

STRATEGI PENGEMBANGAN MANAJEMEN DI NGASINAN FASHION KEDIRI

Lina Febrianti¹, Niken Ayu Muliawati²

^{1,2} Institut Agama Islam Negeri Kediri

¹E-mail: lina_febrianti1@gmail.com

*Penulis koresponden, e-mail: lina_febrianti1@gmail.com

Abstrak

Salah satu peluang usaha yang diminati oleh sebagian besar pengusaha yakni bisnis fashion, dikarenakan fashion yang dianggap sebagai kebutuhan utama pada kehidupan masyarakat zaman sekarang dalam berbagai macam kalangan. Toko Ngasinan Fashion merupakan salah satu toko yang bergerak dibidang perdagangan pakaian yang terletak di Rejomulyo Kota Kediri yang telah menjalankan usahanya mulai dari tahun 2014 hingga sekarang masih tetap eksis bahkan sudah terdapat cabang yang terletak tidak jauh dari toko pertama yang ada di Blabak Kabupaten Kediri. Penelitian ini akan membahas permasalahan apa saja yang seringkali timbul di usaha bidang pertokoan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dimana model pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian lapangan ini adalah berupa pengamatan dan wawancara, untuk memperoleh data-data, fenomena, atau peristiwa yang sedang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa permasalahan yang seringkali timbul, mulai dari kurang fasihnya pemilik toko akan teknologi dan inovasi terbaru, kurang jeli dalam melihat perkembangan tren di masyarakat, adanya Cacat produk dari distributor, Kurangnya kerjasama antar karyawan, dan Toko yang sepi pengunjung saat hari biasa, dan hanya ramai pada waktu tertentu seperti saat hari raya. Dalam penelitian ini juga dibahas solusi – solusi yang sudah diterapkan pada toko fashion ngasinan tersebut sehingga permasalahan yang muncul tersebut dapat diatasi dengan baik.

Kata kunci: usaha pertokoan, manajemen usaha, bisnis fashion

Abstract

One of the business opportunities that most entrepreneurs are interested in is the fashion business, because fashion is considered a major requirement in today's society in various circles. The Ngasinan Fashion store is one of the shops engaged in the clothing trade located in Rejomulyo, Kediri City, which has been running its business since 2014 until now, it still exists and even has a branch located not far from the first shop in Blabak, Kediri Regency. This research will discuss what problems often arise in the shopping sector. The research method used in this research is qualitative research where the data collection model used in this field research is in the form of observations and interviews, to obtain data, phenomena, or events being studied. The results of the research show that there are several problems that often arise, starting from the shop owner's lack of fluency in the latest technology and innovations, lack of observance in seeing developments in trends in society, product defects from distributors, lack of cooperation between employees, and shops that are empty of visitors during the day. usual, and only crowded at certain times such as during holidays. This research also discusses the solutions that have been applied to the Ngasinan fashion shop so that the problems that arise can be handled properly.

Keywords: shop business, business management, fashion business

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini, dunia usaha mulai berkembang pesat baik secara online maupun pendirian UKM (Usaha Kecil Menengah) diseluruh penjuru dunia. Perkembangan usaha ini sangat berdampak pada perekonomian yang semakin baik pada masyarakat sekitar kita. Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang semakin pesat, usahawan harus sangat kompeten dan kompetitif melakukan variasi menghadapi persaingan pasar

yang ketat. Hal ini diperlukan adanya inovasi-inovasi baru dalam menarik konsumen terhadap jasa atau produk yang perusahaan tawarkan, dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi yang sedang berkembang, akan semakin mempermudah dan memperluas pemasaran produk. Banyaknya persaingan pasar dengan berbagai jenis layanan sama ataupun berbeda, usahawan harus memiliki berbagai macam inovasi dan ide kreatif untuk mengatasi persaingan pasar tersebut, apalagi menghadapi pasar bebas globalisasi yang ada pada zaman sekarang.

Dalam menjalankan sebuah usaha yang bergerak dibidang perdagangan, Pemerintah telah menaungi keamanan serta kenyamanan berbisnis baik secara online maupun offline dengan pengadaan undang-undang yang mengatur mengenai produk mana yang pantas untuk di perjual belikan dan mana yang tidak. Hal tersebut berlaku juga bagi usaha fashion seperti yang tercantum dalam Undang-Undang No.7 tahun 2014 tentang perdagangan, yakni impor barang harus dalam keadaan baru, untuk pakaian bekas, kemendag telah melarang importasinya melalui kemenperindag No. 230/MPP/Kep/7/1977. Jadi sebagai seorang pengusaha haruslah bersifat bijaksana dan tegas terhadap bisnis yang akan atau sedang dijalankan.

Salah satu peluang usaha yang diminati oleh sebagian besar pengusaha yakni bisnis fashion, dikarenakan fashion yang dianggap sebagai kebutuhan utama pada kehidupan masyarakat zaman sekarang dalam berbagai macam kalangan. Hal tersebut menjadi peluang bagi usahawan untuk memudahkan mereka dalam menjalankan usaha dikarenakan bisnis fashion yang tidak akan lekang oleh tantangan zaman, tentunya hal tersebut akan tetap terjaga eksistensinya jika didukung dengan pengadaan pembaharuan produk mengikuti dengan perubahan fashion dan beragamnya model fashion yang sedang trending. Untuk itu diperlukan adanya manajemen yang mengelola komponen yang terdapat dalam sebuah bisnis fashion dimana didalamnya terdapat pengelolaan stok barang, pemasaran, manajemen karyawan serta hal lain yang menunjang kelancaran bisnis tersebut.

Dari berbagai usaha masyarakat yang bergerak di bidang perdagangan pakaian yang ada di kota kediri, Toko Ngasinan Fashion merupakan salah satu toko yang bergerak dibidang perdagangan pakaian yang terletak di Rejomulyo Kota Kediri yang telah menjalankan usahanya mulai dari tahun 2014 hingga sekarang masih tetap eksis bahkan

sudah terdapat cabang yang terletak tidak jauh dari toko pertama yang ada di Blabak Kabupaten Kediri. Tetapi penelitian kali ini akan di fokuskan pada toko pertama yakni di Rejomulyo Kota Kediri.

Sebuah toko tentu mengalami pasang dan surut dalam menjalankan usahanya, begitu pula pada Ngasinan Fashion dimana banyak persaingan usaha yang sama jenisnya, tetapi usaha tersebut mampu menghadapi berbagai permasalahan dalam menjalankan usahanya. Disini akan dilakukan penelitian menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi-strategi manajemen yang di terapkan dalam menjadikan toko ini tetap eksis di tengah maraknya persaingan ketat antar toko dibidang perdagangan pakaian yang ada disekitarnya..

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai proses meneliti dan menghasilkan data deskriptif (dalam bentuk teks atau ucapan dari sumber dan perilaku yang dapat diamati) menurut Bogdan dan Taylor dalam (Moloeng, 2007:4). Jenis penelitian ini adalah menggunakan penelitian lapangan (field research), yakni penelitian yang dilakukan dengan cara mengambil data-data faktual yang autentik di lapangan. Model pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian lapangan ini adalah berupa pengamatan dan wawancara. Penelitian ini adalah untuk memperoleh data-data, fenomena, atau peristiwa yang sedang diteliti.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Manajemen Pemasaran

1) Pengertian Manajemen Pemasaran

Pada dasarnya berhasil tidaknya suatu usaha ditentukan oleh ketepatan perencanaan dan pengelolaannya, perencanaan dan pengelolaan tersebut dimuat dalam sebuah manajemen yang dijalankan oleh manusia yang

berkecimpung didalamnya, dengan manajemen yang tepat akan memudahkan pelaksanaan kegiatan serta tercapainya tujuan yang diharapkan.

Dengan adanya latar belakang manajemen tentu ada sebuah tujuan yang ingin dicapai, pada bahasan kali ini akan tertuju pada manajemen mengenai pemasaran. Pemasaran merupakan suatu proses penyampaian atau promosi barang atau jasa dengan memperhatikan kebutuhan dan kualitas kepada konsumen, pemasaran juga berperan sebagai pelayanan yang menimbulkan kepuasan bagi pelanggan guna mendapatkan keuntungan

Para ahli mengungkapkan pendapatnya terkait manajemen pemasaran, Tjiptono (2016;63) mengemukakan pendapatnya mengenai pengertian dari manajemen pemasaran, menurutnya manajemen pemasaran diartikan secara menyeluruh yakni suatu cara yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan di sebuah perusahaan dengan menjalankan bisnis dengan cara menentukan, mempersiapkan, dan mendistribusikan barang, jasa, dan gagasan. Sedangkan menurut Dharmmesta dan handoko (2013) manajemen pemasaran merupakan salah satu usaha untuk mempertahankan berjalannya suatu perusahaan agar berkembang dan memperoleh keuntungan. Untuk mewujudkannya haruslah dilakukan dengan berbagai cara yakni memperbaiki kualitas serta mempengaruhi pelanggan agar tertarik terhadap produk yang ditawarkan, sehingga tidak terpacu dengan hanya melakukan penjualan yang biasa.

Jadi dapat disimpulkan dari beberapa definisi manajemen pemasaran oleh para ahli bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu strategi yang dikelola perusahaan yang bertujuan untuk mempertahankan berlangsungnya suatu perusahaan dengan meraih kepuasan konsumen akan produk yang ditawarkan. Ngasinan Fashion merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang busana, Ngasinan fashion ini sejenis dengan boutique didalamnya menyediakan berbagai model pakaian mulai dari berbagai kalangan, sejak di buka pada 2014 lalu oleh Bu Suliyani tentu tidak lepas dari manajemen pemasaran yang dikelola sebagai penunjang keberlancaran bisnis tersebut.

Terdapat beberapa konsep dalam pemasaran berikut diantaranya :

1. Produksi. Konsentrasi ditujukan pada kegiatan guna meraih efisien tinggi dengan biaya rendah serta distribusi masal.
2. Penjualan. Penjualan merupakan praktik penawaran barang secara agresif hal ini dilakukan karena konsumen lamban dalam pembelian barang yang banyak, jadi mereka hanya membeli barang yang tengah diperlukan saja.
3. Pemasaran. Konsep ini meninjau untuk memenuhi kebutuhan dan hasrat, konsep ini terdiri dari 4 pendukung yakni target pasar sasaran, keperluan pelanggan, pemasaran terpadu, dan profit atau keuntungan
4. Konsumen. Yakni seseorang yang menjadi target pasar, yang akan membantu kelancaran berjalannya suatu perusahaan
5. Produk. Suatu usaha akan berusaha meningkatkan kualitas dan kuantitas produknya, serta akan selalu melakukan inovasi pada produk agar dapat terus mendapat kepercayaan dari konsumen.
6. Pemasaran kepada masyarakat. Konsep ini dijalankan dalam praktik pemasaran dimana pemasar melakukan pertimbangan sosial dan etis yang ada di lingkup masyarakat tersebut. Pemasar harus pandai dalam menempatkan pemasaran produk dan menghindari kriteria yang berlawanan dengan tujuan perusahaan, agar barang yang dipasarkan mendapat penerimaan yang baik serta dapat berbaur sesuai dengan lingkup masyarakat.

2) Profil Toko Baju Ngasinan Fashion Kediri

Toko Ngasinan Fashion Kediri merupakan salah satu toko yang menyediakan berbagai macam produk dan aksesoris khususnya dalam bidang fashion yaitu pakaian untuk anak-anak, remaja, dewasa hingga lansia. Toko Ngasinan Fashion Kediri ini berada di Jl. Ngasinan No. 20, Rejomulyo, Kec. Kota, Kab. Kediri, Jawa Timur 64129 yang memiliki lokasi sangat strategis yaitu di pusat kota dan lokasinya tidak jauh dari beberapa lembaga pendidikan yaitu SMP Negeri 7 Kediri, SMA Negeri 6, serta IAIN Kediri. Toko Ngasinan Fashion Kediri didirikan oleh Ibu Suliani,S.Pd sekitar 10 tahun yang lalu yang pada

awalnya hanya sebuah usaha kecil hingga sampai saat ini usahanya semakin berkembang pesat dan memiliki banyak pelanggan sejak sepuluh tahun yang lalu.

Ngasinan Fashion Kediri memiliki 12 orang karyawan, dengan jam kerja yang terbagi menjadi dua shift yakni shift pagi dan shift sore. Shift pagi mulai kerja dari jam 07.00 WIB s/d 14.00 WIB sedangkan shift sore mulai kerja dari jam 15.00 WIB s/d 21.00 WIB. Kedisiplinan waktu kerja karyawan sangat diutamakan di Ngasinan Fashion Kediri ini dengan waktu kerja 7 hari selama dalam satu minggu. Anggaran (manajer) juga menentukan pembagian kerja karyawannya hal ini dikarenakan setiap karyawan harus benar-benar mengerti memasarkan produk yang tepat, memahami kode dan harga produk. Selain itu, kompetensi utama yang harus dimiliki karyawan di Ngasinan Fashion Kediri yaitu harus memiliki sikap jujur, tanggung jawab, serta mempunyai etika pelayanan konsumen dengan baik.

Karyawan di Ngasinan Fashion in Kediri mendapatkan bagian kerja ditentukan oleh pemilik usaha menggunakan sistem rolling di setiap bulannya. Penggunaan sistem rolling ini menjadikan seluruh karyawan bertanggung jawab dan memahami seluruh bidang kerja yang ada di Ngasinan Fashion Kediri. Toko Ngasinan Fashion Kediri ini memiliki 2 lantai sehingga pembagian kerja karyawan ada yang bertugas sebagai kasir, bertugas melayani pelanggan, serta stand by di beberapa spot pakaian atau aksesoris yang ada di Ngasinan Fashion Kediri.

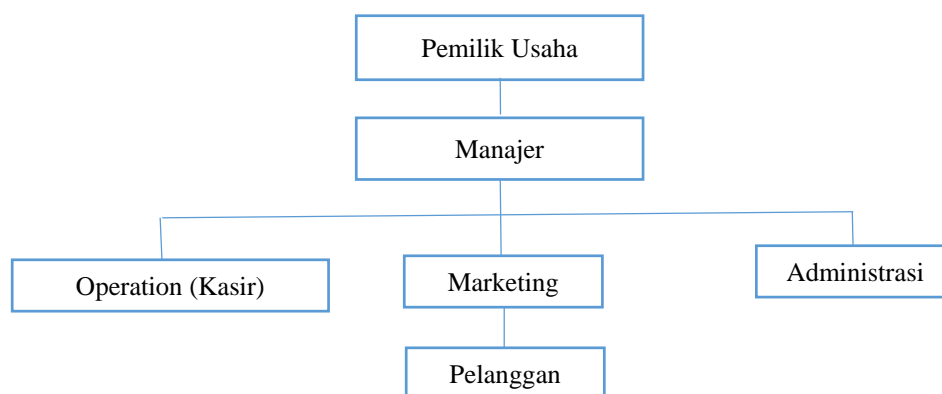
3) Perencanaan Karyawan Kantor

Berdasarkan hasil wawancara, terdapat kegiatan perencanaan manajemen dalam Ngasinan Fashion, diantaranya yakni dalam perencanaan pengadaan karyawan dimana dalam merekrut karyawan, Ngasinan Fashion tidak menuntut kualifikasi pendidikan kepada orang yang ingin mengajukan diri menjadi karyawan di Ngasinan Fashion, yang dibutuhkan yakni kejujuran dan tanggung jawab serta mengikuti prosedur kegiatan yang ada di dalam toko. Terdapat 8 orang yang direkrut sebagai karyawan serta terdapat 2 shift yakni

pagi dari jam 08.00-14.00 dan siang pada jam 14.00-20.00, dimana dalam pembagiannya setiap shift yang dijalankan 4 karyawan.

4) Pengorganisasian Kantor

Dalam proses pencapaian tujuan, maka sebuah organisasi yang baik harus memiliki rencana atau gambaran mengenai pembagian kerja sekelompok orang yang ada di dalam organisasi tersebut dengan melakukan pembagian wewenang, tanggung jawab, dan tugas, yang jelas. Struktur organisasi di Ngasinan Fashion Kediri adalah :



Gambar 1 Bagan struktur di Toko Fashion Ngasinan

5) Pelaksanaan Kantor

Dalam pelaksanaan (actuating) toko Ngasinan Fashion Kediri menerapkan prinsip kerjasama dalam pencapaian target penjualan produk. Disini pemilik toko memiliki peran penting untuk mempengaruhi dan atau mengajak karyawan bekerja secara professional, ikhlas, serta memiliki kerjasama yang baik antar karyawan lainnya sehingga tujuan kantor dapat tercapai dengan optimal. Selain menjual produk pakaian, Ngasinan Fashion Kediri juga menyediakan berbagai jenis produk-produk lainnya yang tentunya memiliki fungsi strategis bagi kehidupan manusia khususnya para remaja,

anak-anak, dewasa, hingga lansia dengan kualitas terbaik. Dalam pengambilan keuntungan sendiri, toko ini tidak mengambil dalam skala besar akan tetapi sesuai dengan ajaran islam yakni mengambil keuntungan sekitar 10% hingga 30% saja. Produk dari toko ini tidak hanya di beli oleh masyarakat sekitar kediri saja bahkan banyak masyarakat luar kota untuk membeli baju atau produk-produk di Ngasinan Fashion Kediri ini, berikut adalah daftar produk-produk yang ada di toko Ngasinan Fashion kota Kediri, diantaranya :

Tabel 1 Daftar produk di Toko Fashion Ngasinan

No.	Produk
1.	Kemeja
2.	Blouse
3.	Gamis
4.	Kulot
5.	Dress
6.	Jeans
7.	Baju Anak
8.	Sajadah
9.	Handuk
10.	Songkok
11.	Selimut
12.	Bed Cover
13.	Selambu Nyamuk
14.	Jas Hujan, dsb.

6) Pengawasan Kantor

Pengawasan (controlling) dilakukan dalam proses manajerial Toko Ngasinan Fashion Kediri, hal ini berkaitan pada proses strategi pemasaran toko, penjagaan produk, dan pengarahan pada karyawan toko dengan sungguh-sungguh sehingga strategi pencapaian tujuan berjalan semestinya secara optimal. Pengawasan di toko ini dilakukan secara langsung (aktif) dan tidak langsung (pasif) oleh manajer toko Ngasinan Fashion Kediri, hal ini dikarenakan banyak usaha yang dijalankan dan perlu diawasi dalam pelaksanaannya. Dalam pengawasan aktif, disini pengawas akan terjun secara langsung ke toko untuk

meninjau segala kegiatan yang dilakukan di dalam toko Ngasinan Fashion Kediri. Apabila terdapat hal-hal yang kurang tepat dilakukan karyawan di dalam toko, pengawasan aktif bisa menegur karyawan secara langsung. Sedangkan dalam pengawasan tidak langsung/pasif, pengawas hanya meneliti jenis-jenis dokumen toko Ngasinan Fashion Kediri mulai dari surat-surat pertanggung jawaban yang juga disertai dengan bukti penerimaan dan pengeluaran suatu penjualan produk.

7) Evaluasi Kantor

Pentingnya evaluasi dalam proses manajerial toko Ngasinan Fashion Kediri dilakukan untuk mengetahui masalah-masalah yang disadari atau tidak disadari dan untuk mengukur sejauh mana pencapaian usaha sudah dilakukan. Evaluasi di toko Ngasinan Fashion Kediri dilakukan oleh manajer toko sebelum memasuki akhir tahun yang tujuannya untuk menelaah kembali target/pencapaian toko yang telah diraih. Untuk mempermudah melakukan perencanaan strategis, manajer toko selalu melakukan evaluasi secara rutin dan berkala. Hal-hal yang harus diperhatikan dalam melakukan evaluasi toko Ngasinan Fashion ini, manajer toko berpatokan pada empat hal yakni kinerja dan target usaha, pengembangan produk/layanan, memperhatikan aliran uang masuk dan keluar (cash flow) usaha, serta riset kepuasan konsumen toko Ngasinan Fashion Kediri

B. Strategi Pemasaran di Ngasinan Fashion Kediri

1. Pengertian Strategi Pemasaran

Para ahli berpendapat mengenai definisi strategi pemasaran, diantaranya :

- a) Menurut Kotler dan Keller (2013) strategi pemasaran merupakan cara spesifikasi yang digunakan untuk menentukan target pasar, bauran pemasaran, penetapan posisi dan biaya pemasaran guna mencapai tujuan pemasaran

- b) Menurut Gitosudarmo (2014) yakni rencana dari seorang pengusaha yang bertujuan untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target.
- c) Walker (2012) menyatakan bahwa ada lima strategi yang dapat digunakan untuk menjadi strategi yang baik diantaranya yakni (!) lingkup, seperti perencanaan jumlah tipe usaha, segmen dan lini produk, (2) tujuan dan sasaran mencakup maksimalnya kinerja, perkembangan penjualan, keuntungan dana yang didapat selama periode waktu yang terbatas.

Dapat ditarik kesimpulan dari beberapa paparan pengertian strategi pemasaran menurut para ahli yakni upaya guna mempromosikan produk, barang atau jasa menggunakan teknik atau cara tertentu sehingga jumlah penjualan dapat meningkat. Dalam pengertian lain strategi pemasaran adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh badan usaha untuk mencapai tujuan tertentu karena untuk menjual tawaran terbatas kepada jumlah orang yang mengetahuinya.

2. Macam-macam penerapan strategi pemasaran di Ngasinan Fashion Kediri

Adapun strategi yang dapat digunakan dalam pemasaran :

- a) Digital Inbound Marketing merupakan teknik pemasaran dengan menggunakan media digital agar target pemasaran dapat menjangkau konsumen secara relevan, lebih luas, tepat waktu, dan khusus.

Pemasaran produk secara online sesuai dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat dan maraknya belanja online yang dilakukan masyarakat Indonesia. Digital Marketing menggunakan media digital/online ini terbukti menarik minat pelanggan yang di dalam kota maupun di luar kota. Selain itu, penerapan marketing menggunakan media digital di Ngasinan Fashion Kediri dianggap lebih efektif dalam memasarkan produk. Media digital digunakan toko Ngasinan Fashion untuk memasarkan produk yaitu media WhatsApp, Instagram, Facebook, dan platform aplikasi belanja lainnya.

- b) Pemasaran Hubungan Pelanggan. Menurut Kotler dan K. L Keller, Pemasaran hubungan pelanggan (*Customer Relationship Marketing*) berfokus untuk menjaga dan memperbaiki hubungan baik dengan pelanggan lama atau yang sudah ada disbanding mencari pelanggan baru. Teknik ini memanfaatkan relasi jangka panjang dengan para target pasar dapat dilakukan dengan mempertahankan hubungan baik dan saling menguntungkan antara produsen dan konsumen sehingga dapat menghasilkan transaksi yang berulang dan menciptakan loyalitas pelanggan.

Penerapan pemasaran hubungan pelanggan di Ngasinan Fashion Kediri ini dibangun dengan menyediakan kotak saran untuk para pelanggan. Pelanggan dapat memberikan masukannya mengenai produk yang dibutuhkan secara spesifik. Hal ini dilakukan agar hubungan pelanggan dapat dipertahankan. Selain itu, pelanggan dapat memberikan kritik dan sarannya mengenai pelayanan atau produk yang ada di Ngasinan Fashion Kediri, sehingga toko bisa mengadakan evaluasi dan perbaikan.

- c) Penjualan Langsung merupakan teknik pemasaran yang memanfaatkan tenaga karyawan guna memasarkan produk secara langsung. Simamora menyatakan bahwa penjualan langsung merupakan penjualan yang dilakukan secara langsung dimana orang yang menjual dan orang lain yang membeli terlibat kontak dan tatap muka secara langsung.

Penjualan produk-produk secara langsung di Ngasinan Fashion Kediri terbukti juga membawa dampak yang besar dalam target penjualan. Hal tersebut dikarenakan lokasi Ngasinan Fashion Kediri yang sangat strategis di kelilingi beberapa lembaga pendidikan. Hal tersebut membuat toko Ngasinan Fashion Kediri menjadi pusat belanja utama yang didatangi para pelajar bahkan guru-guru pengajar di lembaga pendidikan tersebut. Selain itu, target penjualan langsung di Ngasinan Fashion Kediri ini yaitu ibu-ibu yang ingin selalu terlibat secara langsung dalam memilih produk yang dibutuhkan. Jam operasional penjualan langsung di Ngasinan Fashion Kediri dilakukan pada pukul 09.00 WIB sampai 21.00 WIB

- d) Pemasaran Pemberian Label. Label digunakan untuk mempromosikan suatu produk didalamnya terdapat nomor telepon, gambar menarik, tulisan atau kombinasi keduanya dapat dimasukkan atau ditempelkan dalam kemasan produk. Label menjadi bagian yang sangat penting supaya produk tersebut di kenal dan diingat oleh konsumen.

Pemasaran produk dengan pemberian label juga digunakan di Ngasinan Fashion Kediri. Hal ini dilakukan agar para pelanggan semakin tertarik, mudah diingat, dan semakin dikenal diberbagai wilayah. Pemberian label ini ditempelkan pada semua produk di Ngasinan Fashion Kediri yang didalamnya terdapat nama dan logo toko dengan warna dan font tulisan yang menarik. Selain itu, pemberian label toko juga terdapat dalam tas belanja hingga gantungan kunci yang nantinya diberikan pada pelanggan yang membeli produk-produk di Ngasinan Fashion Kediri.

- e) Pengadaan Diskon/promo. Dengan adanya diskon/promo akan menarik minat pelanggan untuk membeli, hal tersebut guna mengatasi rasa ragu dan meyakinkan pelanggan akan kualitas produk. Setelah itu pelanggan akan mulai mengenal produk dan memungkinkan konsumen untuk berlangganan.

Pengadaan diskon atau promo menjadi hal penting yang digunakan dalam pemasaran produk di Ngasinan Fashion Kediri. Hal tersebut karena masih banyaknya pelanggan yang menanti adanya diskon/promo dalam berbelanja kebutuhan. Pengadaan diskon/promo di Ngasinan Fashion Kediri dilakukan setiap adanya peringatan hari besar seperti hari raya, hari kemerdekaan, tahun baru, dll. Pemberian diskon produk di Ngasinan Fashion Kediri mulai dari 10% hingga 50% . Selain itu, dalam menarik minat pelanggan seringkali Ngasinan Fashion Kediri mengadakan promo produk seperti “Pembelian produk mencapai 100k mendapatkan Gift/Hadiah special (berlaku kelipatan)”. Pengadaan diskon/promo tersebut terbukti meningkatkan target penjualan produk di Ngasinan Fashion Kediri.

C. Problemaika Yang Ada Dan Alternatif Solusi Yang Dilakukan Di Ngasinan Fashion Kediri

Problematika yang masih sering terjadi dan alternatif solusi mengatasinya di Toko Ngasinan Fashion Kota Kediri, adalah sebagai berikut:

1. Kurang fasih akan teknologi dan inovasi terbaru.

Penjualan produk di Ngasinan Fashion Kota Kediri ini bisa dikatakan kurang maksimal dikarenakan lebih terfokus dalam penjualan secara langsung atau buka toko. Padahal penjualan secara langsung ini membuat target pasar menjadi terbatas, boros waktu, dan membutuhkan karyawan lebih banyak. Hal tersebut membuat rendahnya target penjualan produk yang ada di Ngasinan Fashion Kota Kediri.

Solusi untuk mengatasinya yaitu pelaku usaha harus peka terhadap perkembangan teknologi dan inovasi-inovasi terbaru dalam mengembangkan bisnisnya. Untuk mengoptimalkan target penjualan produk pengusaha harusnya memberikan pelatihan pada karyawan dan mengubah mindset untuk menjual produk dengan experience yang unik, menarik, dan berbeda sehingga merebut perhatian atau minat pelanggan. Penjualan secara online menggunakan media digital juga perlu ditingkatkan untuk mengimbangi tren maraknya belanja online. Hal tersebut diyakini efektif dalam proses peningkatan penjualan produk-produk yang ada di Ngasinan Fashion Kota Kediri.

2. Kurang jeli dalam melihat perkembangan tren.

Kurang jeli nya pemilik usaha dalam melihat perkembangan tren yang ada membuat produk-produk di Ngasinan Fashion Kota Kediri kurang laku di pasaran. Karena pada dasarnya masyarakat akan mengikuti tren yang ada. Dampak kurang jeli dalam melihat perkembangan tren menjadikan stok barang atau produk tidak laku hingga menumpuk. Hal tersebut apabila tidak segera diatasi akan berpengaruh pada perkembangan operasional toko

Ngasinan Fashion Kota Kediri bahkan akan membuat kerugian dalam jumlah besar hingga bangkrut.

Solusi untuk mengatasi hal tersebut yakni pengusaha, manajer, dan karyawan harus saling bekerjasama mengadakan evaluasi melihat perkembangan tren yang ada serta menentukan strategi yang tepat agar penjualan produk berjalan dengan optimal. Apabila banyak produk yang tidak laku atau ketinggalan tren, pengusaha dapat memberikan diskon untuk menarik pelanggan dan menghabiskan stok sehingga meminimalisir adanya kerugian. Selain itu, perlu adanya pengelolaan produk-produk secara berkala di Ngasinan Fashion Kota Kediri, agar pengusaha lebih cepat mengambil tindakan mengenai tindak lanjut produk apa saja yang harus dipesan, diproduksi, dan harus dihapuskan dari daftar produk di Ngasinan Fashion Kota Kediri.

3. Cacat produk dari distributor.

Cacat produk dari distributor juga merupakan problem yang sering dialami toko Ngasinan Fashion Kota Kediri. Hal ini terjadi karena pemesanan produk di Ngasinan Fashion Kota Kediri dilakukan dalam skala besar.

Solusi untuk mengatasinya yaitu menjalin hubungan baik dengan distributor. Selain itu, sebelum pemesanan produk perlu adanya perjanjian dan timbal balik yangimbang antara pengusaha dan distributor.

4. Kurangnya kerjasama antar karyawan.

Karyawan di Ngasinan Fashion Kota Kediri terlihat masih individual, jarang berkomunikasi, dan kurangnya kerjasama antar karyawan. Padahal kerjasama team (teamwork) sangat penting dalam keberlangsungan usaha toko Ngasinan Fashion Kediri.

Solusi untuk meningkatkan kerjasama antar karyawan di Ngasinan Fashion Kediri yaitu pengusaha harus mengadakan evaluasi secara berkala. Komunikasi terbuka antar karyawan dapat diterapkan agar mendapatkan

berbagai ide dan menumbuhkan rasa kebersamaan juga kekeluargaan untuk menjadikan usaha Ngasinan Fashion Kediri menjadi lebih baik.

5. Toko yang sepi pengunjung saat hari biasa, dan hanya ramai pada waktu tertentu seperti saat hari raya.

Problem yang terakhir ini pasti dirasakan oleh banyak usaha fashion di luar sana khususnya toko Ngasinan Fashion Kediri. Karena pada dasarnya sudah menjadi kebiasaan masyarakat hanya membeli produk pakaian pada saat lebaran hari raya. Hal tersebut membuat toko Ngasinan Fashion Kediri sepi pengunjung pada saat hari-hari biasa. Dampak lain yang ditimbulkan yakni penurunan omset pada penjualan produk di Ngasinan Fashion Kediri.

Solusi untuk mengatasi hal tersebut yakni pelaku usaha Ngasinan Fashion Kediri dapat mengadakan event-event fashion, memberi diskon produk di awal bulan dan atau hari-hari besar lainnya, mengadakan promosi secara langsung maupun online menggunakan media digital, memberikan gift/reward pada pelanggan, dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan optimal dalam memasarkan produk-produk yang ada di Ngasinan Fashion Kediri

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa ada beberapa masalah yang dihadapi oleh usaha kecil seperti toko, berikut solusinya, yaitu :

- a. Kurang fasih akan teknologi dan inovasi terbaru.

Solusi untuk mengatasinya yaitu pelaku usaha harus peka terhadap perkembangan teknologi dan inovasi-inovasi terbaru dalam mengembangkan bisnisnya

- b. Kurang jeli dalam melihat perkembangan tren.

Solusi untuk mengatasi hal tersebut yakni pengusaha, manajer, dan karyawan harus saling bekerjasama mengadakan evaluasi melihat perkembangan tren yang ada serta menentukan strategi yang tepat agar penjualan produk berjalan dengan optimal

- c. Cacat produk dari distributor.

Solusi untuk mengatasinya yaitu menjalin hubungan baik dengan distributor. Selain itu, sebelum pemesanan produk perlu adanya perjanjian dan timbal balik yangimbang antara pengusaha dan distributor.

d. Kurangnya kerjasama antar karyawan.

Solusi untuk meningkatkan kerjasama antar karyawan di Ngasinan Fashion Kediri yaitu pengusaha harus mengadakan evaluasi secara berkala. Komunikasi terbuka antar karyawan dapat diterapkan agar mendapatkan berbagai ide dan menumbuhkan rasa kebersamaan juga kekeluargaan untuk menjadikan usaha Ngasinan Fashion Kediri menjadi lebih baik.

e. Toko yang sepi pengunjung saat hari biasa, dan hanya ramai pada waktu tertentu seperti saat hari raya.

Solusi untuk mengatasi hal tersebut yakni pelaku usaha Ngasinan Fashion Kediri dapat mengadakan event-event fashion, memberi diskon produk di awal bulan dan atau hari-hari besar lainnya, mengadakan promosi secara langsung maupun online menggunakan media digital, memberikan gift/reward pada pelanggan, dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan optimal dalam memasarkan produk-produk yang ada di Ngasinan Fashion Kediri.

DAFTAR PUSTAKA

- Kancono. 2010. *Managemen Laboratorium IPA*. Bengkulu:Universitas Bengkulu.
- Fitrah, M. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Istiyono, W. A., & Rizal, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Restoran Mie Gacoan Cabang Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(2), 395-404.
- Muhammad, C. I., Santoso, M. B., & Zainudin, M. (2018). penetapan struktur organisasi dan tata kerja pada organisasi pelayanan sosial rumah cemara Kota Bandung. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(3), 424-432.
- Mamesah, A. M. C., & Lotje Kawet, V. P. K. L. (2016). *Pengaruh Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja, Dan Loyalitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Lpp Rri Manado*. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(3), 600-611. <https://doi.org/10.35794/emba.v4i3.14294>
- Mangkunagara, A. A. A. P. (2001). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Rosda karya.
- Nabawi, R. (2019). *Pengaruh Lingkungan Kerja, Kepuasan Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Pegawai*. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 2(2), 170-183. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i2.3667> homepage

Putri, R. L. (2016). Peningkatan Kualitas Produk Melalui Penerapan Prosedur dan Sistem Produksi: Studi Pada UD Wijaya Kusuma Kota Blitar. *Wahana Riset Akuntansi*, 4(2), 813-828.