BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Konfeksi Eva Indah Collection

Desa Botoran Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung merupakan Desa Sentra Industri Konfeksi, hampir sebagian besar penduduknya berwirausaha dibidang konfeksi rumahan. Namun dengan seiringnya perkembangan zaman berubah menjadi konfeksi yang memproduksi pakaian jadi salah satunya yaitu Konfeksi Eva Indah Collection berlokasi di Jln. Botoran Timur Gg. 04, No. 49C, RT. 04 RW. 01, Kec. Tulungagung, Kab. Tulungagung.

Usaha Konfeksi Eva Indah Collection ini awal berdirinya sejak tahun 1980 oleh Bapak H. Bustanul Arifin bersama istrinya yang dikaruniai tiga anak. Setelah istrinya Bapak H. Bustanul Arifin meninggal usaha konfeksinya dilanjutkan oleh anaknya nomer dua yaitu Bapak Firdaus bersama istrinya yaitu Ibu Novi Masruroh pada tahun 2010 sampai sekarang masih dipantau Bapak H. Bustanul Arifin tetapi yang bertanggungjawab dilapangan tetap anaknya yang nomer dua dan istrinya yaitu Bapak Firdaus dan Ibu Novi Masruroh, memiliki karyawan yang cukup banyak sekitar 55 orang sehingga per harinya bisa memproduksi ±150 pcs. Dalam industri Konfeksi Eva Indah Collection juga ada Visi dan Misi yaitu mensejahterakan mitra kerja.

Mengenai pemasaran produk di Konfeksi Eva Indah Collection yaitu offline dan online, terutama pemasaran onlinenya melalui Facebook "Konfeksi Eva Indah" dan Instagram "evaindah_collection". Hal tersebut bertujuan untuk mengefisien dalam hal menambah pemasukan usaha setiap hari atau bulannya, selain itu produk yang ada di Konfeksi Eva Indah Collection sudah dikenal sampai luar Jawa tidak hanya sekitar sini saja mengingat sekarang perkembangan zaman yang semakin canggih terutama alat komunikasi memudahkan para pengusaha untuk mempromosikan hasil produknya khususnya produk pakaian yang setiap harinya bisa berubah-ubah. Konfeksi Eva Indah Collection juga tidak lupa mementingkan kemampuan daya beli konsumen dan kualitas produknya.

Ada beberapa jenis produk yang diproduksi oleh Konfeksi Eva Indah Collection mulai dari kalangan anak-anak, dewasa laki-laki dan perempuan, diantaranya :

Tabel 4.1
Produk Konfeksi Eva Indah Collection

No.	Anak	Dewasa
1.	Gamis	Gamis
2.	Baju Koko	Baju Koko
3.	Mukena	Mukena
4.	-	Daster
5.	-	Pajamas / Piyama
6.	-	Jilbab
7.	Menerima pesanan seragam yasinan maupun seragam TPQ	

Sumber : Arsip Data Produk Konfeksi Eva Indah Collection 2021.

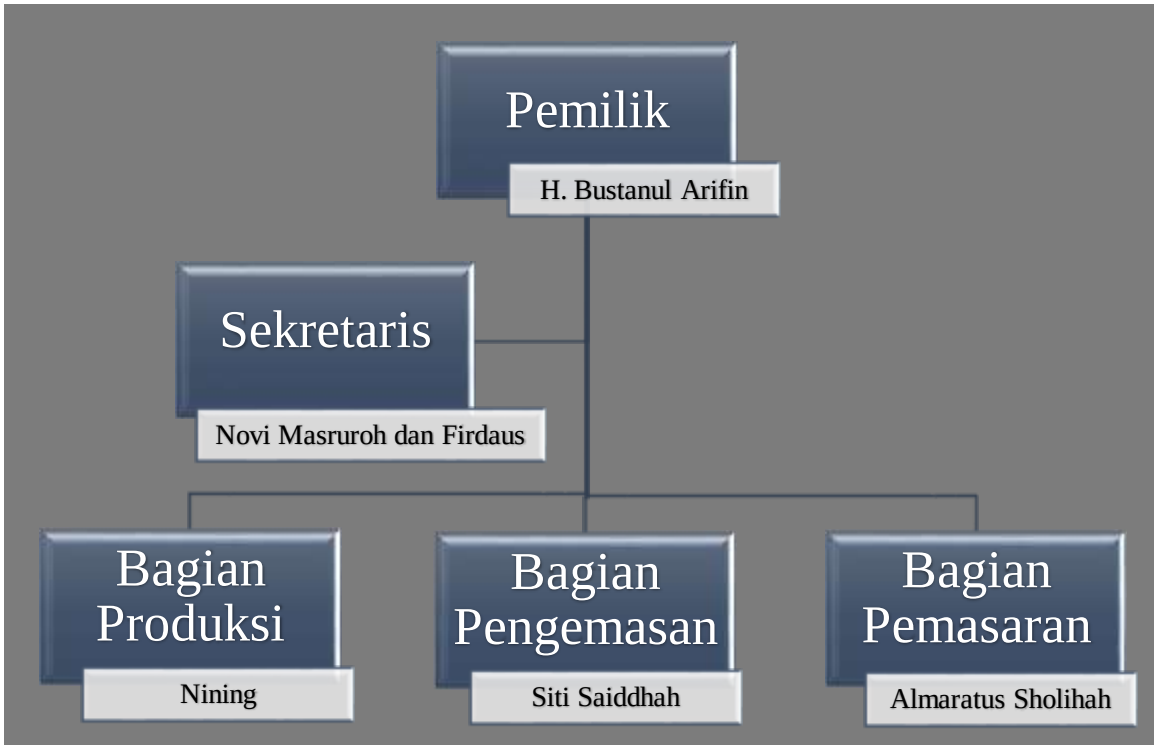
2. Struktur Organisasi Konfeksi Eva Indah Collection

Keberadaan struktur organisasi dalam sebuah usaha merupakan hal yang sangat penting dan berperan dalam rangka kelancaran sebuah proses

usahanya. Adapun struktur organisasi Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Konfeksi Eva Indah Collection



Sumber : Konfeksi Eva Indah Collection 2021.

Dari struktur organisasi Konfeksi Eva Indah Collection diatas semua pihak melaksanakan tugasnya masing-masing, selain itu mereka juga melakukan tugas marketing terhadap barang yang dijual dipasaran, melihat kondisi pasaran, mendistribusikan barang dan melakukan desain produk. Pada intinya semua pihak saling membantu satu sama lain. Sedangkan yang mengurus bagian keuangan dan pengawasan terhadap kinerja karyawan

adalah pemilik maupun sekretaris (menantu beserta anaknya yang nomer dua dari pemilik Konfeksi Eva Indah Collection).

Mengenai karyawan yang bekerja di Konfeksi Eva Indah Collection berjumlah 55 orang dan dibagi menjadi beberapa bagian yang memang mempunyai keahlian masing-masing. Dibawah ini data jumlah karyawannya :

Tabel 4.2
Data Jumlah Karyawan di Konfeksi Eva Indah Collection

No.	Bagian-Bagian Karyawan	Jumlah
1.	Bagian Produksi	40 Orang
2.	Bagian Pengemasan	10 Orang
3.	Bagian Pemasaran	5 Orang
Jumlah Keseluruhan		55 Orang

Sumber : Arsip Data Jumlah Karyawan Konfeksi Eva Indah Collection 2021.

Adapun uraian tugas-tugas karyawan Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

a. Bagian Produksi :
   1) Memotong kain.
   2) Menjahit pakaian.
   3) Mengobras pakaian dengan memberi motif yang bagus pada pakaian.
b. Bagian Pengemasan :
   1) Menyetrika pakaian.
   2) Melipat pakaian yang sudah disetrika.
   3) Membungkus pakaian ke dalam plastik.
   4) Memberi label Moslem Wear Eva Indah Collection.

c. Bagian Pemasaran :

1) Memasarkan produk lewat media sosial.
2) Melayani pembeli yang datang langsung ke Konfeksi Eva Indah Collection.
3) Membungkus barang yang akan dikirim lewat ekspedisi.
4) Mengatur semua proses pemasaran produk, akan tetapi tidak terjun dipasaran secara langsung.

3. Proses Penciptaan Produk

a. Dari lembaran kain dipotong sesuai ukuran yang dibutuhkan.
b. Pengobrasan, pada proses ini penjahit memberikan obrasan atau pemberian motif-motif yang sesuai, kalau bajunya bermotif bunga-bunga tidak perlu diberi motif-motif buatan lagi.
c. Setelah proses pengobrasan selesai, dilanjut dengan proses menjahit pakaian yang dikerjakan dengan mesin jahit yang menggunakan dinamo.
d. Apabila semua jahitan selesai, selanjutnya semua baju dirapikan dan disetrika.
e. Terakhir, baju yang selesai disetrika, selanjutnya dibungkus dengan menggunakan wadah plastik dan diberi label Moslem Wear Eva Indah Collection.

4. Cara Penentuan Harga Jual

Cara penentuan harga untuk setiap produk yang akan dipasarkan adalah pada setiap pemotongan kain yang digunakan untuk 1 potong baju

akan diperkirakan harga kainnya berapa karena setiap tahunnya harga kain tidak menentu. Ditambah dengan biaya untuk menjahit keseluruhan, biaya untuk bordil atau memberi aksen yang bagus pada setiap produknya, ditambah dengan setrika uap. Dan pengambilan keuntungan untuk usaha ini sebesar 15% disetiap produknya. Jadi, penentuan harga jual untuk setiap 1 potong pakaian akan dijumlahkan. Untuk penjualan grosir maupun ecer akan dibedakan harganya, yaitu untuk harga ecer akan ditambah 10.000 per 1 potong baju yang terjual sedangkan untuk harga grosir ke reseller kisaran 5.000.

5. Data Informan

Setelah peneliti datang ke lokasi objek penelitian yakni Konfeksi Eva Indah Collection yang terletak di Desa Botoran Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung. Peneliti mulai mencari tahu tentang adanya Konfeksi Eva Indah Collection dan melaksanakan wawancara dengan pemilik, karyawan, konsumen / reseller Konfeksi Eva Indah Collection tersebut. Adapun data pribadi dari informan, sebagai berikut :

a. Nama : Novi Masruroh

Status Pekerjaan : Sekretaris / Menantu dari Pemilik Konfeksi Eva Indah Collection

Usia : 35 Tahun

Agama : Islam

Alamat : Jln. Botoran Timur Gg. 04, No. 49C, RT. 04 RW. 01, Kec. Tulungagung, Kab. Tulungagung.

b. Nama : Siti Saiddhah

Status Pekerjaan : Karyawan Konfeksi Eva Indah Collection

Usia : 23 Tahun

Agama : Islam

Alamat : Ds. Temenggungan, Kec. Udan awu, Kabupaten Blitar.

c. Nama : Yayuk Nur Hayati

Status Pekerjaan : Konsumen / Reseller Konfeksi Eva Indah Collection

Usia : 31 Tahun

Agama : Islam

Alamat : Jln. Botoran Timur Gg. 03, No. 45C, RT. 03 RW. 01, Kec. Tulungagung, Kab. Tulungagung.

B. Temuan Penelitian

Dalam pertemuan ini peneliti mengawali tindakan dengan mendatangi langsung di Konfeksi Eva Indah Collection melakukan perkenalan terlebih dahulu, memberikan penjelasan terkait dengan adanya strategi diversifikasi produk konfeksi dalam meningkatkan omzet penjualan, selanjutnya observasi dan wawancara. Dimana hasil temuan penelitian ini disajikan oleh penulis sesuai dengan fokus penelitian yang didapatkan :

1. Temuan Tentang Perencanaan Strategi Diversifikasi Produk Konfeksi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan

Dalam sebuah industry pastinya mempunyai perencanaan terlebih dahulu sebelum berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Mulai dari visi misinya perusahaan, produk apa yang nantinya dipasarkan, targetnya siapa saja, pemasarannya bagaimana dan lain sebagainya. Hal tersebut juga dilakukan oleh Konfeksi Eva Indah Collection melakukan perencanaan terlebih dahulu. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

> *"Iya mbak memang benar sebuah industry pastinya harus mempunyai perencanaan terlebih dahulu, karena kalau tidak ada perencanaan dari awal pastinya industry tersebut tidak berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Mengenai perencanaannya konfeksi sini yang pertama yaitu menentukan visi misi perusahaan bagaimana karena hal tersebut sangat penting, yang kedua harus mengetahui lingkungan sekitar bagaimana mengingat sinikan memproduksi pakaian jadi disesuaikan dengan tren yang sangat ini digemari oleh masyarakat kalau tidak menyesuaikan nanti malah kalah saing dengan konfeksi yang lainnya dan yang terakhir yaitu harus mempertahankan eksistensi produk konfeksinya."*[1]

Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh Mbak Ida selaku karyawan dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

> *"Iya mbak, pastinya setiap industry mempunyai perencanaan dari awal terbentuknya sebuah industry contohnya saja di Konfeksi Eva Indah Collection sudah merencanakan produknya apa saja, targetnya siapa saja serta pemasarannya bagaimana."*[2]

Jadi, dapat disimpulkan dari kedua narasumber diatas bahwa perencanaan strategi yang ada di Konfeksi Eva Indah Collection yaitu

---

[1]Hasil wawancara dengan Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 17 Maret 2021, pukul 13.30 WIB.

[2]Hasil wawancara dengan Mbak Siti Saiddhah selaku karyawan Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 13 Maret 2021, pukul 13.00 WIB.

membuat visi misi terlebih dahulu karena hal tersebut sangat berpengaruh kedepannya buat industry tersebut bagaimana, menentukan produk pakaiannya seperti apa, target pemasarannya bagaimana dan lain sebagainya harus didiskusikan matang-matang mengingat produk pakaian dari hari ke harinya berubah-ubah serta selera setiap orang berbeda-beda mengenai produk pakaian.

2. Temuan Tentang Penerapan Strategi Diversifikasi Produk Konfeksi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan

Setiap perusahaan pastinya mempunyai strategi yang berbeda-beda supaya produk yang dihasilkan disukai oleh para konsumennya. Salah satunya Konfeksi Eva Indah Collection yang ada di Desa Botoran dari dahulu sampai sekarang menerapkan strategi diversifikasi produk atau mengembangkan produk konfeksinya tidak hanya satu atau dua produk saja melainkan ada banyak produk untuk mencegah kebosanan konsumen. Hal ini diungkapkan oleh Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

> *"Dari dulu sampai sekarang konfeksi sini sudah menerapkan strategi pengembangan atau diversifikasi, semisal yang kemarin covid-19 musimnya buat homedress seperti piyama sama daster yang ramai tapi kalau reapet stock untuk produk yang memang terus menerus laku kayak mukena itu nambah-nambah terus endak buat produk baru buato ya paling cuma beberapa model gitu. Untuk pemasarannya semua sama pakai online sama offline, dulu belum terlalu ramai online ya offline jadi bakul-bakul dari mertua masih tetep pesan disini dan ada juga yang keluar saya cari lagi bakul baru ya terkadang saya sales ke toko sendiri tapi sekarang Alhamdulillah sudah punya sales sendiri saya jarang keluar, sebagian bakul-bakul ya datang ke konfeksi ngambil produknya. Maka dari itu tidak*

menutup kemungkinan omzet penjualan akan terus meningkat setiap bulannya."[3]

Dari pernyataan diatas muncul pertanyaan "Apa tujuan dilakukannya strategi diversifikasi produk Konfeksi Eva Indah Collection?" yang selanjutnya dijawab oleh Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

"Jadi, tujuannya ya meningkatkan omzet penjualan selain itu mencegah kebosanan karena sinikan ada berbagai macam produk jadi konsumen bisa pesan yang diinginkan."[4]

Dalam pengembangan produk tentunya ada tahapan-tahapannya supaya produk tersebut bisa diterima masyarakat dengan baik terutama mengenai kualitasnya harus bagus dan harganya terjangkau. Hal tersebut diungkapkan oleh Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

"Untuk tahap-tahapannya saya terkadang melihat disosial media motif apa yang saat ini ramai dipasaran dan melayani produk sesuai permintaan konsumen, jadi saya jarang menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan saya sendiri."[5]

Salah satu alasan Konfeksi Eva Indah Collection melakukan pengembangan produk yaitu meningkatkan omzet penjualan, selain itu

---

[3]Hasil wawancara dengan Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 10.30 WIB.

[4]Hasil wawancara dengan Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 10.30 WIB.

[5]Hasil wawancara dengan Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 10.30 WIB.

mengikuti perkembangan fashion yang saat ini digemari masyarakat. Sehingga Konfeksi Eva Indah Collection memproduksi banyak produk diantaranya : daster, mukena anak sampai dewasa, koko anak sampai dewasa, gamis anak sampai dewasa, piyama, jilbab dan menerima pesanan seragam yasinan atau seragam TPQ. Tetapi diantara berbagai produk tersebut yang banyak diminati oleh konsumen saat ini adalah mukena karena sebentar lagi menjelang bulan suci Ramadhan. Hal tersebut diungkapkan oleh Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

> *"Untuk saat ini mukena sama homedress tapi sebelum covid-19 kemarin itu ramainya ya gamis-gamis atau busana muslim."*[6]

Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh Mbak Ida selaku karyawan dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

> *"Yang diminati dari produk konfeksi disini saat ini mukena, gamis sama daster."*[7]

Hal serupa juga diungkapkan oleh Mbak Yayuk selaku konsumen / reseller dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

> *"Kalau hari biasa ya mukena tapi ini mau menjelang ramadhan ya setelan baju muslim tergantung pesanan juga. Semisal ada konsumenku yang tanya ada mukena, ada baju muslim tak kasih rekomendasi produk yang ada di Eva Indah tapi kalau konsumenku minta yang lain aku ya cari yang lain soal.e resellerku enggak dek*

---

[6]Hasil wawancara dengan Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 10.30 WIB.

[7]Hasil wawancara dengan Mbak Siti Saiddhah selaku karyawan Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 23 Februari 2021, pukul 13.00 WIB.

konfeksi eva indah tapi dimana-mana sistemku juga enggak ambil produk banyak-banyak kalau ada pesanan saya ambil."[8]

Mengenai pengembangan produk konfeksi tentunya setiap perusahaan memiliki kelebihan yang berbeda-beda untuk menarik para konsumennya. Salah satunya di Konfeksi Eva Indah Collection yang mempunyai strategi dalam hal pemasaran agar produknya tetap disukai konsumennya semisal dari harganya atau produk yang dihasilkan bermacam-macam dengan kualitas yang bagus. Hal tersebut diungkapkan oleh Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

"Jadi, kelebihan konfeksi sini daripada yang lainnya yaitu harganya terjangkau selain itu biasanya konfeksi yang lain hanya produksi gamis-gamis atau busana muslim saja tapi konfeksi sini produksi berbagai macam produk seperti daster, mukena anak sampai dewasa, koko anak sampai dewasa, gamis anak sampai dewasa, piyama, jilbab dan menerima pesanan seragam yasinan atau seragam TPQ."[9]

Hal tersebut juga diperkuat oleh Mbak Yayuk selaku konsumen / reseller dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

"Kelebihan konfeksi Eva Indah harganya lebih terjangkau daripada konfeksi yang lain harganya lebih tinggi, semisal harga gamis diluaran 100.000 lebih sedangkan di konfeksi Eva Indah harganya 90.000 / 80.000 ada apalagi kalau barangnya tinggal dikit harga mesti dibawahnya dan ada sale juga pasti orang-orang / resellernya konfeksi Eva Indah banyak yang ngambil dengan hitungan detik langsung habis produk tersebut."[10]

---

[8]Hasil wawancara dengan Ibu Yayuk Nur Hayati selaku konsumen / reseller Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 15 Maret 2021, pukul 15.00 WIB.

[9]Hasil wawancara dengan Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 10.30 WIB.

[10]Hasil wawancara dengan Ibu Yayuk Nur Hayati selaku konsumen / reseller Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 15 Maret 2021, pukul 15.00 WIB.

Jadi, dapat disimpulkan dari ketiga narasumber diatas bahwa strategi yang dipakai oleh Konfeksi Eva Indah Collection adalah penambahan beberapa model yang ada kaitannya dengan produk sebelumnya hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan omzet penjualan selain itu produk yang dihasilkan bermacam-macam untuk mencegah kebosanan para konsumen karena perkembangan fashion sekarang berubah-ubah. Mengenai harga tentunya terjangkau daripada konfeksi yang lainnya karena Konfeksi Eva Indah Collection sangat memperhatikan kualitas produknya.

3. Temuan Tentang Pengawasan Terhadap Strategi Diversifikasi Produk Konfeksi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan

Dalam melakukan pengembangan produk tentunya akan melewati beberapa tahap strategi pada industry yaitu mulai perencanaan, penerapan dan yang terakhir pengawasan. Dengan adanya pengawasan tersebut akan menguntungkan bagi para konsumen bahwasanya produk yang telah dibeli sudah dilakukan pengecekan terlebih dahulu layak atau tidak dipasarkan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

> *"Benar mbak, dalam pengembangan produk tentunya ada pengawasan terlebih dahulu dimana pengawasan itu terdiri dari kualitas bahannya bagaimana bagus tidak, pemasarannya bagaimana baik online ataupun offline stabil tidak kalau tidak stabil per bulannya kami pihak konfeksi mempunyai cara tersendiri agar menarik para konsumen ingin membelinya dengan cara diadakan diskon serta harganya terjangkau. Meskipun diberikan diskon dan harganya terjangkau daripada konfeksi lainnya tetapi mengenai*

kualitas bahannya tetap nomer satu sini demi kepuasan para pelanggan.”[11]

Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh Mbak Ida selaku karyawan dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

“Iya mbak, pengawasan dalam pengembangan produk juga dilakukan disini terutama mengenai kualitas bahannya karena itu sangat penting jika bahannya tidak bagus otomatis pihak konfeksi sudah ada yang complain dari pelanggan mengenai bahannya tetapi disini Alhamdulillah belum ada karena ya itu tadi menjaga kualitas bahannya.”[12]

Jadi, dapat disimpulkan dari kedua narasumber diatas bahwa pengawasan strategi yang ada di Konfeksi Eva Indah Collection yaitu terutama mengenai kualitas bahannya bagus apa tidak. Jika dirasa bahannya kurang bagus pihak Konfeksi Eva Indah tidak membelinya, yang kedua pemasarannya bagaimana baik online ataupun offline stabil atau tidak per bulannya. Sehingga pihak konfeksi Eva Indah Collection mempunyai cara tersendiri agar menarik para konsumen supaya ingin membeli produknya dengan cara diadakan diskon serta harganya terjangkau. Meskipun diberikan diskon dan harganya terjangkau daripada konfeksi lainnya tetapi mengenai kualitas bahannya tetap nomer satu demi kepuasan para pelanggan.

---

[11]Hasil wawancara dengan Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 17 Maret 2021, pukul 13.30 WIB.

[12]Hasil wawancara dengan Mbak Siti Saiddhah selaku karyawan Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 13 Maret 2021, pukul 13.00 WIB.

4. Temuan Tentang Dampak Yang Ditimbulkan Ketika Menerapkan Strategi Diversifikasi Produk Konfeksi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan

Dalam pengembangan produk di Konfeksi Eva Indah Collection tidak dapat dipungkiri akan ada beberapa dampak yang muncul ketika menerapkan strategi diversifikasi produk konfeksi baik dampak positif maupun dampak negatif. Mengenai dampak positifnya seperti yang diungkapkan oleh Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

> *"Jadi, sebelum Desa Botoran ini dikenal sebagai industry konfeksi diberbagai wilayah luar Jawa maupun luar kota masyarakatnya rata-rata menjadi ibu rumah tangga dengan perkembangan zaman penduduk sekitar ada yang membuka usaha konfeksi salah satunya mertua saya. Dari situlah awal mulanya mertua saya membuka toko pakaian di Pasar Wage tetapi itu bertahan kurang lebih 1 tahun karena ada beberapa hal yang tidak bisa dipertahankan, setelah itu mertua saya membuka usaha konfeksi sendiri dirumah sampai sekarang dengan jumlah karyawan yang lumayan banyak. Sehingga dampak positifnya yaitu menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar selain itu dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan pada konfeksipun berimbas juga seperti pendapatan penjualan meningkat dan menambah keanekaragaman produk konfeksi tidak hanya satu atau dua macam produk saja setiap tahunnya."*[13]

Mengenai data penjualannya setiap tahun mengalami peningkatan akan tetapi 1 tahun belakangan ini mengalami penurunan, tetapi hal tersebut bisa diminimalisir dengan baik oleh Konfeksi Eva Indah Collection. Berikut ini hasil pernyataan yang diungkapkan oleh Ibu Novi Masruroh selaku

[13]Hasil wawancara dengan Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 10.30 WIB.

sekretaris dari Konfeksi Eva Indah Collection mengenai data diversifikasi produk penjualan Konfeksi Eva Indah Collection Tahun 2017-2020, sebagai berikut :[14]

Tabel 4.3
Data Diversifikasi Produk Penjualan Konfeksi Eva Indah Collection Tahun 2017-2020

Tahun	Produk	Ukuran	Omzet Penjualan (Rp)	Rata-Rata Per Bulan (Rp)
2017	➢ Mukena ➢ Koko ➢ Gamis ➢ Daster ➢ Jaket	➢ Anak-anak ➢ Dewasa	500.000.000	42.000.000
2018	➢ Mukena ➢ Koko ➢ Gamis ➢ Daster ➢ Piyama ➢ Seragam yasinan / Seragam TPQ	➢ Anak-anak ➢ Dewasa	615.000.000	56.000.000
2019	➢ Mukena ➢ Koko ➢ Gamis ➢ Daster ➢ Piyama ➢ Seragam yasinan / Seragam TPQ ➢ Jilbab	➢ Anak-anak ➢ Dewasa	750.000.000	62.500.000
2020	➢ Mukena ➢ Koko ➢ Gamis ➢ Daster ➢ Piyama ➢ Seragam yasinan / Seragam TPQ ➢ Jilbab ➢ Jasa Menjahit	➢ Anak-anak ➢ Dewasa	620.000.000	52.000.000

Sumber : Data yang diolah dari hasil wawancara Konfeksi Eva Indah Collection.

[14]Hasil wawancara dengan Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 17 Maret 2021, pukul 13.30 WIB.

Jika dilihat dari tabel 4.3 Konfeksi Eva Indah Collection sudah melakukan diversifikasi atau pengembangan produk setiap tahunnya dan omzet penjualan pun mengalami peningkatan atau signifikan akan tetapi 1 tahun belakangan ini pada tahun 2020 mengalami penurunan omzet penjualan dikarenakan covid-19 toko pakaian ada beberapa yang tutup sementara, hal tersebut bisa diminimalisir dengan baik oleh Konfeksi Eva Indah Collection seperti tetap mempromosikan produknya melalui media online supaya tetap berjalan atau mengadakan diskon meskipun tidak banyak.

Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh Mbak Ida selaku karyawan dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

> *"Memang benar dampak positifnya yaitu menciptakan lapangan pekerjaan, dengan adanya konfeksi di Desa Botoran ini sangat membantu serta berpengaruh besar kepada masyarakat sekitar dan di luar Tulungagung dalam hal mencari pekerjaan."*[15]

Dari pernyataan diatas muncul pertanyaan "Bagaimana strategi diversifikasi produk tersebut berdampak positif bagi masyarakat?" yang selanjutnya dijawab oleh Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

> *"Menurut saya dampak positif yang dirasakan masyarakat melalui keanekaragaman produk disini ya itu tadi menciptakan lapangan pekerjaan yang sudah sesuai dengan visi dan misi Konfeksi Eva Indah Collection yaitu mensejahterakan mitra kerja yang semula pengangguran sekarang punya pekerjaan tetap akan tetapi setahun*

[15]Hasil wawancara dengan Mbak Siti Saiddhah selaku karyawan Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 23 Februari 2021, pukul 13.00 WIB.

belakangan ini sedikit pengurangan karyawan karena mengingat masih covid-19."[16]

Hal tersebut juga diperkuat oleh Mbak Ida selaku karyawan dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

"Ya memang benar berdampak positif sebagai contoh saya sendiri ini berasal dari Blitar, yang saya rasakan ada peningkatan yang dulunya saya pengangguran setelah lulus SMA sekarang punya pekerjaan tetap dikonfeksi sini bagian pengemasan serta pendapatan saya meningkat sehingga dapat memenuhi kebutuhan keluarga. Selain itu disini karyawannya juga tidak berasal dari Tulungagung saja melainkan dari Blitar dan Trenggalek."[17]

Jadi, dapat disimpulkan dari kedua narasumber diatas bahwa dampak positifnya yaitu menciptakan lapangan pekerjaan yang sudah sesuai dengan visi dan misi di Konfeksi Eva Indah Collection adalah mensejahterakan mitra kerja yang semula pengangguran sekarang punya pekerjaan tetap untuk masyarakat sekitar serta masyarakat yang ada diluar Tulungagung seperti Blitar dan Trenggalek. Selain itu dapat meningkatkan pendapatan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan pada konfeksipun berimbas juga seperti pendapatan penjualan meningkat setiap tahunnya akan tetapi 1 tahun belakangan ini mengalami penurunan diakibatkan masih ada covid-19 sehingga untuk pengiriman barang diluar Jawa maupun luar kota ditutup sementara dan mengenai produk konfeksinya bisa ditambah tidak hanya satu atau dua macam produk saja melainkan ada beberapa produk.

---

[16]Hasil wawancara dengan Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 10.30 WIB.

[17]Hasil wawancara dengan Mbak Siti Saiddhah selaku karyawan Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 23 Februari 2021, pukul 13.00 WIB.

Dalam pengembangan produk selain berdampak positif juga muncul dampak negatifnya seperti yang diungkapkan oleh Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

"Untuk dampak negatifnya dilingkungan sekitar belum ada karena disini rata-rata usahanya konfeksi semua."[18]

Hal serupa juga diungkapkan oleh Mbak Ida selaku karyawan dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

"Untuk dampak negatifnya dari lingkungan sekitar sini insyaallah tidak ada soalnya sini kebanyakan usahanya konfeksi semua."[19]

Dari pernyataan diatas muncul pertanyaan "Solusi apa saja yang diterapkan dalam mengatasi dampak negatif dengan adanya penerapan strategi diversifikasi produk?" yang selanjutnya dijawab oleh Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

"Ya, karena belum ada dampak negatifnya belum ada solusinya."[20]

Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh Mbak Ida selaku karyawan dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

"Dampak negatifnya tidak ada jadi belum ada solusinya."[21]

---

[18]Hasil wawancara dengan Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 10.30 WIB.

[19]Hasil wawancara dengan Mbak Siti Saiddhah selaku karyawan Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 23 Februari 2021, pukul 13.00 WIB.

[20]Hasil wawancara dengan Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 10.30 WIB.

[21]Hasil wawancara dengan Mbak Siti Saiddhah selaku karyawan Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 23 Februari 2021, pukul 13.00 WIB.

Jadi, dapat disimpulkan dari kedua narasumber diatas bahwa dampak negatif beserta solusinya untuk lingkungan sekitar sampai sekarang belum ada solusinya karena belum ada dampaknya. Mengingat rata-rata masyarakat di Desa Botoran dan sekitarnya usahanya dibidang konfeksi semua sehingga hal tersebut tidak berpengaruh ke dampak negatif, justru malah berpotensi baik untuk lebih dikembangkan mengingat sekarang fashion pakaian berubah-ubah dari hari ke harinya.

5. Temuan Tentang Kendala Apa Saja Yang Ditemui Saat Menerapkan Strategi Diversifikasi Produk Konfeksi Beserta Solusinya

Dalam pengembangan produk konfeksi di Eva Indah Collection memiliki kendala yang harus diatasi dan diselesaikan baik dari internal maupun eksternal. Kendala yang sering dialami dalam pengembangan produk konfeksi di Eva Indah Collection yaitu bahan motif habis dipabrik atau toko (ketersediaan bahan), modal maupun pesaingnya. Hal ini diungkapkan oleh Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

> *"Jadi kendala eksternalnya disini ketersediaan bahan sama pesaing mbak. Semisal pesanan produk dionline, motif habis ditoko tidak bisa reapet stock lagi. Ketika konsumen mau pesan motif itu dionline habis ya tidak bisa restock lagi jalan satu-satunya motif itu habis ganti motif lainnya tapi kalau yang poloskan dari pabrik atau toko masih bisa untuk direstock. Kendalanya disitu tapi kadang kalau kita masih coba-coba langsung beli kain banyak itu kadang cepat laku kadang tidak plus minusnya itu masih raba-raba jadi coba sedikit kalau laku terpaksa ya ganti motif dengan model yang sama. Sehingga hal tersebut juga berpengaruh kepada para pesaing yang berlomba-lomba mengeluarkan produknya dengan kualitas yang bagus. Sedangkan kendala internalnya yaitu modal, dulu reseller dari mertua saya mengenai pelunasan pembayarannya ada yang*

sampai 1 tahun jadi sempat bingung gimana caranya biar tetap produksi."[22]

Untuk mengatasi berbagai kendala yang dijelaskan oleh informan diatas baik internal maupun eksternalnya pihak Konfeksi Eva Indah Collection mengupayakan berbagai cara agar tetap produksi konfeksinya sampai sekarang. Hal tersebut diungkapkan oleh Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

"Untuk solusi dari kendala eksternal ya itu tadi saya coba sedikit dulu kalau memang laku dan ternyata bahannya habis dengan motif itu kami rayu-rayu pembeli agar tetap laku produknya. Sedangkan untuk solusi dari kendala internal yaitu setiap pelunasan pembayarannya tetap sama sistemnya seperti mertua saya tapi jangkau waktunya kami batasi antara 2 sampai 4 bulan."[23]

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kendalanya terdapat dibahan produk yang ada motifnya habis dipabrik atau toko sehingga Konfeksi Eva Indah Collection tidak bisa reapet stock lagi dengan motif yang sama melainkan harus ganti motif yang lain tetapi dengan model yang sama sebelumnya dan untuk bahan produk yang polos dipabrik atau toko masih bisa untuk restock. Sehingga hal tersebut juga berpengaruh pada pesaing baru dan modalnya. Mengenai solusinya Konfeksi Eva Indah Collection membeli kain motif sedikit dulu melainkan tidak banyak terkadang konsumen cukup bosan dengan motif itu-itu saja jadi divariasi untuk mencegah kebosanan konsumen. Mengenai modalnya sendiri pihak Konfeksi Eva Indah

[22]Hasil wawancara dengan Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 10.30 WIB.

[23]Hasil wawancara dengan Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 10.30 WIB.

Collection sedikit merubah sistem pelunasan pembayarannya yang awalnya ada yang sampai 1 tahun sekarang antara 2 sampai 4 bulan.

Setiap perusahaan tentunya akan mempertahankan kualitas di setiap produknya khususnya dibidang fashion, karena hal tersebut sangat berpengaruh pada pangsa pasar serta omzet penjualan diperusahaan mengingat sekarang serba canggih teknologinya sehingga ada berbagai macam cara yang dilakukan perusahaan supaya menarik konsumen produk yang ditawarkan yaitu dengan pemberian discount. Dari pernyataan tersebut muncul pertanyaan "Bagaimana pengetahuan pemilik terhadap pentingnya upaya meningkatkan omzet penjualan?" Hal tersebut diungkapkan oleh Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

> *"Jadi cara meningkatkan omzet penjualan disini yaitu memfoto setiap produk sekarangkan musimnya online ya dibuatkan grop, iklan di instagram dan facebook supaya produknya dikenal baik local, luar kota bahkan luar Jawa. Selain itu dulu pemasarannya cuma offline jadi orang kesini karena masuk gangpun enggak semua orang tau dan bisa lewat sale / diskon tertentu untuk menarik konsumen."*[24]

Mengenai ide pengembangan produk disetiap perusahaan terkadang muncul dari beberapa orang yang ada diperusahaan atau ide itu dari para konsumen khususnya dibidang fashion yang setiap harinya pasti berubah-ubah. Dari pernyataan tersebut muncul pertanyaan "Apakah pengembangan produk tersebut didapatkan dari para pesaing yang sama memproduksi produk konfeksi atau para konsumen?" Hal tersebut diungkapkan oleh Ibu

[24]Hasil wawancara dengan Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 10.30 WIB.

Novi Masruroh selaku sekretaris dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

"Untuk pengembangan produk disini terkadang ya permintaan dari konsumen suruh buat produk ini atau ada yang pesan sesuai requestnya."[25]

Pernyataan yang sama juga diungkapkan oleh Mbak Yayuk selaku konsumen / reseller dari Konfeksi Eva Indah Collection, sebagai berikut :

"Ya namanya ide pengembangan terkadang dari konsumenku sendiri karena setiap harinya produk pakaian yang disukai konsumen bisa berubah-ubah."[26]

Jadi, dapat disimpulkan dari kedua narasumber diatas bahwa upaya dalam meningkatkan omzet penjualan dengan cara memfoto produk tersebut maupun dengan diberikan diskon tertentu untuk menarik para konsumen. Selain itu pengembangan produk di Konfeksi Eva Indah Collection didapat dari para konsumen tetapi ada juga ide dari pihak konfeksi sendiri.

---

[25]Hasil wawancara dengan Ibu Novi Masruroh selaku sekretaris Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 20 Februari 2021, pukul 10.30 WIB.

[26]Hasil wawancara dengan Ibu Yayuk Nur Hayati selaku konsumen / reseller Konfeksi Eva Indah Collection, pada tanggal 15 Maret 2021, pukul 15.00 WIB.

C. Analisis Data

1. Perencanaan Strategi Diversifikasi Produk Konfeksi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan

Dalam sebuah industry pastinya mempunyai perencanaan terlebih dahulu sebelum dijalankan sesuai dengan apa yang diharapkan. Mulai dari visi misinya perusahaan bagaimana karena hal tersebut sangat penting, mengetahui lingkungan sekitar bagaimana mengingat sekitar daerah Botoran ada banyak yang memproduksi pakaian jadi disesuaikan produk apa yang sangat ini sedang digemari masyarakat dipasaran, targetnya siapa saja semisal dari kalangan anak-anak sampai orang dewasa atau dari kalangan remaja saja, pemasarannya bagaimana melalui online atau offline juga diperhatikan mengingat sekarang perkembangan digital semakin canggih dan harus mempertahankan eksistensi produk konfeksinya karena kalau tidak mempertahankannya nanti kalah saing dengan produk lainnya. Maka hal tersebut juga dilakukan oleh Konfeksi Eva Indah Collection membuat perencanaan terlebih dahulu guna untuk meminimalisir adanya hal-hal yang kurang baik pada saat proses produksi berlangsung.

2. Penerapan Strategi Diversifikasi Produk Konfeksi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan

Dari hasil observasi dan wawancara oleh beberapa informan yang telah dilakukan pada Konfeksi Eva Indah Collection maka dapat diketahui bahwa strategi pengembangan yang diterapkan yaitu menggunakan strategi diversifikasi produk atau penambahan beberapa model yang ada kaitannya

dengan produk sebelumnya dan mengenai pangsa pasarnya tetap sama semua memakai offline maupun online. Strategi diversifikasi produk sendiri merupakan salah satu bentuk upaya untuk menambah keanekaragaman produk yang dihasilkan oleh Konfeksi Eva Indah Collection tidak hanya satu atau dua produk melainkan ada banyak produk. Selain itu, tujuannya untuk meningkatkan omzet penjualan dan mencegah kebosanan konsumen terhadap produk pakaian.

Dalam pengembangan produk tentunya ada tahapan-tahapan yang dilakukan oleh Konfeksi Eva Indah Collection yaitu untuk tahap-tahapannya pihak konfeksi biasanya melihat disosial media motif apa yang saat ini ramai dipasaran dan melayani produk sesuai permintaan konsumen, sehingga mereka jarang menciptakan produk yang sesuai dengan keinginannya. Mengenai produk konfeksi yang dihasilkan tersebut bisa diterima masyarakat dengan baik terutama mengenai kualitas produknya bagus dan harganya terjangkau karena Konfeksi Eva Indah Collection sangat memperhatikan hal itu.

Adapun beberapa produk di Konfeksi Eva Indah Collection yang diproduksi, diantaranya : daster, mukena anak sampai dewasa, koko anak sampai dewasa, gamis anak sampai dewasa, piyama, jilbab dan menerima pesanan seragam yasinan maupun seragam TPQ. Tetapi diantara berbagai produk tersebut yang banyak diminati oleh konsumen maupun resellernya saat ini adalah mukena karena sebentar lagi menjelang bulan suci

Ramadhan, selain itu sebelum covid-19 kemarin ramainya gamis-gamis atau busana muslim.

Lalu mengenai pengembangan produk konfeksi tentunya setiap perusahaan memiliki kelebihan yang berbeda-beda untuk menarik para konsumen maupun resellernya. Salah satunya di Konfeksi Eva Indah Collection yang mempunyai strategi dalam hal pemasaran agar produknya tetap disukai konsumennya semisal dari harganya lebih terjangkau daripada produk konfeksi yang lainnya atau produk yang dihasilkan di Konfeksi Eva Indah Collection bermacam-macam dengan kualitas yang bagus sedangkan di konfeksi lain biasanya hanya memproduksi satu atau dua macam saja.

3. Pengawasan Terhadap Strategi Diversifikasi Produk Konfeksi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan

Dalam melakukan pengembangan produk tentunya akan melewati beberapa tahap strategi pada industry yaitu mulai dari perencanaan, penerapan dan yang terakhir pengawasan. Dengan adanya pengawasan tersebut akan menguntungkan bagi para konsumen bahwasanya produk yang telah dibeli sudah dilakukan pengecekan terlebih dahulu layak atau tidak dipasarkan. Sehingga di Konfeksi Eva Indah Collection pengawasan itu terdiri dari kualitas bahannya bagaimana bagus apa tidak jika dirasa bahannya kurang bagus pihak Konfeksi Eva Indah tidak membelinya, pemasarannya bagaimana baik online ataupun offline stabil atau tidak per bulannya semisal tidak stabil pihak konfeksi mempunyai cara tersendiri agar menarik para konsumen produk yang dibuatnya dengan cara diadakan

diskon serta harganya terjangkau. Meskipun diberikan diskon dan harganya terjangkau daripada konfeksi lainnya tetapi mengenai kualitas bahannya tetap nomer satu demi kepuasan para pelanggan.

4. Dampak Yang Ditimbulkan Ketika Menerapkan Strategi Diversifikasi Produk Konfeksi Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan

Dengan adanya pengembangan produk di Konfeksi Eva Indah Collection tentu saja dapat memberikan dampak positif baik untuk masyarakat sekitar maupun untuk Konfeksi Eva Indah Collection sendiri. Mengenai dampak positifnya yaitu menciptakan lapangan pekerjaan yang sudah sesuai dengan visi dan misi di Konfeksi Eva Indah Collection adalah mensejahterakan mitra kerja yang semula pengangguran sekarang punya pekerjaan tetap untuk masyarakat sekitar Tulungagung dan di luar Tulungagung seperti Blitar dan Trenggalek dalam hal mencari pekerjaan sehingga secara tidak langsung keberadaan konfeksi yang ada di Desa Botoran dan sekitarnya dapat membantu Pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran.

Selain itu, berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari dan pada konfeksipun berimbas juga seperti pendapatan penjualan meningkat setiap tahunnya akan tetapi 1 tahun belakangan ini mengalami penurunan diakibatkan masih covid-19 sehingga pesanan produk pakaian di luar Jawa maupun luar kota ditutup sementara. Hal tersebut bisa diminimalisir oleh Konfeksi Eva Indah Collection seperti pengurangan karyawan dan dampak positif yang

lainnya yaitu menambah keanekaragaman produk konfeksi untuk mencegah kebosanan konsumen.

Mengenai dampak positif tentunya dalam pengembangan produk juga muncul dampak negatifnya. Namun, di Konfeksi Eva Indah Collection belum menemukan dampak negatif yang ada dilingkungan sekitar. Mengingat rata-rata masyarakat di Desa Botoran dan sekitarnya usahanya dibidang konfeksi semua sehingga hal tersebut tidak berpengaruh ke dampak negatif, justru malah berpotensi baik untuk lebih dikembangkan mengingat sekarang fashion pakaian berubah-ubah dari hari ke harinya.

5. Kendala Apa Saja Yang Ditemui Saat Menerapkan Strategi Diversifikasi Produk Konfeksi Beserta Solusinya

Dalam pengembangan produk pastinya ada kendala yang harus diatasi dan diselesaikan salah satunya di Konfeksi Eva Indah Collection, kendala dari eksternalnya sendiri yaitu bahan produk bermotif habis sehingga para konsumen maupun reseller yang memesan produk ada motifnya secara online maupun offline seperti mukena bermotif bunga-bunga, batik dan lain sebagainya, piyama bermotif janda bolong yang saat ini tanaman tersebut sedang disukai masyarakat, gamis bermotif batik, loreng-loreng dan lain sebagainya tidak bisa memesannya karena stocknya habis ataupun terbatas.

Mengenai bahan produk bermotif tersebut habis dipabrik atau toko tidak bisa repeat stock lagi jalan satu-satunya ganti motif lainnya dengan model yang sama sebelumnya tetapi untuk bahan produk yang polos dari

pabrik atau toko masih ada untuk direstock. Selain itu, kendalanya terkadang pihak Konfeksi Eva Indah Collection terlanjur membeli kain motif ataupun polos banyak untuk memproduksi produknya sehingga antara produknya cepat laku dan tidak plus minusnya disitu masih coba-coba. Sehingga hal tersebut berpengaruh juga pada para pesaing baru yang mempunyai kesempatan untuk mengeluarkan produknya. Sedangkan untuk kendala internalnya dilihat dari modal, hal ini sangat berpengaruh untuk keberlangsungan di Konfeksi Eva Indah Collection karena untuk membiayai semua kegiatan produksinya.

Mengenai solusinya pihak Konfeksi Eva Indah Collection mengupayakan untuk membeli bahannya sedikit dulu melainkan tidak banyak terkadang konsumen cukup bosan dengan motif itu-itu saja jadi divariasi untuk mencegah kebosanan konsumen. Semisal produknya laris dan ternyata bahannya habis dengan motif itu pihak Konfeksi Eva Indah Collection merayu-rayu pembelinya agar tetap membeli produknya akan tetapi dengan motif yang lainnya. Selain itu, untuk menghindari keterlambatan pembayaran pada saat memesanan produk pihak Konfeksi Eva Indah Collection juga memberikan jangka waktu antara 2 sampai 4 bulan.

Selain itu, setiap perusahaan dalam pengembangan produk tentunya memiliki berbagai upaya untuk meningkatkan omzet penjualan salah satunya memunculkan suatu ide baru dari beberapa orang yang ada diperusahaan atau ide itu dari para konsumen produk apa yang saat ini

disukai masyarakat. Setelah itu produknya diproses tentunya Konfeksi Eva Indah Collection akan mempertahankan kualitas di setiap produknya, karena hal tersebut sangat berpengaruh pada pangsa pasar terutama pada konsumen yang berubah-ubah mengenai fashionnya serta meningkatkan omzet penjualan diperusahaan mengingat sekarang serba canggih teknologinya ada berbagai macam cara yang dilakukan perusahaan supaya menarik konsumen produk yang ditawarkan yaitu melalui discount hal tersebut juga digunakan pada Konfeksi Eva Indah Collection. Selain itu, pemasarannya juga melalui online lewat aplikasi instagram dan facebook supaya produknya dikenal baik local, luar kota bahkan luar Jawa.