

ABSTRAK

Nama : Dwi Setiyani, NIM : 212135, Judul : Analisis Manajemen Dan Pengembangan Produk Usaha Pakaian Muslimah Dewasa Dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan Usaha Pakaian Islami Di Sekitar Kudus (Studi Kasus di Nazila *Collection* Prambatan Kudus).

Tujuan yang ingin dicapai peneliti adalah Untuk mengetahui Manajemen dan Pengembangan Produk usaha Pakaian Muslimah Dewasa Nazila *Collection* dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus, serta untuk mengetahui faktor penghambat dan solusi dalam manajemen dan pengembangan produk .

Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah dengan jenis penelitian lapangan (*field research*), dengan pendekatan kualitatif. Sumber data adalah sumber data primer dan sekunder, teknik pengumpulan data dengan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi, dengan metode analisis kualitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah *Pertama*, Membagi stok produk, dalam kurun waktu 2 minggu memberikan kabar kepada pelanggan jika ada barang lain, ini adalah termasuk suatu perencanaan, dan pengorganisasian. selanjutnya memantau barang yang berkembang di pasaran jika tren baju yang dimiliki sudah mulai sepi peminat maka akan langsung mengeluarkan semua dan menyiapkan stok baru, ini adalah termasuk dalam pengimplementasian. Dan yang terakhir yaitu pengendalian atau pengawasan, memantau produk yang sedang berkembang dipasaran dan produk yang sudah ada pada pelanggan ditanyai stok barang kepada masing-masing pelanggan. Persaingan yang terjadi pada kasus ini adalah persaingan sempurna karena di mana terdapat banyak pengusaha yang terjun di pasar untuk melayani suatu produk tertentu. Untuk mensiasati hal tersebut pemilik Nazila collection membolehkan bon (hutang) tapi pembayar di muka minimal 50 % dari jumlah pembelian. *Kedua*, Pengembangan produk Nazila Collection yaitu dengan menambah jenis pakaian seperti celana, atasan (kemeja, kaos) dengan model yang diperuntukkan bagi remaja, serta mengusulkan kepada konfeksi untuk membuat kombinasi warna atau seri warna yang lebih banyak. *Ketiga*, Faktor-faktor yang menghambat manajemen dan pengembangan produk adalah : Ketersediaan stok kadang cukup kadang kurang, kesulitan untuk menghitung tingkat minat beli, kesulitan dalam pengontrolan stok, kekurangan ide atau gagasan, konfeksi kehabisan stok bahan untuk pembuatan model-model baru, dan pengeluaran yang cukup besar untuk memproduksi model yang dipesan. *Keempat*, Solusi untuk mengatasi hambatan yang terjadi, adalah : Stok sedikit, jika pelanggan banyak yang menanyakan maka stok akan ditambah, untuk menghitung minat beli, mananyakan stok kepada pelanggan, menekankan kepada sales untuk mengecek barang di pelanggannya, konsultasi dengan suami tentang ide-ide model, dan *brosing* di internet, memberikan uang muka lebih sehingga pihak konfeksi untuk mendapatkan stok bahan lebih cepat, dan patungan dengan suami, jika masih kurang akan atau menjual barang yang sekiranya cukup untuk modal.

Kata Kunci : Manajemen, Pengembanagn, Produk.