

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Strategi Pengembangan Produk Usaha Citra Collection Dalam Mengatasi Persaingan Usaha Busana Muslim**

Dalam bab pembahasan ini akan disajikan beberapa bahasan yang sesuai dengan hasil penelitian, sehingga pada uraian pembahasan ini peneliti akan mengintegrasikan hasil penelitian dengan teori-teori yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya. Data-data yang diperoleh peneliti dari hasil observasi, wawancara mendalam sebagaimana yang telah peneliti deskripsikan pada analisis data kualitatif yang kemudian diidentifikasi agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan yaitu guna untuk mengumpulkan data mengenai penerapan strategi serta pengembangan produk dalam mengatasi persaingan pada usaha Citra Collection Botoran Kabupaten Tulungagung.

Sesuai dengan data yang diperoleh strategi merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh setiap pengusaha yang ingin melakukan bisnis. Strategi dilakukan agar pengusaha dapat menghadapi persaingan-persaingan yang akan terjadi pada saat bisnisnya berjalan. Dalam melakukan strateginya maka langkah yang dilakukan sebelum menjual produknya yaitu pengusaha harus melihat kondisi pasar dengan mengamati model baju yang tren pada saat itu, pengusaha menciptakan produk yang lebih baik dari pesaing, pengusaha berusaha memahami keinginan konsumen. Langkah-langkah dalam strategi

ini dilakukan agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dalam jangka panjang.

Setiap melakukan strategi maka pengusaha harus mempunyai konsep strategi yang berkaitan dalam menentukan suksesnya strategi yang disusun. Menurut J. Winardi dalam konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:<sup>91</sup>

- a) *Distinctive Competence* adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
- b) *Competitive Advantage* adalah kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar.

Pengusaha Citra Collection melakukan konsep strategi yaitu dengan melakukan kegiatan yang lebih dibandingkan pesaingnya, seperti menciptakan produk yang menarik dengan melihat keinginan konsumen dan menghasilkan produk yang memiliki kualitas baik dibandingkan dengan produk pesaing. Selain itu perusahaan harus memilih salah satu strateginya untuk merebut peluang pasar, cara ini dilakukan agar perusahaan fokus untuk melakukan strategi tersebut, seperti strategi yang dilakukan oleh Usaha Citra Collection ini lebih memfokuskan pada pengembangan produk, strategi pengembangan produk dilakukan dengan memberikan inovasi pada produk yang ada agar lebih diminati konsumen.

---

<sup>91</sup> J. Winardi, *Entrepreneur Dan Enterpreneurship*, ....,hal. 109-111

Kegiatan pengembangan produk merupakan salah satu kegiatan yang berkaitan dengan pemasaran. Dalam melakukan pengembangan produk ada delapan tahap-tahap yang harus dilakukan, delapan tahap-tahap proses pengembangan produk yaitu: lahirnya gagasan, penyaringan ide, pengembangan dan pengujian konsep, strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, uji coba pemasaran dan komersialisasi.

Usaha Citra Collection selalu melakukan pengembangan produk. Dalam melakukan pengembangan produk usahanya ini, pengusaha Citra Collection tidak sepenuhnya mengarah pada teori Kotler. Tetapi ada sebagian delapan tahap tersebut digunakan dalam pengembangan produk di Citra Collection, berikut tahap-tahap yang dikemukakan oleh Kotler, yaitu :<sup>92</sup>

a) Lahirnya gagasan

Proses pengembangan produk dilakukan dengan mencari ide-ide atau gagasan. Pengusaha harus dapat menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan atau keinginan konsumen. Lahirnya gagasan ini dapat memunculkan produk baru atau mengembangkan produk lama. Maksudnya perusahaan menciptakan produk baru yang belum ada pesaingnya atau perusahaan memodifikasi produk lama dengan memberikan tambahan atau inovasi pada produk tersebut.<sup>93</sup>

Usaha Citra Collection selalu mencari ide-ide untuk pengembangan produk, karena menurutnya kegiatan pengembangan produk merupakan peluang bisnis dan dapat dijadikan sebagai cara mengatasi persaingan.

---

<sup>92</sup> Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, ....hal. 382

<sup>93</sup> Ibid, hal. 383

Usaha busana muslim ini cukup banyak pesaingnya sehingga membuat pengusaha harus pintar-pintar mencari ide agar produknya tidak kalah dengan pesaing.

Pencarian ide-ide dapat dilakukan melalui media online dalam media online dapat memunculkan ide-ide yang sangat bagus untuk pengembangan produk. Selain itu kreatifitas dan inovasi juga sangat dibutuhkan. Usaha Citra Collection ini dalam mencari ide dari media online, televisi, dan terjun langsung ke pasar-pasar. Dalam media online perkembangan model-model busana sangat cepat. Sehingga dapat dikatakan bahwa media online sangat membantu dalam memunculkan ide-ide model baju yang sedang tren pada saat itu. karena itu baju-baju yang dibuat oleh di Citra Collection sangat menarik dan mengikuti tren.

b) Strategi pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan yang harus dilakukan seorang pengusaha dalam melakukan kegiatan bisnis.<sup>94</sup> Pemasaran kegiatan menawarkan produk kepada konsumen, produk yang ditawarkan harus memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Menciptakan produk bukanlah hal mudah karena produk harus diterima oleh pasar. Agar produk diterima oleh pasar maka perusahaan harus melakukan pengenalan produk kepada konsumen. Produk yang dikeluarkan juga harus memberi kepuasan kepada konsumen agar konsumen mempercayai dan selalu membeli produk yang kita jual. Setiap konsumen memiliki perbedaan dalam

---

<sup>94</sup> Ibid, hal.385

membeli produk. terkadang konsumen dari golongan bawah dalam membeli produknya lebih mengutamakan harga dari pada kualitas, karena mereka berfikir bahwa membeli produk yang harganya murah akan menghemat pengeluaran. Tetapi ada juga masyarakat yang dari kalangan menengah atas apabila membeli produk melihat dari segi kualitas, produk yang dibeli harus memiliki kualitas yang terbaik.

Usaha Citra Collection ini untuk memasarkan produknya yaitu dengan terjun langsung menawarkan produk ke toko-toko atau pasar daerah Tulungagung. Dengan terjun langsung ke lapangan maka pengusaha dapat menawarkan produk dan dapat berinteraksi langsung dengan konsumennya. Sehingga pengusaha dapat mengetahui keinginan-keinginan konsumen. Produk yang dijual di Citra Collection ini merupakan produk yang ditunjukkan kepada semua kalangan kelas ekonomi dari bawah hingga atas sehingga harga yang diberikan tidak terlalu mahal. Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk. Kualitas yang digunakan pada produk ini yaitu kualitas menengah. Karena mereka menganggap bahwa kualitas ini sudah sangat bagus dan nyaman untuk konsumen. Usaha Citra Collection dalam memasarkan produknya yaitu langsung terjun ke lapangan dan cerita dari konsumen satu ke konsumen berikutnya. Walaupun dengan cara pemasaran yang sangat sederhana tersebut, usaha ini sudah dikenal luas seluruh Pulau Jawa terutama Jawa Timur.

### c) Pengembangan Produk

Setelah suatu produk dinyatakan layak untuk dikembangkan menurut analisis usaha, maka konsep produk tersebut selanjutnya direalisasikan.<sup>95</sup> Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan.<sup>96</sup> Apabila pengusaha melakukan pengembangan produk maka harus mempertimbangkan dari segi harga, promosi, dan tempat. Harga harus dapat menutupi berbagai biaya seperti operasional, administrasi, dan pemasaran. Promosi dilakukan untuk menyampaikan informasi mengenai suatu produk. Sedangkan tempat mengarah pada distribusi, penempatan produk ke toko yang tepat.

Citra Collection dalam membuat produk dengan melihat tren pada saat itu. Sehingga produk yang dijual Citra Collection selalu mengikuti model-model yang sedang berkembang pada saat itu. Produk yang diproduksi pun sangat beragam, terutama untuk baju busana muslim anak-anak. Motif yang digunakan menyesuaikan dengan tren atau keinginan anak-anak pada saat itu. Pemilihan motif untuk busana muslim anak-anak harus sangat teliti karena agar anak-anak menyukai baju busana muslim tersebut.

### d) Pengujian pasar

Produk yang sudah dibuat maka pengusaha akan melakukan percobaan penjualan. Sebelum melakukan penjualan, produk dikemas

---

<sup>95</sup> Ibid, hal. 389

<sup>96</sup> Malayu Hasibuan S.P, *Manajemen, Dasar, Pengertian, Dan Masalah*, ....,hal.10.

semenarik mungkin agar konsumen tertarik untuk membeli.<sup>97</sup> Dalam melakukan percobaan penjualan ini pengusaha tidak memproduksi baju busana muslim dengan jumlah banyak. Karena ditakutkan produk tidak habis terjual. Setiap melakukan pengujian pasar pengusaha akan mengalami kerugian maupun keuntungan. Kerugian terjadi pada stok yang tidak langsung terjual dengan cepat tetapi, kejadian ini terjadi karena konsumen tidak terlalu menyukai produk yang dijual. Sedangkan keuntungannya yaitu apabila produk terjual dengan cepat maka pengusaha akan meningkatkan produksinya, sehingga dapat dikatakan bahwa produk yang dikembangkan tersebut berhasil dan disukai konsumen.

Usaha Citra Collection ini dalam setiap melakukan pengembangan produk maka akan dilakukan pengujian pasar. Pengujian pasar ini dilakukan agar pengusaha dapat menganalisis minat beli konsumen terhadap produk barunya. Produk yang dikembangkan ini akan diproduksi dalam jual sedikit karena pengusaha tidak ingin rugi apabila produknya tidak habis terjual. Apabila produk yang dikembangkan oleh Citra Collection ini terjual semuanya dengan jangka waktu yang singkat maka pengusaha akan memproduksi lagi dengan jumlah yang banyak sesuai dengan permintaan konsumen. Terjualnya seluruh produk maka dapat dikatakan bahwa pengembangan produk yang dilakukan Citra Collection berhasil.

---

<sup>97</sup>Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, ....,hal. 400

#### e) Komersialisasi

Komersialisasi merupakan tahap terakhir dalam pengembangan produk. Kegiatan komersialisasi digunakan untuk menguji seberapa besar respon positif konsumen terhadap produk yang dibuat.<sup>98</sup> Pada tahap ini pengusaha akan mengetahui seberapa banyak konsumen yang menyukai produk yang dijual.

Setiap produk yang dibuat oleh Citra Collection mendapat respon positif. Produk selalu habis terjual maka dapat dikatakan bahwa konsumen menyukai produk yang dibuat oleh Citra Collection. Adanya respon yang baik dari konsumen maka Citra Collection akan selalu melakukan pengembangan pada produknya. Dengan selalu mengembangkan produk maka akan meningkatkan laba perusahaan.

Strategi harus dilakukan oleh pengusaha agar perusahaan mengalami peningkatan penjualan dan dapat mengatasi persaingan. Persaingan pada saat ini semakin ketat, sehingga pengusaha harus dapat mengatasi persaingan-persaingan yang terjadi. Citra collection dalam menghadapi persaingan ini berpedoman pada aturan Islam. Menurut Muhammad Ismail Yusanto di dalam Islam ada tiga hal yang perlu dilihat dalam membahas persaingan bisnis yaitu<sup>99</sup> :

##### 1) Pihak-Pihak Yang Bersaing

Manusia merupakan pusat pengendali persaingan bisnis. Ia akan menjalankan bisnisnya dengan cara pandang yang telah dimilikinya. Baik

---

<sup>98</sup> Ibid, hal.402

<sup>99</sup> Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, .....,hal. 92-93



menyangkut landasan dan motivasi berbisnis yang dilakukannya juga saat mempraktikkannya dalam aktivitas nyata bagi seorang muslim, bisnis yang dilakukannya adalah dalam rangka memperoleh dan mengembangkan kepemilikan harta secara halal. Sedangkan tugas manusia yaitu melakukan usaha sebaik dan seoptimal mungkin sehingga seorang muslim tidak akan berpikiran mengenai istilah kehilangan rizki karena diambil oleh pesaing. Meyakini bahwa rezeki itu sudah diatur oleh Allah SWT.

## 2) Cara Bersaing

Berbisnis merupakan kegiatan muamalah. Karena itu berbisnis juga tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah. Maka persaingan bebas yang menghalalkan segala cara dan prinsip muamalah Islami. Pemberian suap dalam proses negosiasi misalnya, jelas dilarang syariat. Dalam berhubungan dengan rekan bisnis, Islam mengajarkan bahwa dalam berbisnis harus memperhatikan kejelasan akad, produk atau jasa dengan kualitas dan bentuk yang sesuai dengan kesepakatan, deadline yang tepat dan sebagainya. Rasulullah SAW memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik ketika berdagang. Beliau tidak pernah melakukan usaha untuk menghancurkan pesaing dagangnya. Rasulullah memberikan pelayanan kepada para pembeli. Ketika barang yang beliau jual ada rusak atau cacat, maka segera beliau ganti dengan yang lain yang masih bagus. Inilah yang membuat para pelanggannya memberikan kepercayaan dan loyalitasnya pada Rasul SAW.

### 3) Produk Barang dan Jasa yang Dipersaingkan

Beberapa keunggulan produk yang bisa digunakan untuk meningkatkan daya saing<sup>100</sup>:

- a) Produk : produk yang dipersaingkan haruslah halal, baik barang maupun jasa, spesifikasi harus sesuai dengan jelas sebagaimana yang diharapkan konsumen, sehingga tidak terjadi penipuan.
- b) Harga : harga haruslah kompetitif. Dalam hal ini, tidak diperkenankan membanting harga dengan tujuan menjatuhkan pesaing.
- c) Tempat : tempat usaha harus baik, sehat, bersih dan nyaman.
- d) Pelayanan : mutlak diberikan secara optimal dan tulus.
- e) Layanan purna jual : merupakan servis yang akan melanggengkan pelanggan. Akan tetapi, ini diberikan dengan cuma-cuma.

Tiga hal persaingan bisnis Islam tersebut secara singkat mirip dengan apa yang telah dipaparkan oleh narasumber yaitu pihak-pihak yang bersaing terjadi dari manusia itu sendiri dalam menganggap persaingan, Citra Collection menganggap persaingan sebagai motivasi untuk menciptakan produk yang lebih baik dan pengusaha juga menganggap bahwa rizki sudah diatur oleh Allah SWT. Sehingga cara bersaing yang dilakukan Citra Collection tidak dengan cara menjatuhkan pesaing. Produk yang dipersaingkan juga produk halal dan harga yang diberikan tidak menjatuhkan pesaing, selain itu pelayanan yang diberikan juga tulus dan ramah agar pembeli nyaman dalam melakukan transaksi jual beli di Citra Collection.

---

<sup>100</sup> Ibid, hlm.94-96.

Persaingan harus dihadapi dengan cara memfokuskan pada satu strategi. Dengan cara fokus pada satu tujuan maka usaha Citra Collection dapat menghadapi persaingan-persaingan yang ada. Pengusaha Citra Collection lebih memfokuskan pada strategi pengembangan produk untuk mengatasi persaingan yang terjadi. Strategi pengembangan produk dilakukan dengan menciptakan produk yang berbeda dengan produk pesaing.

Penciptaan produk yang berbeda dari pesaing digunakan agar konsumen lebih mudah menentukan pilihan produk yang sesuai keinginan konsumen dan dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja. Kegiatan pengembangan produk dijadikan strategi perusahaan untuk mencegah kebosanan konsumen terhadap produk yang dijual. Apalagi produk Citra Collection menjual baju busana muslim anak, sehingga pengusaha dituntut harus mengikuti tren yang disukai anak-anak pada saat itu. Pemilihan motif merupakan hal terpenting karena sebagai daya tarik anak-anak untuk memakai baju busana muslim.

Penelitian yang serupa pernah dilakukan oleh Wirawan Surya Wijaya dan Ronny H. Mustamu, dalam penelitian tersebut usaha yang diteliti yaitu usaha tepung terigu. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan tepung terigu ini sudah melakukan pengembangan produk dan inovasi dengan dua cara serta menerapkan tahap pengembangan dari pencarian ide sampai dengan tahap komersialisasi.

## **B. Strategi Pengembangan Produk Citra Collection Menurut Perspektif Ekonomi Islam**

Citra Collection dalam melakukan strategi pengembangan produknya juga harus sesuai perspektif ekonomi Islam. Sehingga pengusaha dalam menjual produknya harus produk yang halal. Produk yang dijual di Citra Collection yaitu busana muslim. Dalam melakukan kegiatan jual beli busana muslim, pemilik usaha menghindari larangan-larangan syariah islam yaitu sebagai berikut:

- a. Menipu dan menyembunyikan cacat dan segala bentuk kelemahan dari suatu produk atau jasa yang akan dijual sebagaimana sabda Rasulullah SAW, *“barang siapa yang menipu (ia) bukan dari golonganku”* (HR. Al-Bukhari)
- b. Memanfaatkan keadaan atau kondisi orang yang nampak sangat membutuhkan, misalnya memanfaatkan peluang supaya pembeli dengan terpaksa membeli barang dengan harga yang sangat tidak wajar sebagaimana sabda Rasullulloh SAW, *“Allah merahmati orang yang bijaksana bila ia menjual, bijaksana bila ia membeli, dan bijaksana bila ia membayar”* (HR. Al-Bukhari dan Muslim)
- c. Tidak memenuhi syarat-syarat dari suatu perjanjian (akad) yang telah disepakati bersama atau khianat, misalnya dalam perjanjian jual-beli, sewa-menyewa, atau pesanan, sebagai mana firman Allah SWT dalam

surat Al-Maidah ayat , “wahai orang-orang yang beriman penuhilah (syarat) akad-akad itu”.<sup>101</sup>

Citra Collection dalam menjual busana muslim akan memberikan produk dengan kualitas yang baik walaupun kualitasnya sudah yang terbaik tetapi terkadang dalam proses produksi mengalami cacat seperti jahitan yang kurang rapi. Dengan adanya kecacatan pada produknya maka pemilik usaha akan menjelaskan dan memberitahu konsumen agar konsumen tidak kecewa setelah membelinya. Dalam mencari keuntungan usaha Citra Collection tidak mencari keuntungan yang besar. Keuntungan sesuai dengan kualitas produk yang dijual sehingga transaksi jual beli yang dilakukan jelas dan sesuai kesepakatan.

Pemilik usaha dalam melakukan strategi pengembangan produk harus mempunyai prinsip yang sesuai syariah Islam yaitu ikhtiar, manfaat, amanah dan nasihat. Strategi pengembangan produk dalam perspektif ekonomi Islam yang dilakukan Citra Collection yaitu<sup>102</sup> :

*a) Ikhtiar*

Ikhtiar adalah suatu bentuk usaha untuk mengadakan perubahan yang dilakukan seseorang secara maksimal dengan segenap kemampuan, daya dan upaya yang dimilikinya dengan harapan menghasilkan ridho Allah SWT.

Citra collection dalam melakukan pengembangan produknya dengan semaksimal mungkin. Pemilihan bahan yang berkualitas merupakan cara yang

---

<sup>101</sup> Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, ....,hal.1

<sup>102</sup> Sunindrawati, *Strategi Pemasaran Islam dan Pemilihan Lokasi Dalam Meningkatkan Penjualan*, (Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan. 2015), hal.34

dilakukan Citra Collection untuk memuaskan konsumen. Sehingga konsumen tidak akan kecewa apabila membeli produk Citra Collection.

b) *Manfaat*

Manfaat artinya berguna bagi si pemakai produk ataupun jasa. Bermanfaat jika dirasakan mempunyai nilai guna yang dirasakan oleh pemakai. Tujuan berbisnis yang benar adalah menghasilkan produk ataupun jasa yang dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya dengan kualitas terbaik dan harga terjangkau bagi masyarakat sebagai konsumennya.

Citra Collection dalam membuat produk yaitu harus mempunyai manfaat bagi konsumen. Busana muslim merupakan produk yang bermanfaat bagi pembelinya terutama umat muslim karena busana muslim merupakan pakaian yang sesuai syariat Islam. Selain itu harga yang ditawarkan juga tidak terlalu mahal karena pengusaha menginginkan produknya dapat dibeli oleh semua kalangan kelas ekonomi dari bawah hingga atas.

c) *Amanah (jujur)*

Amanah artinya dapat dipercaya sebagaimana yang kita ketahui bahwa Rasulullah SAW dikenal sebagai seorang profesional yang jujur dengan sebutan al-amin yang artinya dapat dipercaya. Dengan demikian kejujuran bukan saja merupakan tuntutan dalam berbisnis tetapi juga mengandung nilai ibadah.

Pengusaha Citra Collection dalam menjual busana muslim sangat memperhatikan kejujuran. Karena dengan kejujuran maka usaha yang dijalankan akan mendapat ridho Allah SWT dan rezeki yang diperoleh halal.

Kejujuran dilakukan pada saat produk mengalami kecacatan. Pengusaha akan menjelaskan produk tersebut agar konsumen mengetahui. Selain itu pengusaha dalam menawarkan produknya tidak dengan melebih-lebihkan kebaikan produk tersebut. Sehingga konsumen tidak akan rugi dan kecewa.

Penelitian yang serupa pernah dilakukan oleh Miftahur Rahmah, dalam penelitian tersebut usaha yang diteliti yaitu kopi bubuk. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada usaha produk kopi bubuk cap semut ini pengembangan produknya sesuai dengan kaidah ekonomi Islam. Hal tersebut dilakukan dengan produk yang halal, bermutu dan berkualitas, bermanfaat bagi masyarakat dan tidak ada unsur gharar artinya barang yang dijual belikan dan di kembangkan itu jelas.

### **C. Faktor Penghambat Strategi Pengembangan Produk Citra Collection Dalam Mengatasi Persaingan Usaha Busana Muslim**

Dalam melakukan suatu usaha pasti ada hambatan-hambatan, tetapi pengusaha dapat menganggap bahwa hambatan tersebut sebagai ujian atau musibah. Untuk hambatan yang dialami oleh Citra Collection dalam menjalankan usahanya yang berkaitan dengan strategi pengembangan produk yaitu:

#### 1) Kekurangan ide

Kekurangan ide, karena terkadang pemilihan ide untuk membuat model baju kurang diminati masyarakat Tulungagung. Seperti pemilihan model baju yang dicari dari internet kadang kurang efektif, terkadang model baju yang dicari di internet kurang diminati oleh masyarakat Tulungagung.

Sehingga pengalaman pengusaha dibutuhkan dalam membuat model busana muslim yang menarik.

2) Modal besar

Kegiatan pengembangan produk dibutuhkan modal besar, sehingga pemilik usaha dalam melakukan pengembangan produk harus melalui proses yang matang agar produk yang sudah diproduksi tidak mengalami kerugian.

3) Jangka waktu yang singkat

Pengembangan produk merupakan kegiatan yang rentan ditiru oleh pesaing karena produk yang dikembangkan selalu diminati oleh konsumen. Apabila pesaing meniru produk yang dijual maka stok baju yang terjual mengalami kendala. Seperti stok baju yang seharusnya dalam dua minggu habis terjual maka ini bisa sampai satu bulan baru habis terjual semuanya. Sehingga dapat dikatakan bahwa jangka waktu pengembangan produk sangat singkat.

Usaha Citra Collection mengalami hambatan dalam strategi pengembangan produknya, hambatan yang dialami oleh Citra Collection sesuai dengan yang dikemukakan oleh Philip Kotler. Adapun faktor-faktor yang menghambat dalam melakukan pengembangan produk menurut Philip Kotler yaitu<sup>103</sup> :

- a) Kekurangan gagasan mengenai produk baru yang penting dibidang tertentu.

---

<sup>103</sup> Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran, ....*, hal.377



- 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.
- e) Kekurangan modal.
- f) Waktu pengembangan yang lebih singkat: perusahaan-perusahaan yang tidak dapat menyelesaikan produknya.
- g) Siklus hidup produk yang lebih singkat: ketika suatu produk baru berhasil, pesaing dengan cepat akan meniru.

Faktor penghambat yang terjadi di Citra Collection hampir mirip dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler. Pemilik usaha Citra Collection segera tanggap untuk mengatasi semua hambatan yang terjadi. Karena faktor penghambat sangat mengganggu proses pengembangan produk yang dilakukan oleh Citra Collection. Apabila hambatan dibiarkan ada maka usaha ini tidak dapat bersaing dengan pesaingnya dan dapat mengakibatkan usaha menjadi gulung tikar. Dengan adanya faktor penghambat maka dapat dikatakan strategi pengembangan produk yang dilakukan Citra Collection belum berjalan secara efektif.

Penelitian yang serupa pernah dilakukan oleh Kasmiruddin, dalam penelitian tersebut, produk usaha yang diteliti yaitu kerajinan rotan. Dari hasil penelitian yang dilakukan, ditemukan strategi pengembangan produk masih belum berjalan secara efektif yaitu usaha menghasilkan produk kerajinan rotan yang beraneka (berbeda), memodifikasi produk kerajinan, menghasilkan produk kerajinan rotan yang terbatas serta menghasilkan produk kerajinan yang berbeda untuk kelompok konsumen tertentu. Kelompok pengusaha yang masih kurang efektif melaksanakan pengembangan produk disebabkan keterbatasan kemampuan pengusaha pengrajin rotan dari segi permodalan dan pengalaman usaha.

#### **D. Faktor Pendukung Strategi Pengembangan Produk Citra Collection Dalam Mengatasi Persaingan Usaha Busana Muslim**

Faktor pendukung merupakan faktor yang memperlancar pelaksanaan untuk pengembangan dalam usahanya. Pengusaha dituntut untuk melakukan faktor pendukung agar proses pengembangan produk berjalan dengan lancar. Untuk mencari faktor pendukung dari usahanya, seorang pengusaha melihat dari segi produk. Karena produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Sehingga kita sebagai penjual harus memberikan produk yang terbaik agar konsumen tertarik membeli. Produk tidak hanya berupa barang tetapi dapat berupa jasa. Dalam hal jasa ini, pengusaha harus memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

Citra Collection dalam menentukan faktor pendukung yaitu melihat dari keinginan dan kebutuhan konsumen. Kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan kesempatan pasar bagi para pengusaha untuk melayani konsumen dengan cara baik agar konsumen senang terhadap produk ini. Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen maka usaha Citra Collection selalu mengamati selera konsumen. Selain itu pengusaha menjalin relasi dan komunikasi yang baik dengan para pembeli, dengan cara ini pemilik usaha juga berani mengambil resiko dari apa yang mereka keluarkan atau keluhkan.

Faktor pendukung lainnya dalam usaha Citra Collection ini yaitu dari segi harga dan kualitas. Usaha ini ingin membuat produk yang dapat dibeli oleh semua kalangan kelas ekonomi dari atas hingga bawah. Sehingga dalam menentukan harga tidak terlalu mahal. Harga yang dijual berkisar antara Rp 80.000 – Rp 150.000 dengan harga yang terjangkau tersebut maka pemilik usaha tidak melupakan segi kualitas produknya. Pemilihan bahan pembuatan baju busana muslim sangat teliti, agar baju busana muslim dapat nyaman digunakan. Apabila konsumen nyaman menggunakan baju busana muslim yang diproduksi Citra Collection maka konsumen akan senang dan puas. Kepuasan konsumen juga menjadi faktor pendukung dalam usaha Citra Collection, dengan memperhatikan kepuasan konsumen maka akan meningkatkan laba perusahaan.

Penelitian yang serupa pernah dilakukan oleh Khikmatun Khasanah, dalam penelitian tersebut, produk usaha yang diteliti yaitu pakaian muslim.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa pelayanan di Toko Asrie sangat baik dan berani bersaing dengan toko modern, kualitas produk pun sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen dan harganya sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat sekitar. Selain itu kelengkapan barang dan tempat yang strategis menjadi salah satu daya tarik masyarakat sekitar untuk mengunjungi dan berbelanja di Toko Asrie.