

INTISARI

Toko Busana Muslim Kusuma merupakan toko yang menyediakan berbagai kebutuhan berbusana muslim wanita, mulai dari kerudung, pakaian, hingga pernak-pernik untuk mempercantik jilbab. Pembukaan toko ini dilakukan dengan adanya beberapa pertimbangan yang mendukung, seperti masih terbukanya peluang pasar, khususnya kelas *upper-middle* di daerah Ngluwar, karena terdapat peningkatan pendapatan per kapita dari tahun ke tahun. Selain itu, terdapat permintaan konsumen atas produk busana muslim berkualitas. Oleh karena itu, Toko Busana Muslim Kusuma aktif memulai operasionalnya pada bulan Januari 2016.

Pengembangan Toko Busana Muslim dilakukan dengan menerapkan strategi diferensiasi, yang terdiri atas: diferensiasi produk dengan menyediakan produk yang lebih bervariasi; diferensiasi pelayanan dengan menyediakan pelayanan yang dapat memberikan saran bagi pelanggan terkait produk yang sesuai, diferensiasi personil dilakukan dengan memberikan pelatihan dalam memberikan pelayanan yang baik pada pegawai, diferensiasi saluran dengan menggunakan lokasi yang mudah diakses oleh masyarakat luas dan lahan parkir yang nyaman; dan diferensiasi citra dengan *leaflet*, kartu nama dan banner.

Hasil praktek bisnis menunjukkan bahwa toko dapat menarik banyak konsumen yang berkunjung ke toko. Jumlah penjualan yang diperoleh selama tahun 2016 sebesar Rp172.175.500,- di mana jumlah tersebut melampaui target, yaitu Rp159.859.346,-. Jumlah pengunjung juga menunjukkan peningkatan dari bulan Oktober hingga Desember 2016. Berdasarkan penjualan tersebut, laba yang diperoleh Rp16.525.300, jumlah tersebut telah melampaui target business plan sebesar Rp4.607.846,-. Gap tersebut dapat terjadi karena produk toko memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk pesaing, di mana produk berasal dari supplier luar daerah Ngluwar, sehingga desain produk juga berbeda dan dapat menarik konsumen. Selain itu, jumlah pegawai yang dipekerjakan lebih sedikit dibanding business plan sehingga biaya gaji yang dikeluarkan lebih kecil. Peningkatan jumlah penjualan juga didukung dengan adanya promosi yang diberikan, seperti penyebaran *leaflet*, diskon, paket penjualan.

Terkait dengan Laporan Tugas Akhir ini, dapat direkomendasikan bahwa manajemen strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha yang serupa dapat memaksimalkan penggunaan media *online* dalam pengembangan citra toko. Hal tersebut dikarenakan saat ini banyak masyarakat telah menggunakan media *online*, khususnya media sosial, untuk mencari referensi produk yang ingin dibeli, dan juga melakukan transaksi jual beli. Promosi melalui media *online* tersebut lebih luas cakupannya sehingga diharapkan penjualan yang diperoleh dapat lebih tinggi.

Kata Kunci: Pengembangan UMKM, Manajemen Strategi Diferensiasi