g. *Lightening Two Way Cake*, Sempurnakan perawatan untuk kulit cerah Anda dengan aplikasi TWC ini. Mencegah timbulnya fleg hitam dan membuat kulit lebih cerah dan halus dengan ekstrak Licorice dan UV protection.

h. *Lightening Day Cream Step 1*, Melembabkan dan menghambat pigmentasi pada wajah. Dengan ekstrak Licorice dan UV protection. Dapat digunakan sebagai alas bedak.

i. *Lightening Night Cream Step 1*, Krim malam dengan kandungan AHA 2%, ekstrak Licorice, dan Microcollagen yang bekerja intensif mencerahkan kulit dan memberikan ekstra kelembaban pada kulit.

j. *Lightening Day Cream Step 2*, Gunakan pada pagi hari sebagai pelembab dan alas bedak. Mengandung ekstrak Licorice, UV protection dan Vitamin E untuk kulit tetap lembab dan terlindungi.

k. *Lightening Night Cream Step 2*, Kandungan AHA yang lebih tinggi (4%) dan ekstrak Licorice serta Microcollagen, membantu mempercepat proses pencerahan kulit agar lebih optimal. Oleskan

repository.unisba.ac.id

sebelum tidur pada kulit yang bersih. Rasakan kulit lebih lembab keesokan harinya.

3) ACNE SERIES, Rangkaian perawatan jerawat yang membersihkan pori, mencegah dan menyembuhkan jerawat, serta membantu meminimalkan noda bekas jerawat.

a. *Acne cleansing gel*, Sabun pembersih bentuk gel. Mengandung oil control yang mengurangi kelebihan minyak, zat anti iritasi dan keratolytic agent yang mempercepat pengeringan jerawat.

b. *Acne gentle scrub*, Pembersih wajah berjerawat dengann scrub halus yang mengangkat kotoran dan sel kulit mati. Dengan oil control, keratolytic agent dan anti iritant. Guanakan setiap 2 hari sekali.

c. *Pore tightening toner*, Toner tanpa alkohol untuk kulit berjerawat dengan ekstrak Witch hazel untuk meringkas pori. Wajah segar dan tetap lembab.

d. *Acne Perfecting Moisturizer Gel*, Pelembab gel dengan SPF 18. Melembabkan dan mengurangi kelebihan minyak pada wajah sekaligus melindungi kulit dari pengaruh buruk sinar matahari.

e. *Acne Treatment Gel*, Gel dengan Triclosan yang mencegah timbulnya jerawat, beta glucan (anti iritasi), dan Asam Salisilat (keratolitik) untuk mengelupaskan dan mengeringkan jerawat. Gunakan hanya pada titik jerawat.

repository.unisba.ac.id

Penjualan produk kosmetik Zoya dari tahun ke tahun semakin berkembang pesat. Terbukti dengan semakin meningkatnya konsumen yang menggunakan produk kosmetik Zoya. Hal ini menunjukkan bahwa Kosmetik Zoya menjadi *brand* kosmetik Islami yang mendapatkan tempat eksklusif di hati para konsumen sehingga tingkat penjualannya juga semakin meningkat. Berikut ini merupakan data perkembangan omzet penjualan produk kosmetika Muslimah Zoya di PT Zoya Fashion Industry Cabang Bandung dalam nominal Rupiah periode 2011 - 2014 :

Tabel 3.1.
Data Penjualan Kosmetika Muslimah Zoya
Cabang Bandung (Outlet BIP)

Tahun	*Basic Series*	*Lightening Series*	*Acne Series*
2011	Rp. 82.445.655	Rp. 78.456.636	Rp. 77.678.853
2012	Rp. 85.342.774	Rp. 82.867.718	Rp. 78.897.718
2013	Rp. 88.786.341	Rp. 85.657.561	Rp. 81.403.564
2014	Rp. 90.818.776	Rp. 88.786.341	Rp. 83.807.896

Sumber : Data Keuangan Zoya Fashion Industry Outlet BIP.

3.2. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Produk Kosmetika Muslimah Zoya di PT Zoya Fashion Industry Cabang Bandung

Strategi yang diterapkan manajemen Zoya Industry dalam memasarkan produk khususnya produk kosmetik bagi muslimah bertujuan untuk meningkatkan mutu dan keuanggulan produk Zoya itu sendiri. Keunggulan bersaing menurut Porter adalah kemampuan suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif senantiasa memiliki

repository.unisba.ac.id

kemampuan dalam memahami perubahan struktur pasar dan mampu memilih strategi pemasaran yang efektif.

Strategi bauran pemasaran yang selama ini telah dilakukan oleh PT Zoya Fashion Industry Cabang Bandung untuk produk Zoya Kosmetika Muslimahmeliputi kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

1. Advertising

   Dilakukan dengan memasang papan iklan/Billboard di jalan-jalan tertentu di kawasan pusat perbelanjaan di Kota Bandung. Pemasangan Bilboard umumnya dipasang pada dinding utama mall tempat counter atau store Zoya Fashion berada. Adapun beberapa mall yang terdapat store Zoya Fashion adalah Bandung Indah Plaza, Baltos Square, Cihampelas Walk, dan Zoya Buah Batu Store. Pihak manajemen PT Zoya dalam kegiatan advertisingnya mengontrak beberapa publik figur muslimah sebagai mitra dan brand ambassador Zoya Fahion Industry seperti Laudya Chintya Bella dan Indah Nevertari.

2. Komunikasi Pemasaran

   Dilakukan dengan kegiatan *sales promotion* memberikan pelayanan tambahan yang diberikan pihak PT Zoya Fashion Industry Cabang Bandung berupa tata rias secara gratis pada store PT Zoya Fashin Industry yang ditunjuk manajemen. Pelayanan make up dan rias wajah ini diberikan langsung ketika konsumen membeli produk kosmetik di beberapa store PT Zoya Fashion Industry Cabang Bandung. Berikut salah satu bentuk gambar dari kegiatan

repository.unisba.ac.id

komunikasi pemasaran yang dilakukan manajemen PT Zoya Fashion Industry Cabang Bandung :

Gambar 3.2.

Sumber : Zoya BIP.

3. Personal Selling

Dilakukan melalui pendekatan salesman terhadap komunitas Hijab dan konsumen individu muslimah dengan segmen usia di atas 18 Tahun. Adapun tujuan dari kegiatan *personal selling* yang dilakakukan oleh PT Zoya Fashion Industry ini adalah :

a. Memperkenalkan produk

Perusahaan melalui tenaga penjual terutama *sales marketing*-nya berusaha memperkenalkan produk yang dihasilkannya kepada konsumen. Adapun penjelasan yang diberikan berupa informasi mengenai produk baru, kelebihan produk tersebut dibandingkan dengan produk pesaing. Kegiatan personal selling dalam memperkenalkan produk Zoya dilakukan pada

repository.unisba.ac.id

acara temu komunitas Hijab di Kota Bandung. Berikut salah satu moment perkenalan produk Zoya oleh tim sales dengan Komunitas Hijaber Bandung :

Gambar 3.3.

Sumber : Zoya BIP

b. Menghadapi pesaing

Dengan semakin majunya industri fashion teutama di Kota Bandung, maka persainganpun semakin kuat. Persaingan ini bukanlah merupakan hal yang perlu ditakuti tetapi harus dihadapi secara positif, sedangkan pihak manajemen Zoya Industry dituntut untuk cukup jeli dalam menghadapi bisnis semacam ini. PT Zoya Fashion Industry melalui tenaga penjualnya berusaha untuk mengetahui dan memonitor kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pesaing, baik berupa kegiatan *personal selling* yang dilakukan pesaing, kelebihan dan kekurangan yang terdapat pada produk pesaing serta aktivitas promosi yang dilaksanakan pesaing, sehingga

repository.unisba.ac.id

manajemen Zoya Industry dapat menentukan strategi dan kebijakan yang tepat dalam rangka mempertahankan langganan. Salah satu kehiatan dalam menghadapi pesaing produk yang sama adalah dengan mengadakan acara *Hijab Fest* atau Event-event yang melibatkan banyak massa dalam event berskala nasional. Berikut ini salah satu dokumentasi dari kegiatan manajemen Zoya dalam rangka menghadapi pesaing :

Gambar 3.4

Sumber : Zoya BIP.

c. Membina hubungan dengan langganan

Hubungan baik dengan pelanggan perlu dibina, karena kepuasan konsumen akan memudahkan terjadinya suatu pembelian ulang, untuk itu manajemen Zoya Industry selalu berusaha untuk membuat pelanggan merasa puas. Hubungan baik dengan langganan dilakukan dengan cara tenaga penjual perusahaan mengadakan kunjungan secara teratur melalui pengantaran barang serta melihat kondisi barang apakah masih dalam kondisi baik atau tidak. Salah satu kegiatan yang dilakukan tim Sales Zoya

repository.unisba.ac.id

Fahion Industry dalam membina hubungan dengan pelanggan adalah dengan mengadakan tutorial mak up Kosmetika Zoya. Berikut ini merupakan dokumentasi salah satu kegiatan manajemen Zoya Fashion Industri dalam membina hubungan dengan konsumen :

Gambar 3.5

Sumber : Zoya BIP.

d. Meningkatkan hasil penjualan.

Merupakan tujuan utama dari manajemen Zoya Industry di dalam kegiatan *personal selling*, karena itu dengan berhasilnya armada penjualan perusahaan, maka dengan sendirinya hasil penjualan produk-produk Zoya Industry khususnya Zoya Cosmetics akan meningkat.

repository.unisba.ac.id