

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Nazila *Collection*

1. Sejarah Nazila *Collection*

Nazila *Collection* lahir sekitar pertengahan tahun 2008. Nama Nazila *collection* diambil dari nama anaknya yang bernama Nazila. Nazila *Collection* bergerak dibidang pakaian muslimah, usaha ini tidak memproduksi langsung pakaian muslimah sendiri melainkan megambil dari konfeksi, usaha ini dirintis oleh ibu Isroatun, berawal dari keresahannya, pada suatu hari beliau berfikir, jika beliau menjadi karyawan saja maka tidak akan berkembang, dan akhirnya beliau memutuskan untuk mempelajari keadaan pasar dan mencari pelanggan. Konsep awal dari usaha ini adalah hanya untuk menambah penghasilan saja, yaitu dengan ikut memasarkan barang dari bosnya. Namun, seiring dengan berjalannya waktu dan perkembangan teknologi dan beberapa aspek yang menunjang demi kemajuan proses pemasaran, beliau juga memakai situs jejaring sosial, selain pemasaran langsung. Beliau bersyukur karena sudah mendapatkan beberapa pedagang, ada beberapa orang yang ikut memasarkan barang. Usaha ini dirintis bersama suami, yang juga bekerja di pasar, usaha yang dilakukan ini tidak selalu berjalan sesuai dengan yang diinginkan, terkadang ada pedagang yang bayarnya cenderung sulit, ada juga yang bayarnya mudah tapi tiap akhir tahun atau akhir masa permintaan meningkat yaitu sebelum lebaran, selalu minta barang lagi padahal lebaran kurang 3 hari semua barang harus kembali.¹

2. Produk

a. Gamis

- 1) Dari segi harga berkisar 85.000 – 215.000, karena sasaran produknya itu ditujukan kepada ekonomi menengah kebawah.

¹ Hasil wawancara dengan ibu Isroatun selaku pemilik Nazila *collection*, 3 Agustus 2016 dikediaman ibu Isroatun, jam 17.00-selesai.

- 2) Kualitas gamis adalah standar atau menengah.
 - 3) Kuantitas atau model : beberapa macam yang intinya adalah gamis tanpa krudung dan gamis plus krudung (gamis syar'i)
- b. Celana dan bawahan (rok) wanita dewasa
- 1) Dari segi harga berkisar 85.000 – 120.000, karena sasaran produknya itu ditujukan kepada ekonomi menengah kebawah.
 - 2) Kualitas celana adalah standar atau menengah.
 - 3) Kuantitas atau model : beberapa macam sesuai dengan tren di pasaran. Diantaranya merek Prada, Hermes, dll.
- c. Atasan (baju dan kaos) wanita dewasa.²
- 1) Dari segi harga berkisar 55.000 – 110.000, karena sasaran produknya itu ditujukan kepada ekonomi menengah kebawah.
 - 2) Kualitas baju atau kaos adalah standar atau menengah.
 - 3) Kuantitas atau model : beberapa macam sesuai dengan tren di pasaran. Diantaranya merek Han's, Gresida, dll.

3. Letak Lokasi Usaha

Berada di desa prambatan RT 02 RW IV, Kecamatan Kota Kabupaten Kudus.

Sebelah Utara berbatasan dengan jalan Prambatan – Purwosari

Sebelah Selatan berbatasan dengan rumah H. Ismun

Sebelah Barat berbatasan dengan rumah H. Abdullah

Sebelah Timur berbatasan dengan rumah Bp. Rodji.

B. Data Penelitian

1. Data Tentang Manajemen Usaha Pakaian Muslimah Dewasa Nazila *Collection* dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus

Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu, begitu juga dengan Nazila

² Hasil wawancara dengan ibu Isroatun selaku pemilik Nazila *collection*, 3 Agustus 2016 dikediaman ibu Isroatun, jam 17.00-selesai.

collection memerlukan manajemen untuk mengembangkan usahanya, berikut ini adalah wawancara dengan pemilik sebagai berikut :

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung tentang manajemen produk Nazila *Collection*, dan tingkat persaingan didapatkan keterangan bahwa:

“Produk yang saya jual adalah pakaian dewasa wanita, lebih spesifiknya adalah pakaian muslimah dewasa, produk saya ini berasal dari bos saya dimana saya bekerja dan dari pedagang besar/distributor pakaian yang menyuplai barang dipasar kliwon.”³

Persaingan usaha pakaian di Kudus sangat ketat jika tidak pandai-pandai mengelola maka akan gulung tikar, dari segi persaingan harga, persaingan pelayanan sangat mempengaruhi minat beli pelanggan, itu sudah pernah dibuktikan oleh ibu Isroatun, untuk saat ini kebanyakan pelanggan jika disuruh bayar langsung tidak mau, malah akan beralih ke penjual yang memberikan bon atau hutang. Maka dari itu inisiatif dari pemilik Nazila *Collection* adalah membolehkan bon atau hutang, tapi pembayarn di muka minimal 50 % dari jumlah pembelian, itu pun diberikan kepada pelanggan yang benar-benar diketahui orangnya.”⁴

Stok produk yang dimiliki oleh Nazila *Collection* adalah produk yang sedang tren dipasaran, produk ada banyak model akan tetapi produk tidak keluarkan semuanya, produk dibagi menjadi beberapa macam, misalkan produk yang baru datang berjumlah sepuluh model maka akan dikeluarkan 5 model dulu, kemudian berikutnya 5 model lagi, jika dikeluarkan semua nanti tidak mempunyai stok yang lagi tren, dimodel begitu karena, konfeksi mengeluarkan produk baru, kira-kira 3 bulan sekali, sehingga dimodel seperti itu. Kemudian pelanggan diarahkan untuk mengambil dirumah, ini untuk memisahkan antara pekerjaan beliau sebagai karyawan, dan beliau sebagai pemilik usaha, istilahnya profesionalitas kerja. Selanjutnya pelanggan disodori barang yang sudah dibagi tadi, dan per dua minggu mengabari jika ada produk lain, jadi siklus produk terjaga, selain itu pemantauan barang yang berkembang di pasaran sangat diperlukan, jika tren baju yang dimiliki sudah mulai sepi peminat maka akan langsung dikeluarkan semua dan menyiapkan stok baru, jika ada kendala seperti produk masih banyak maka dikontrol dengan menanyai pelanggan langsung.”⁵

³ Hasil wawancara dengan ibu Isroatun selaku pemilik Nazila *collection*, 3 Agustus 2016 dikediaman ibu Isroatun, jam 17.00-selesai.

⁴ Hasil wawancara dengan ibu Isroatun selaku pemilik Nazila *collection*, 3 Agustus 2016 dikediaman ibu Isroatun, jam 17.00-selesai.

⁵ Hasil wawancara dengan ibu Isroatun selaku pemilik Nazila *collection*, 3 Agustus 2016 dikediaman ibu Isroatun, jam 17.00-selesai.

“Selain itu saya bekerja sama dengan konfeksi, dengan membuat model yang saya usulkan, hal ini saya lakukan untuk mengembangkan usaha, agar tidak terpatok dengan tren yang dikeluarkan oleh konfeksi pada umumnya.”⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa barang-barang atau produk yang dimiliki oleh Nazila *collection* adalah pakaian muslimah dewasa, persaingan usaha sangat ketat jika tidak pandai-pandai membaca situasi dan kondisi maka lambat laun akan gulung tikar, cara memanaj produknya adalah membagi stok yang sedang tren untuk tidak dikeluarkan secara menyeluruh, memantau perkembangan produk yang sedang berkembang, selanjutnya mengevaluasi langkah-langkah yang sudah dilaksanakan.

2. Data Tentang Pengembangan Produk Usaha Pakaian Muslimah Nazila *Collection* dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus

Setiap perusahaan akan berusaha agar produk yang di hasilkannya dapat diterima oleh pasar. Dengan demikian, banyak perusahaan yang memfokuskan pada produk di samping unsur-unsur kebijaksanaan pemasaran lainnya dalam menjalankan usahanya. Hal ini memandang bahwa produk yang tidak dapat di terima oleh konsumen, mempunyai kemungkinan yang kecil untuk di dorong penjualannya dengan kebijaksanaan promosi, kebijaksanaan harga, ataupun kebijaksanaan pemasaran lainnya. Oleh karena itu, apabila produk yang di hasilkan perusahaan tidak lagi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka dalam hal ini kebijaksanaan produk, khususnya pengembangan produk sangatlah penting bagi perusahaan. Untuk mengetahui apa yang di maksud dengan pengembangan produk itu sendiri.

Pemaparan ibu Isroatun tentang pengembangan produknya adalah sebagai berikut:

⁶ Hasil wawancara dengan ibu Isroatun selaku pemilik Nazila *collection*, 3 Agustus 2016 dikediaman ibu Isroatun, jam 17.00-selesai.

“Awalnya saya hanya mempunyai produk produk yang formal, seiring berjalannya waktu dan berkembangnya dunia mode, saya melakukan pengembangan produk dengan menambah jenis pakaian seperti celana, atasan (kemeja, kaos) dengan model yang diperuntukkan bagi remaja.”⁷

Selain menambah macam-macam produk seperti celana, kemeja, kaos, ibu Isroatun juga mengusulkan kepada konfeksi untuk membuat kombinasi warna atau seri warna yang lebih banyak, serta modelnya juga yang bermacam-macam sehingga pelanggan tertarik dengan banyaknya model-model pakaian yang dimiliki. Tujuan Nazila *Collection* dalam pengembangan produk ini adalah : mempertahankan dan memperluas pangsa pasar, meningkatkan laba, menjaga citra dan kepuasan pelanggan. Pengembangan produk harus dilakukan karena jika modelnya hanya itu-itu saja pelanggan atau konsumen akan merasa bosan.⁸

Hasil wawancara yang peneliti dapatkan dari keterangan pemilik usaha tentang pengembangan produknya dapat disimpulkan bahwa :

- a. Awal produk sebatas formal (gamis standar)
- b. Menambah jenis pakaian diantaranya celan, atasan (kemeje, kaos) dengan model yang diperuntukkan bagi remaja
- c. Mengusulkan kepada konfeksi untuk membuat kombinasi warna atau seri warna yang lebih banyak, model juga bermacam-macam.
- d. Kegiatan ini bertujuan untuk, mempertahankan dan memperluas pangsa pasar, meningkatkan laba, menjaga citra dan kepuasan pelanggan.

3. Data tentang faktor penghambat Manajemen dan Pengembangan Produk Usaha Pakaian Muslimah Dewasa Nazila *Collection* dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus

Dalam melakukan manajemen dan pengembangan produk Nazila *collection* menemukan beberapa faktor-faktor penghambat.

⁷ Hasil wawancara dengan ibu Isroatun selaku pemilik Nazila *collection*, 6 Agustus 2016 dikediaman ibu Isroatun, jam 17.00-selesai.

⁸ Hasil wawancara dengan ibu Isroatun selaku pemilik Nazila *collection*, 6 Agustus 2016 dikediaman ibu Isroatun, jam 17.00-selesai.

Sebagaimana pemaparan pemilik usaha Nazila *collection* faktor-faktor yang ditemukan diantaranya adalah :

Manajemen produk hambatan yang dihadapi oleh pemilik usaha Nazila *collection* adalah ketersediaan stok yang kadang cukup kadang kurang, sulit dalam memperhitungkan tingkat minat beli, pelanggan yang sudah lama belanja di Nazila *collection* minta barang pada akhir totalan, akhir totalan adalah 3 hari sebelum lebaran idul fitri sehingga jatah uang untuk belanja setelah lebaran terpakai dulu, untuk pengontrolan stok ke pelanggan kesulitan sebab, ada yang dibawa kelilingan dan ada yang dijual langsung.”⁹

Hasil wawancara peneliti dengan pemilik usaha Nazila *collection* tentang faktor penghambat dalam pengembangan produk adalah : untuk pengembangan produk, hambatan yang dihadapi adalah kekurangan ide atau gagasan, maksudnya adalah kekurangan ide produk-produk baru yang akan keluar dipasaran, konfeksi kehabisan stok bahan untuk pembuatan model-model baru, sehingga produksinya tersendat, pengeluaran yang cukup besar untuk memproduksi model yang dipesan, karena beliau harus memberikan uang muka dulu sekitar 70 % dari jumlah pesanan.¹⁰

Dari hasil wawancara peneliti dengan nara sumber, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang menghambat manajemen produk adalah :

- a. Ketersedian stok kadang cukup kadang kurang
- b. Kesulitan untuk menghitung tingkat minat beli
- c. Kesulitan dalam pengontrolan stok, sebab ada yang dikelilingkan ke pasar-pasar ada pula yang langsung di jual ke konsumen.

Sedangkan untuk hambatan yang terjadi pada pengembangan produk adalah :

- a. Kekurangan ide atau gagasan
- b. Konfeksi kehabisan stok bahan untuk pembuatan model-model baru
- c. Pengeluaran yang cukup besar untuk memproduksi model yang dipesan.

⁹ Hasil wawancara dengan ibu Isroatun selaku pemilik Nazila *collection*, 11 Agustus 2016, dikediaman ibu Isroatun, jam 16.30-selesai.

¹⁰ Hasil wawancara dengan ibu Isroatun selaku pemilik Nazila *collection*, 11 Agustus 2016, dikediaman ibu Isroatun, jam 16.30-selesai.

4. Data tentang Solusi Nazila *Collection* dalam mengatasi hambatan pelaksanaan Manajemen dan Pengembangan Produk Usaha Pakaian Muslimah Dewasa dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus

Setiap usaha yang dijalani sering ada hambatan yang menghadang, namun dari itu semua pasti ada jalan keluarnya sehingga hambatan-hambatan yang datang dapat dicarikan solusinya, sehingga hambatan tersebut dapat diminimalisir. Adapun solusi yang dipakai oleh pemilik Nazila *collection* adalah sebagaimana yang diterangkan oleh ibu Isroatun selaku pemilik usaha, yaitu sebagai berikut:

Pengalaman yang memberikan pemilik usaha Nazila *collection* dalam mengambil solusi untuk mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi, pertama yaitu mengatasi stok yang terkadang cukup, dan terkadang kurang, maka pemilik usaha Nazila *collection* mengambil langkah, stok sengaja sedikit, ketika pelanggan mulai banyak yang menanyakan maka akan ditambah stok, cuma terkadang sistem tersebut kurang efektif, sebab ketersediaan stok suplaiyer kadang juga kehabisan. Sedangkan untuk mengatasi hambatan yang kedua yaitu tentang kesulitan untuk menghitung tingkat minat beli, ibu Isroatun sering-sering menanyakan stok kepada pelanggan, apakah barang a atau b stoknya masih atau sudah habis, ketika sudah habis maka pemilik usaha Nazila *collection* akan menambah stok, untuk hambatan pengontrolan stok biasanya memang cenderung kesulitan atau ribet ketika berhubungan dengan sales atau orang yang memasarkan barang di pasar, karena pemilik usaha Nazila *collection* harus melalui sales atau orang yang memasarkan dipasar itu, dan seringnya sales kurang kontrol, tapi untuk meminimalisir hal tersebut beliau menekankan kepada salesnya untuk sering-sering mengecek barang di pelanggannya.¹¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Isroatun tentang mengatasi hambatan yang terjadi pada pengembangan produk, yang pertama yaitu tentang kekurangan ide atau gagasan, terkadang pemilik usaha Nazila *collection* konsultasi dengan suami tentang ide-ide mode pakaian yang sekiranya akan keluar dipasaran, dan juga sering cari di internet untuk memantau model-model yang sedang ngetren, sedangkan untuk mengatasi stok bahan di konfeksi untuk pembuatan model-model baru, beliau memberikan uang muka lebih sehingga pihak konfeksi akan berusaha untuk mendapatkan stok bahan lebih cepat, walaupun terkadang juga meleset dari perkiraan. Adapun untuk mengatasi pengeluaran yang cukup besar untuk memproduksi model yang dipesan itu beliau patungan

¹¹ Hasil wawancara dengan ibu Isroatun selaku pemilik Nazila *collection*, 11 Agustus 2016, kediaman ibu Isroatun, jam 16.30-selesai.

dengan suami, jika masih kurang akan meminjam uang atau menjual barang yang sekiranya cukup untuk modal, tapi untuk selama ini alhamdulillah belum pinjam modal besar kepada bank atau pihak lain, karena seringnya menjual salah satu sepeda motor, karena ibu Isroatun dan suami mempunyai 2 sepeda motor.¹²

C. Analisis Data

1. Analisis Tentang Manajemen Pakaian Muslimah Dewasa Nazila *Collection* dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus

Manajemen adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (*goals*) secara efektif dan efisien. Efektif berarti tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sedangkan efisien berarti tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisasi. Dalam dunia usaha manajemen sangat diperlukan untuk dapat mengembangkan usahanya.

Manajemen produk pakaian muslimah dewasa yang dilakukan oleh Nazila *collection* sebagaimana yang telah diungkapkan oleh pemilik usaha yaitu ibu Isroatun adalah Stok produk yang dimiliki oleh Nazila *Collection* adalah produk yang sedang tren dipasaran, produk ada banyak model akan tetapi produk tidak keluarkan semuanya, produk dibagi menjadi beberapa macam, misalkan produk yang baru datang berjumlah sepuluh model maka akan dikeluarkan 5 model dulu, kemudian berikutnya 5 model lagi, jika dikeluarkan semua nanti tidak mempunyai stok yang lagi tren, dimodel begitu karena, konfeksi mengeluarkan produk baru, kira-kira 3 bulan sekali, sehingga dimodel seperti itu. Kemudian pelanggan diarahkan untuk mengambil dirumah, ini untuk memisahkan antara pekerjaan beliau sebagai karyawan, dan beliau sebagai pemilik usaha, istilahnya profesionalitas kerja. Selanjutnya pelanggan disodori barang yang sudah dibagi tadi, dan per dua minggu mengabari jika ada produk lain, jadi siklus produk terjaga, selain itu pemantauan barang yang berkembang di pasaran

¹² Hasil wawancara dengan ibu Isroatun selaku pemilik Nazila *collection*, 11 Agustus 2016, dikediaman ibu Isroatun, jam 16.30-selesai.

sangat diperlukan, jika tren baju yang dimiliki sudah mulai sepi peminat maka akan langsung dikeluarkan semua dan menyiapkan stok baru, jika ada kendala seperti produk masih banyak maka dikontrol dengan menanyai pelanggan langsung. Berdasarkan pemaparan nara sumber diatas dapat peneliti utarakan bahwa manajemen yang telah dilakukan sudah hampir sesuai dengan teori fungsi manajemen yang ada yaitu :

1) Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan atau *Planning*, yaitu proses yang menyangkut upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi kecenderungan di masa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi. Di antara kecenderungan dunia bisnis sekarang, misalnya, bagaimana merencanakan bisnis yang ramah lingkungan, bagaimana merancang organisasi bisnis yang mampu bersaing dalam persaingan global, dan lain sebagainya.

2) Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian atau *Organizing*, yaitu proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan didesain dalam sebuah struktur organisasi yang cepat dan tangguh, sistem dan lingkungan organisasi yang kondusif, dan bisa memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi bisa bekerja secara efektif dan efisien guna pencapaian tujuan organisasi.

3) Pengimplementasian/ Pengarahan (*Actuating*)

Pengimplementasian, yaitu proses implementasi program agar bisa dijalankan oleh seluruh pihak dalam organisasi serta proses memotivasi agar semua pihak tersebut dapat menjalankan tanggung jawabnya dengan penuh kesadaran dan produktivitas yang tinggi, untuk mencapai tujuan sesuai dengan perencanaan dan usaha-usaha pengorganisasian.¹³

¹³ Malayu Hasibuan S.P, *Manajemen, Dasar, Pengertian, Dan Masalah*, Bumi Aksara, Jakarta, 2005, hal. 41

4) Pengendalian (*Controlling*)

Pengendalian dan Pengawasan atau *Controlling*, yaitu proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan, dan diimplementasikan bisa berjalan sesuai dengan target yang diharapkan sekalipun berbagai perubahan terjadi dalam lingkungan dunia bisnis yang dihadapi.¹⁴

Kenapa peneliti beranggapan bahwa manajemen yang telah dilakukan sesuai dengan teori yang ada, manajemen produk yang dilakukan yang pertama yaitu membagi stok produk, kemudian dalam kurun waktu 2 minggu memberikan kabar kepada pelanggan jika ada barang lain, menurut peneliti ini adalah termasuk suatu perencanaan (*Planning*), dan pengorganisasian (*Organizing*), sebab penentuan strategi dan taktik yang tepat untuk mewujudkan target dan tujuan organisasi. Selanjutnya yaitu memantau barang yang berkembang di pasaran jika tren baju yang beliau miliki sudah mulai sepi peminat maka beliau akan langsung mengeluarkan semua dan menyiapkan stok baru, menurut analisa peneliti bahwa ini adalah termasuk dalam pengimplementasian / Pengarahan (*Actuating*) yaitu memantau, kemudian jika ada barang baru yang akan ke luar, stok lama dikeluarkan semua atau dipasarkan, diinfokan kepada pelanggan bahwa ada barang lain. Dan yang terakhir yaitu pengendalian atau pengawasan pemilik usaha selain memantau produk yang sedang berkembang dipasaran dan produk yang sudah ada pada pelanggan yaitu dengan menyalai stok barang kepada masing-masing pelanggan (pedagang eceran), hal ini peneliti masukkan dalam kategori pengawasan (*Controlling*), kenapa peneliti masukkan dalam kategori pengawasan sebab disini ada peran aktif pemilik usaha untuk mengontrol stok barang yang sudah keluar atau yang sudah berada ditangan pelanggan (pedagang eceran).

¹⁴Ernie Trisnawati Sule, *Pengantar Manajemen*, Kencana, Jakarta, hal. 7.

Jadi menurut analisa peneliti bahwa manajemen produk yang dilakukan oleh Nazila *collection* sudah cukup baik dan sesuai dengan teori yang ada walaupun masih ada kekurangan, semua itu masih dalam proses untuk menuju yang lebih baik.

Sedangkan jika ditinjau dari fungsi manajemen, pemilik Nazila *collection* sudah sesuai dengan tujuan yang telah dikemukakan oleh Malayu Hasibuan yaitu : agar sistematika urutan pembahasannya lebih teratur, analisis pembahasannya lebih mudah dan lebih mendalam, dan untuk menjadi pedoman pelaksanaan proses manajemen bagi manajer.¹⁵

Persaingan yang terjadi pada kasus ini adalah persaingan sempurna kenapa peneliti masukkan dalam persaingan sempurna disebabkan karena merupakan bentuk persaingan di mana terdapat banyak pengusaha yang terjun di pasar untuk melayani suatu produk tertentu dan pada umumnya pengusaha yang terjun di pasar adalah pengusaha kecil. Dengan sangat banyak pengusaha yang bersaing, maka persaingan harga akan sangat ketat. Karena sebagaimana pemaparan ibu Isroatun mengungkapkan bahwa persaingan usaha pakaian dikudus sangat ketat jika tidak pintar mengelola maka akan gulung tikar, persaingan harga, persaingan pelayanan sangat mempengaruhi minat beli pelanggan, itu sudah dibuktikan oleh beliau, untuk saat ini kebanyakan pelanggan jika disuruh bayar cash maka akan beralih ke penjual yang bisa memberikan bon. Maka dari itu beliau mensiasati boleh bon tapi pembayar di muka minimal 50 % dari jumlah pembelian, itu pun diberikan kepada pelanggan yang benar-benar diketahui orangnya. Ini lah yang peneliti asumsikan bahwa persaingan yang terjadi adalah persaingan sempurna sebab banyak pesaing yang terjun ke pasar.

2. Analisis Tentang Pengembangan Produk Usaha Pakaian Muslimah Nazila *Collection* dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus

¹⁵ Indriyo Gito Sudarmo, *Manajemen Pemasaran*, BPFE, Yogyakarta, 1997, hal. 72..

Dalam dunia bisnis dan marketing, istilah pengembangan produk (*product development*) sudah lazim dibicarakan, dibahas dan dianalisis. Secara umum, pengembangan produk dapat diartikan sebagai suatu usaha yang dilakukan perusahaan untuk menambah manfaat, ciri, desain dan layanan pada barang dan jasa. Pengembangan produk baru atau menciptakan produk baru merupakan tugas yang sering terlupakan. Pada saat salah satu ataupun beberapa produk yang sedang dipasarkan itu berada pada tahap “kedewasaan” , maka pengusaha haruslah mulai memanfaatkan keuntungan yang diperolehnya dari produk yang berada pada tahap tersebut untuk mengembangkan ide penciptaan produk baru. Produk baru inilah yang diharapkan nantinya dapat menggantikan produk lama yang sedang jaya tersebut. Begitu juga yang dilakukan oleh Nazila *collection*, berdasarkan pemaparan pemilik usaha bahwa untuk mengembangkan usahanya melakukan pengembangan produk dengan menambah jenis pakaian seperti celana, atasan (kemeja, kaos) dengan model yang diperuntukkan bagi remaja. Selain itu narasumber mengusulkan kepada konfeksi untuk membuat kombinasi warna atau seri warna yang lebih banyak, model juga bermacam-macam sehingga pelanggan tertarik dengan banyaknya model-model pakaian yang beliau miliki. Tujuan pemilik usaha Nazila *collection* dalam pengembangan produk ini adalah : mempertahankan dan dan memperluas pangsa pasar, meningkatkan laba, menjaga citra dan kepuasan pelanggan. Ini sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh William dalam bukunya yang berjudul dasar-dasar pemasaran yaitu :

Pengembangan produk adalah kegiatan-kegiatan pembuat barang dan perantara yang bermaksud melakukan penyesuaian barang-barang yang di buat atau ditawarkan untuk dijual atas permintaan pembeli.¹⁶

Berdasarkan definisi pengembangan produk diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan dari pengembangan produk adalah melakukan penyesuaian barang untuk dijual, untuk memperluas pangsa pasar dan

¹⁶ E. Jerome dan William, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, 1996, hal. 66.

mendapatkan laba dan menjaga citra dan kepuasan pelanggan. Ini sejalan dengan tujuan ibu Isroatun diatas.

Penanganan yang cermat terhadap pengembangan produk dan perencanaan produk disebabkan oleh adanya 3 faktor yang selalu berubah, yaitu:

a. Jumlah pembeli potensial

Selalu berubah karena adanya kelahiran, kematian, urbanisasi, imigrasi dan emigrasi

b. Kebutuhan dan preferensi para pembeli

Dapat berubah karena perubahan susunan umur penduduk, perubahan daya beli, adanya penemuan baru, adanya perbaikan baru/ cara-cara baru, pengaruh fashion, perubahan sikap masyarakat, perubahan kesenangan dan kebiasaan masyarakat

c. Daya beli para pembeli

Disebabkan oleh pendapatan, keadaan gelombang konjungtur, peraturan pajak, pengangguran, inflasi.¹⁷

Selain itu juga dipengaruhi oleh :

a. Gaya dan mode

Gaya adalah karakteristik atau sifat-sifat yang luar biasa atau metode pengungkapan, penyajian atau konsepsi di dalam beberapa bidang seni. Ada gaya pakaiangaya pidato, gaya penampilan, gaya percakapan dsb.

Mode adalah gaya yang sedang berlaku pada suatu masa atau waktu.

Desain adalah interpretasi orang terhadap gaya, cara-cara mengobinasikan garis, bentuk dan warna. Dalam 1 gaya terdapat beberapa desain

b. Peranan warna

Warna yang bermacam-macam berperan dalam hal kecorakan, mendorong orang untuk memiliki lebih dari satu macam.¹⁸

¹⁷*Ibid*, hal. 66.

Teori-teori diatas secara singkat mirip atau sesuai dengan apa yang telah dipaparkan oleh nara sumber yaitu pengembangan produk dengan menambah jenis pakaian seperti celana, atasan (kemeja, kaos) dengan model yang diperuntukkan bagi remaja. Selain itu nara sumber mengusulkan kepada konfeksi untuk membuat kombinasi warna atau seri warna yang lebih banyak, model juga bermacam-macam sehingga pelanggan tertarik dengan banyaknya model-model pakaian yang beliau miliki.

Jadi analisa peneliti tentang pengembangan produk yang dilakukan oleh Nazila *collection* sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh william dalam bukunya yang berjudul dasar-dasar pemasaran.

3. Analisis tentang faktor penghambat Manajemen dan Pengembangan Produk Usaha Pakaian Muslimah Dewasa Nazila *Collection* dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus

Dalam suatu usaha yang dilakukan terdapat kendala yang datang, tetapi itu bisa dianggap sebagai ujian, atau musibah itu tergantung kepada individu masing-masing. Untuk hambatan yang dialami oleh Nazila *collection* dalam menjalankan usahanya yang berkaitan dengan manajemen dan pengembangan produknya adalah :

Dari hasil wawancara peneliti dengan nara sumber, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang menghambat manajemen dan pengembangan produk adalah :

- a. Ketersedian stok kadang cukup kadang kurang
- b. Kesulitan untuk menghitung tingkat minat beli
- c. Kesulitan dalam pengontrolan stok, sebab ada yang dikelilingkan ke pasar-pasar ada pula yang langsung di jual ke konsumen.

Sedangkan teori faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen menurut Ernie Trisnawati Sule adalah :

¹⁸ *Ibid*, hal. 67.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi suatu manajemen terdiri dari dua bagian, yaitu Internal dan Eksternal.

1) Faktor Internal

Salah satu faktor yang mempengaruhi suatu manajemen di bagian internal adalah Keterampilan Manajer, karena manajer memiliki 4 kriteria yaitu sebagai berikut :

a) Keterampilan Konsepsual

Kemampuan mental untuk mengkoordinasikan dan mengintegrasikan keseluruhan kepentingan dan kegiatan organisasi.

b) Keterampilan Kemanusiaan

Bekerja dengan memahami dan memberi motivasi bagi orang lain atau bawahannya baik secara individu ataupun kelompok.

c) Keterampilan Administratif

Dapat menguasai organisasi secara keseluruhan.

d) Keterampilan Teknik

Penggunaan alat-alat atau teknik bidang tertentu.

2) Faktor Eksternal Mikro

a) Pesaing

Lingkungan persaingan perusahaan tercermin dari tipe, jumlah dan norma-norma perilaku organisasi-organisasi pesaing. Dengan pemahaman akan lingkungan persaingan yang dihadapinya. Organisasi dapat mengetahui posisi pesaingannya sehingga lebih mampu mengoptimalkan operasional-operasionalnya.

b) Customer

Strategi, kebijaksanaan dan taktik-taktik pemasaran perusahaan sangat tergantung situasi pasar dan langganan. Biasanya manajer pemasaran menganalisa profil langganan dan potensial serta kondisi pasar dan mengarahkan kegiatan-kegiatan pemasaran perusahaan, berdasarkan hasil analisa tersebut.

c) Pasar Tenaga Kerja

Organisasi memerlukan sejumlah karyawan dengan bermacam-macam keterampilan, kemampuan dan pengalaman, sehingga organisasi perlu menggunakan banyak saluran untuk menarik dan mendapatkan karyawan tersebut.

d) Lembaga-lembaga Keuangan

Organisasi bergantung pada lembaga keuangan, seperti Bank-bank komersial, Bank-bank instansi untuk menjaga dan memperluas kegiatan-kegiatan.

Setiap organisasi sangat bergantung pada sumber-sumber dari sumber dayanya untuk memenuhi kebutuhan bahan baku, bahan pembantu, energi dan peralatan yang digunakan untuk memproduksi pengeluaran.

3) Faktor Eksternal Makro

a) Perkembangan Teknologi

Dalam setiap masyarakat / industri tingkat kemajuan teknologi memainkan peranan berarti pada penentuan produk dan jasa yang akan diproduksi, peralatan yang akan digunakan dan bagaimana bermacam-macam operasi akan digunakan dan dikelola.

b) Variable Ekonomi

Seorang manajer akan selalu terlibat dengan masalah biaya, sumber daya - sumber daya yang dibutuhkan organisasi. Biaya ini berubah-ubah setiap waktu karena pengaruh faktor-faktor ekonomi.

c) Lingkungan Sosial Kebudayaan

Lingkungan sosial kebudayaan suatu masyarakat merupakan pedoman hidup yang menentukan bagaimana hampir seluruh organisasi dan manajer akan beroperasi. Lingkungan ini mencakup kepercayaan, nilai-nilai, sikap, pandangan serta pola kehidupan yang dibentuk oleh tradisi, pendidikan, kelompok etnis serta agama dan kepercayaan masyarakat tertentu.

d) Variable Politik dan Hukum

Politik dan hukum dalam suatu periode tertentu akan menentukan operasional perusahaan. Manajer tidak mungkin mengabaikan iklim politik, peraturan-peraturan pemerintah dalam pembuatan keputusan.¹⁹

Jika faktor penghambat manajemen yang dialami oleh pemilik Nazila *collection* ditinjau menurut teori di atas maka faktor tersebut masuk dalam faktor intern sebab berhubungan dengan sumberdaya manusia lebih spesifiknya adalah kemampuan mengelola atau mengorganisasikan.

Jadi menurut analisa peneliti bahwa faktor penghambat yang dialami oleh pemilik Nazila *collection* adalah termasuk dalam faktor intern yaitu yang berhubungan dengan ketrampilan manejer dalam mengelola.

Sedangkan untuk hambatan yang terjadi pada pengembangan produk adalah :

- a. kekurangan ide atau gagasan
- b. konfeksi kehabisan stok bahan untuk pembuatan model-model baru
- c. pengeluaran yang cukup besar untuk memproduksi model yang dipesan.

Hambatan manajemen produk yang dialami oleh pemilik Nazila *collection* sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler yaitu : faktor-faktor yang menghambat dalam melakukan pengembangan produk menurut Philip Kotler yaitu :

- a. Kekurangan gagasan mengenai produk baru yang penting dibidang tertentu.
- b. Pasar yang terbagi-bagi : persaingan yang ketat menyebabkan pasar menjadi terbagi-bagi. Perusahaan harus mengarahkan produk baru ke segmen pasar yang lebih kecil dan hal itu berarti penjualan dan laba yang lebih rendah untuk tiap produk.
- c. Kendala sosial dan pemerintah : produk baru harus memenuhi kriteria seperti keamanan konsumen dan keseimbangan lingkungan.
- d. Mahalnya proses pengembangan produk baru

¹⁹Ernie Trisnawati Sule, *Pengantar Manajemen*, Kencana, Jakarta, 2005. hal. 10-11.

- e. Kekurangan modal
- f. Waktu pengembangan yang lebih singkat : perusahaan-perusahaan yang tidak dapat mengikuti akan kalah dalam persaingan.
- g. Siklus hidup produk yang lebih singkat : ketika suatu produk baru berhasil, pesaing dengan cepat akan meniru.²⁰

Jadi menurut analisa peneliti, bahwa faktor yang menghambat sama dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler tentang faktor-faktor yang menghambat pengembangan produk, diantaranya adalah kekurangan ide atau gagasan.

4. Analisis tentang Solusi Nazila *Collection* dalam mengatasi hambatan pelaksanaan Manajemen dan Pengembangan Produk Usaha Pakaian Muslimah Dewasa dalam Mengatasi Ketatnya Persaingan usaha pakaian Islami di sekitar Kudus

Usaha yang dilakukan terdapat kendala yang datang, tetapi itu bisa dianggap sebagai ujian, atau musibah itu tergantung kepada individu masing-masing. Adapun yang dilakukan oleh pemilik Nazila *collection* dalam mengatasi hambatan yang terjadi adalah : melalui pengalaman sebagaimana pemaparan ibu Isroatun

Pengalaman yang memberikan pemilik Nazila *Collection* solusi untuk mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi, diantaranya adalah untuk mengatasi stok yang terkadang cukup, dan terkadang kurang, beliau mengambil langkah stok sengaja sedikit, ketika pelanggan banyak yang menanyakan maka stok akan ditambah, terkadang sistem tersebut kurang efektif, sebab ketersediaan stok suplaiyer kadang juga kehabisan. Untuk menghitung minat beli beliau sering-sering menanyakan stok kepada pelanggan, apakah barang a atau b stoknya masih atau sudah habis, ketika sudah habis maka stok akan ditambah, untuk pengontrolan stok memang kesulitan atau ribet ketika berhubungan dengan sales atau orang yang memasarkan barang di pasar, karena pengontrolan harus melalui sales atau

²⁰ Phillip Kotler, *Op.Cit*, hal. 377.

orang yang memasarkan dipasar, dan seringnya sales kurang kontrol, tapi untuk meminimalisir hal tersebut beliau menekankan kepada salesnya untuk sering-sering mengecek barang di pelanggannya.

Sedangkan untuk mengatasi hambatan yang terjadi pada pengembangan produk, beliau terkadang konsultasi dengan suami tentang ide-ide mode pakaian yang sekiranya akan keluar dipasaran, beliau sering brosing di internet untuk memantau model-model yang sedang ngetren, untuk mengatasi stok bahan di konfeksi beliau memberikan uang muka lebih sehingga pihak konfeksi akan berusaha untuk mendapatkan stok bahan lebih cepat, walaupun terkadang juga meleset dari perkiraan. Adapun untuk mengatasi pengeluaran yang cukup besar itu beliau patungan dengan suami, jika masih kurang akan meminjam uang atau menjual barang yang sekiranya cukup untuk modal, tapi untuk selama ini alhamdulillah belum pinjam modal besar kepada bank atau pihak lain, karena seringnya beliau menjual salah satu sepeda motor, karena beliau dan suami mempunyai 2 sepeda motor.

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan oleh ibu Isroatun tentang soslusi yang digunakan dalam mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi, peneliti menarik kesimpulan bahwa solusi tersebut memang baik, tetapi perlu disesuaikan dengan teori yang ada, yaitu pemilik mengikuti pelatihan-pelatihan tentang kewirausahaan sehingga dapat menambah referensi dalam mengambil keputusan.