

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Profil Perusahaan

1. Sejarah singkat Perusahaan

Umkm produksi kebaya *Selshop Galery* ini berdiri dari tahun 2019. Adapun umkm *Selshop Galery* ini dimiliki oleh Ibu Purwanti. Sebenarnya sebelum mendirikan tempat usaha sendiri Ibu Purwanti dahulu hanyalah seorang reseller produk kebaya milik temannya dengan modal yang sangat sedikit yaitu Rp 200.000 saja. Tetapi seiring dengan berjalannya waktu Ibu Purwanti mendapatkan pesanan kebaya yang lumayan banyak, membuat Ibu Purwanti kuwalahan jika hanya mengambil produk kebaya dari temannya tersebut, sebab teman dari Ibu Purwanti tersebut juga mempunyai beberapa reseller. Akhirnya dengan bermodalkan pengetahuan yang beliau miliki Ibu Purwanti memutuskan untuk membuka tempat usahanya sendiri yang diberi nama *Selshop Galery*.

Kini UMKM *Selshop Galery* milik Ibu Purwanti sudah berjalan hampir 2 tahun dan sudah memiliki beberapa karyawan. Di tengah usaha Ibu Purwanti mengembangkan usahanya Ibu Purwanti banyak sekali mendapatkan halangan serta rintangan, salah satu halangan terbesar yang beliau hadapi ialah mewabahnya virus Covid – 19 di tahun 2020, yang merugikan banyak orang. Sehingga banyak sekali UMKM yang mengalami kerugian karena menurunnya pembelian.

Hal tersebut juga berakibat UMKM banyak yang mengalami gulung tikar. Tetapi Ibu Purwanti sangat bersyukur dapat bertahan sampai saat ini dan dapat terus memberikan pelayanan yang terbaik bagi para customernya.

Di masa awal pandemi sampai sekarang Ibu Purwanti terus memikirkan strategi – strategi baru untuk tetap bertahan di tengah situasi pandemi yang tak kunjung usai. Ibu purwanti bahkan samapi rela mensurvey satu per satu toko kain yang ada di kota nya agar mendapatkan harga kain lumayan murah, agar nantinya kebaya yang di produksi Ibu Purwanti mempunyai harga terjangkau tetapi tetap mengutamakan kualitas yang baik. Masih ada strategi lain yang Ibu Purwanti persiapkan guna meningkatkan volume penjualan seperti pengembangan desain produk yang tentunya akan dibahas pada penelitian kali ini. Adapun letak UMKM *Selshop galery* ialah sebagai berikut:

Nama Perusahaan : UMKM Selshop Galery

Nama Pemilik : Purwanti

Alamat Perusahaan : Ds. Sumberejo Kulon,

RT 01/ Rw 06, Dusun.krajan, Kec.

Sumberejo Kulon

Kabupaten : Tulungagung

Provinsi : Jawa Timur

No Telp : 085 812 635 719

2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi sangat diperlukan dalam sebuah perusahaan, sebab dengan adanya struktur organisasi maka semua orang yang terlibat di dalam perusahaan akan mengerti akan tugasnya masing – masing. Berikut ialah struktur organisasi *UMKM Selshop Galery*:

Owner/ pemilik : Purwanti

Admin : Aditya

Penjahit : 1) Hesti

2) Rini

B. Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi, maka peneliti menemukan beberapa informasi mengenai *UMKM Selshop Galery* sebagai berikut:

1. Produk – Produk *UMKM Selshop Galery*

Sebuah usaha atau perusahaan pastinya mempunyai produk yang nantinya akan diperjual belikan di pasaran. Maka selanjutnya kita kan membahas tentang produk – produk yang diproduksi oleh *UMKM Selshop Galery* yaitu sebagai berikut:

a. Kebaya model kutubaru

b. Kebaya bali

- c. Kebaya pengantin
- d. Kebaya bermodelkan tunik
- e. Kebaya bermodelkan outer

2. Kekurangan dan kelebihan kebaya produksi UMKM *Selshop Galery*

a. Kekurangan

Setiap produk pastinya memiliki kekurangan, karena dengan adanya kekurangan produk, maka sebuah perusahaan akan terus berusaha memperbaiki keekurangan- kekurangan tersebut agar produk tersebut menjadi lebih baik kedepannya. Adapun kekurangan produk kebaya UMKM *Selshop Galery* ialah sebagai berikut:

- 1) Banyak pesaingnya
- 2) Model kebaya masih terbilang model lama
- 3) Proses pengerjaan yang terkadang terbilang lama

b. Kelebihan

Jika diatas kita sudah mengetahui berbagai kekurangan dari produk kebaya UMKM *Selshop Galery*, maka yang selanjutnya kita akan membahas tentang kelebihan produk kebaya UMKM *Selshop Galery*. Kelebihan – kelebihan produk kebaya UMKM *Selshop Galery* adalah

:

- 1) Harga kebaya nya terjangkau
- 2) Customer bisa memilih kain yang ingin digunakan sebagai kebaya miliknya
- 3) Customer bisa memesan kebaya sesuai dengan ukuran badannya
- 4) Customer juga bisa memesan kebaya dalam jumlah yang besar dengan model serta motif yang sama⁴²

3. Proses Pengerjaan Kebaya

Pastinya banyak yang ingin mengetahui bagaimana proses pembuatan kebaya mulai dari kain yang berbentuk lembaran sampai menjadi baju kebaya yang indah. Dibawah ini kita akan menjelaskan proses pembuatan kebaya mualai dari berbentuk kain sampai menjadi kebaya yang indah sebagai berikut:

- a. Pertama kain kebaya yang berbahan brukat kita ukur, kemudian kita potong sesuai dengan pola yang telah disiapkan serta sesuai dengan ukuran yang telah diminta oleh customer
- b. Setelah menjadi beberapa bagian serta sesuai dengan ukuran yang diminta oleh customer maka tahap selanjutnya ialah menjahit pola-pola baju tersebut.

⁴² Sumber: Wawancara Ibu Purwanti

- c. Jika kita sudah menjahit pola-pola tersebut menjadi sebuah kebaya, tahap yang selanjutnya ialah kita merapikan hasil jahitan kita dengan cara mengobras tepi-tepi bagian kain yang telah dijait.
- d. Setelah selesai mengobras tahap yang terakhirnya ialah kita membersihkan kebaya dari sisa- sisa benang yang menempel serta ada beberapa model kebaya yang juga melalui proses pemayetan (proses pemberian manik – manik) agar kebaya lebih menarik.

Proses pembuatan kebaya yang ada di *UMKM Selshop Galery* dibantu oleh 2 penjahit. Untuk proses pembuatan kebaya mulai dari kain yang berbentuk lembaran samapai menjadi baju kebaya yang indah memerlukan waktu 2-3 atau bahkan lebih tergantung dari tingkat kesulitan desain yang diminta oleh konsumen.⁴³

4. Desain Kebaya

Awal mula sejarah kebaya dimulai pada zaman kerajaan majapahit dimana pada saat itu para perempuan bangsawan di kerajaan majapahit sudah memakai kebaya. Meskipun pada saat itu desain kebaya hanya sebatas bermodel kutubaru, namun hanya kalangan bangsawan lah yang memakai kebaya. Pada abad ke 15-16 barulah kebaya tidak hanya dipakai oleh kalangan bangsawan , namun juga dipakai oleh masyarakat luas. Akan tetapi pada abad model kebaya juga hanya berdesain kutubaru biasa, yang membedakan kebaya yang dipakai oleh bangsawan ataupun rakyat biasa terletak dari bahan kain yang digunakan untuk kebaya, jika

⁴³ Sumber : Wawancara Ibu Hesti karyawan Ibu Purwanti

para bangsawan menggunakan bahan kain kebaya dari bludru atau sutra, rakyat biasa menggunakan bahan kain kebaya sejenis kain katun biasa.

Adapun ciri khas dari desain kebaya kutubaru ialah awalnya berupa kemben kemudian ada tambahan berupa kain yang menghubungkan sisi kanan dan kiri kebaya. Kain yang dijahit dibagian tengah muka ini biasanya disebut juga dengan nama bef. Jika dulu panjang kebaya kutubaru memiliki panjang hanya sebatas pinggul kini kebaya kutubaru memiliki panjang sampai selutut. Kini desain kebaya kutubaru pun banyak memiliki tambahan seperti adanya tambahan bordir serta payetan (mutiara-mutiara yang dirangkai).

Kebaya berdesain kutubaru seperti itulah yang awal mulanya diproduksi oleh UMKM Selshop Galery. Namun setelah adanya perkembangan zaman serta adanya penurunan volume penjualan yang diakibatkan adanya pandemi covid-19, Ibu Purwanti sebagai pemilik UMKM Selshop Galery akhirnya memilih strategi pengembangan desain produk kebayanya agar dapat meningkatkan volume penjualan produknya. Adapun tabel penjualan kebaya dengan desain yang paling diminati ialah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Data Penjualan Kebaya Desain Yang paling Diminati

Bulan	Kebaya model kutubaru	Kebaya Bali	Kebaya bermodelkan tunik	Kebaya bermodelkan outer	Kebaya pengantin
Januari	10	0	0	0	10
Februari	8	0	0	0	10
Maret	4	0	0	0	0
April	1	3	2	3	1
Mei	1	3	4	3	2
Juni	3	6	7	6	0
Juli	2	7	5	4	0
Agustus	3	5	3	5	3
September	3	4	4	6	2
Oktober	4	6	5	5	1
November	2	5	7	8	1
Desember	2	7	6	8	2
Jumlah	43	46	43	48	32

44

Adanya tabel diatas dapat kita peroleh beberapa informasi.

Bahwasanya pada awal mulanya UMKM *Selshop Galery* berdiri mereka

⁴⁴ Sumber: Wawancara Ibu Purwanti

memiliki dua produk yaitu kebaya bermodelkan kutubaru dan kebaya pengantin. Selama hampir kurang lebih satu tahun berdiri dua model kebaya tersebut banyak diminati oleh konsumen. Sebab masih sedikit UMKM yang memproduksi kebaya. Namun semua itu berubah sejak adanya pandemi covid-19 sebab berbagai acara yang mengharuskan banyak orang yang berkumpul secara acara pernikahan harus ditiadakan. Akibat adanya pandemi covid-19 UMKM *Selshop Galery* mengalami penurunan volume penjualan. Jika sebelum pandemi covid-19 terjadi dalam satu bulan UMKM *Selshop Galery* mampu menjual kebaya sebanyak 15-20 pcs dalam satu bulan, namun setelah adanya pandemi covid-19 tepatnya pada bulan maret UMKM *Selshop Galery* hanya mampu menjual 4 pcs kebaya dalam satu bulan.

Melihat penjualan produknya yang semakin menurun Ibu Purwanti selaku pemilik UMKM *Selshop Galery* berusaha terus mencari strategi yang tepat guna dapat meningkatkan volume penjualan produknya. Pada akhirnya Ibu Purwanti memutuskan untuk memilih strategi pengembangan desain produk di UMKM *Selshop Galery*. Karena beliau merasa mungkin saja banyak konsumen yang bosan dengan produk kebaya yang bermodelkan itu – itu saja, apalagi ditambah masa pandemi banyak orang yang kehilangan pekerjaan mereka sehingga banyak orang yang jarang untuk berbelanja.

Setelah memutuskan strategi pengembangan desain kebaya untuk usaha miliknya. Ibu Purwanti mulai memperkenalkan desain – desain

kebaya yang lebih terbaru. Ibu Purwanti memperkenalkan 3 desain atau model terbaru dari kebaya produksinya. Adapun 3 model kebaya tersebut ialah kebaya bali, kebaya bermodelkan tunik dan kebaya bermodelkan outer. Selanjutnya Ibu Purwanti memperkenalkan produk – produk barunya melalui media sosial yaitu facebook, instagram dan whatsapp.

Di bulan April tepatnya Ibu Purwanti sudah mulai merasakan peningkatan volume penjualan produknya meskipun kenaikan tersebut tidak terlalu signifikan. Dan yang membuat Ibu Purwanti terkejut ialah produk barunya ternyata sudah banyak diminati oleh para konsumen. Hal tersebut dapat kalian lihat dari tabel penjualan kebaya dengan desain kebaya yang paling diminati diatas. Bulan demi bulan berlalu ternyata volume penjualan kebaya UMKM *Selshop Galery* terus menunjukkan peningkatan dan selanjutnya dapat diketahui juga desain kebaya mana yang paling diminati oleh para konsumen. Pada akhirnya kebaya dengan bermodelkan/berdesainkan outer lah yang paling banyak diminati oleh konsumen sebab dalam satu tahun kebaya bermodelkan outer dapat terjual sebanyak 48 pcs dalam satu tahun. Kemudian diurutkan kedua kebaya yang paling banyak diminati oleh konsumen ialah kebaya bali yang dapat terjual sebanyak 46 pcs dalam satu tahun. Berdasarkan data-data yang ada ini berarti pengembangan desain kebaya yang dilakukan oleh UMKM *Selshop Galery* berhasil guna meningkatkan volume penjualan produknya.

5. Pemasaran produk kebaya *Selshop Galery*

Pemasaran produk kebaya yang dilakukan oleh Ibu Purwanti pada mulanya hanya dari mulut ke mulut. Misalkan saja saat bersama tetangganya beliau menawarkan kebaya yang beliau produksi. Setelah ada beberapa tetangga dan teman yang membeli kebaya dari Ibu Purwanti, serta banyak teman dan tetangga tersebut merasa puas dengan kebaya yang diproduksi Ibu Purwanti, banyak teman yang menyarankan agar Ibu Purwanti memasarkan produk kebaya nya melalui media sosial. Akhirnya Ibu Purwanti memberanikan diri untuk mencoba memasarkan produknya melalui media sosial.

Langkah pertama yang diambil Ibu Purwanti ialah beliau membuatkan akun facebook serta instagram khusus untuk beliau berjualan produk kebayanya. Adapun akun facebook Ibu Purwanti untuk berjualan kebayanya bernama *Selshop* dan akun instagram nya bernama *Selshopgalery*. Agar produk kebayanya nanti dilirik banyak orang Ibu Purwanti juga mengikuti grup jual beli yang ada di facebook agar produk jualannya dilihat banyak orang, sehingga bisa lebih banyak menjaring customer- customer baru. Setelah berjualan sekitar satu bulanan Ibu Purwanti rajin memasarkan produknya melalui media sosial, barulah beliau merasakan dampak yang signifikan dimana pesanan dari dalam kota maupun luar kota banyak berdatangan.

Selain kedua cara pemasaran diatas, Ibu Purwanti masih mempunyai satu lagi cara pemasarannya yaitu melalui reseller. Jadi biasanya konsumen yang merasa puas akan produk kebaya milik Ibu Purwanti dan ingin menambah pemasukkan ikut mempromosikan produk kebaya milik Ibu Purwanti. Bagi para reseller yang menjualkan produk milik Ibu Purwanti tentunya akan mendapatkan harga khusus dari Ibu Purwanti. Selain mendapatkan harga khusus tentunya juga akan mendapatkan keuntungan mulai dari 15-25 ribu /pcs baju kebaya yang dapat dijual.

6. Memberikan Pelayanan yang Terbaik Kepada Konsumen

Guna untuk mempertahankan konsumen pastilah sebuah usaha melakukan berbagai cara. Adapun cara yang dilakukan oleh UMKM *Selshop Galery* untuk mempertahankan konsumen yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Pelayanan terhadap konsumen tersebut ialah seperti konsumen bisa membawa contoh model baju yang ingin dijahitkan selain itu di UMKM *Selshop Galery* juga melayani adanya *COD (cash on delivery)* bagi tempat – tempat yang mudah dijangkau dan masih di dalam kota.

Selain itu selama 2 tahun UMKM *Selshop Galery* berjalan tentunya banyak sekali melewati berbagai rintangan, mulai dari banyaknya pesaing sampai ada beberapa konsumen yang melakukan komplain. Adapun cara pelayanan terhadap pelanggan guna menghadapi komplain terdapat 2 macam cara. Cara yang pertama ialah pemberian jasa jahit kepada

konsumen, jika baju kebaya yang dipesan masih kebesaran maka Ibu Purwanti memberikan jasa jait berupa pengecilan baju kebaya agar sesuai dengan ukuran yang diinginkan oleh konsumen secara gratis. Bahkan di cara yang kedua guna memberikan pelayanan kepada konsumen yang komplain Ibu Purwanti memberikan fasilitas pengembalian produknya jika memang benar – benar kesalahan yang ada dibuat oleh Ibu Purwanti dan karyawannya tetapi harus disertai dengan bukti – bukti yang mendukung agar kebaya yang telah dipesan dapat di kembalikan lagi.

7. Dampak Perkembangan Desain Produk Kebaya

Pada saat situasi pandemi saat ini banyak para pelaku usaha dituntut untuk pintar mencari inovasi – inovasi baru dari produk – produknya agar produknya tetap laku di pasaran. Hal tersebut lah yang dilakukan oleh Ibu Purwanti satu tahun yang lalu saat pandemi covid masuk ke Indonesia. Ibu Purwanti sangat merasakan dampak yang luar biasa dimana jika biasanya beliau mampu menerima pesanan kurang lebih 20 pcs kebaya selama satu bulan, namun saat pandemi melanda Ibu Purwanti mengalami penurunan jumlah pesanan sampai 80%, dimana dalam satu bulan Ibu Purwanti hanya menerima pesanan kebaya sebanyak 4 pcs saja.

Maka dari itu Ibu Purwanti terus berfikir bagaimana caranya bertahan agar usahanya tidak gulung tikar. Akhirnya Ibu Purwanti memutuskan untuk mengambil langkah yaitu mencoba

mengembangkan desain kebaya yang ada. Dimana desain – desain kebaya yang telah ada lebih diperbarui dan dikembangkan dengan desain – desain kebaya yang lebih modern dan dapat dipakai oleh semua kalangan mulai dari anak – anak sampai orang dewasa. Jika dahulu desain kebaya hanya sebatas berdesain kebaya lama dengan konsep desain kutu baru. Kini Ibu Purwanti mencoba desain kebaya lebih modern seperti di desain seperti cape atau outer, karena desain – desain tersebut banyak disukai oleh kalangan anak muda. Apalagi kini banyak sekali wanita berhijab maka Ibu Purwanti mencoba mendesain kebaya yang cocok digunakan oleh wanita muslimah jaman sekarang. Adapun contoh desain kebaya yang diperuntukkan untuk wanita muslimah zaman sekarang ialah didesain bermodelkan tunik dimana panjang bajunya dibuat panjang sampai selutut.

Setelah Ibu Purwanti mempromosikan desain – desain kebayanya yang terbaru hampir kurang lebih 2 bulanan, barulah Ibu Purwanti merasakan dampak dari perkembangan desain produk yang telah beliau lakukan. Dimana desain – desain produk baru yang Ibu Purwanti buat disukai oleh pasar, sehingga satu persatu pesanan berdatangan. Dengan begitu dampak yang Ibu Purwanti rasakan ialah meningkatnya volume penjualan produk kebaya *Selshop Galery* dan meningkatkan omset pendapatan Ibu Purwanti. Selanjutnya kita akan melihat data penjualan dari UMKM *Selshop Galery* sebagai berikut:

Tabel 4.2
Data Penjualan UMKM Selshop Galery
(Januari – Desember 2020)

NO	Bulan	Volume Penjualan	Jumlah Barang Keluar
1	Januari	Rp 2.080.000	20
2	Februari	Rp 1.875.000	18
3	Maret	Rp 660.000	4
4	April	Rp 1.240.000	10
5	Mei	Rp 1.530.000	13
6	Juni	Rp 2.325.000	22
7	Juli	Rp 1.875.000	18
8	Agustus	Rp 1.935.000	19
9	September	Rp 2.080.000	20
10	Oktober	Rp 2.200.000	21
11	November	Rp 2.510.000	23
12	Desember	Rp 2.790.000	25

45

Apabila kita melihat tabel data penjualan UMKM Selshop Galery tahun 2020 mengalami penurunan jumlah pesanan di bulan Maret. Jika dibandingkan dengan bulan – bulan sebelumnya penurunan jumlah pesanan mencapai 80% dari awal nya yang dalam satu bulan UMKM Selshop Galery dapat menjual produk nya 15-20 pcs, pada bulan maret tersebut UMKM Selshop Galery hanya mampu menjual roduknya sebanyak 4 pcs saja dalam satu bulan. Hal tersebut tentunya juga berakibat

⁴⁵ Sumber : Wawancara Ibu Purwanti

pada volume penjualan dari UMKM Selshop Galery jika dalam satu bulan dapat menghasilkan volume penjualan sebesar Rp 1.500.000 – Rp Rp 2.500.000 kini semenjak ada pandemi volume penjualan UMKM Selshop Galery turun drastis sampai volume penjualannya hanya Rp 660.000 dalam satu bulan tersebut. Adanya penurunan volume penjualan secara drastis diakibatkan adanya virus covid-19 yang masuk ke Indonesia. Sehingga menurunkan daya beli para konsumen. Selain itu produk yang hanya itu – itu saja membuat para konsumen merasa bosan.

Maka dari itu Ibu Purwanti berfikir cara apa yang mampu meningkatkan volume penjualan produknya. Sebab jika hal tersebut terus berlangsung lama, maka bisa saja usaha yang Ibu Purwanti jalani selama ini tidak dapat bertahan. Setelah Ibu Purwanti melakukan pengamatan pasar dan mengumpulkan ide – ide yang belaiu punyai akhirnya Ibu Purwanti menggunakan cara pengembangan desain produk agar dapat meningkatkan volume penjualan produknya. Di bulan April saat Ibu Purwanti mulai melakukan pengembangan desain produknya, volume penjualan di perusahaan miliknya sudah mulai ada peningkatan meskipun tidak terlalu signifikan. Jika di bulan maret dalam satu bulan Ibu Purwanti mendapatkan pesanan sebanyak 4 pcs saja, tetapi karena adanya perkembangan desain produk, pada bulan april Ibu Purwanti mendapatkan peningkatan pesanan sejumlah 6 pcs menjadi 10 pcs di bulan april.

Berkat adanya pengembangan desain produk Ibu Purwanti terus mendapatkan kenaikan pesanan. Jika di bulan April Ibu Purwanti

mendapatkan pesanan sebanyak 10 pcs baju kebaya , maka di bulan Mei Ibu Purwanti mendapatkan jumlah pesanan 13 pcs baju kebaya. Bahkan kenaikan pesanan terus dirasakan Ibu Purwanti, puncaknya pada bulan Juni Ibu Purwanti sampai menerima pesanan baju kebaya sebanyak 22 pcs baju kebaya. Kenaikan jumlah pesanan yang signifikan selain disebabkan oleh perkembangan desain produk juga dikarenakan pada saat bulan Juni tersebut merupakan Hari Raya Idul Fitri. Meskipun mereka harus berlebaran di rumah tetapi tidak mengurangi antusias para konsumen guna memesaan baju kebaya untuk digunakan di Hari Raya Lebaran. Baju kebaya yang digunakan saat suasana Hari Raya pun berdesain lebih tertutup seperti contohnya baju kebaya yang berdesain tunik.

Namun kenaikan pesanan tidak terus terjadi secara terus – menerus. Contohnya saja di bulan Juli Ibu Purwanti hanya menerima pesanan sebanyak 18 pcs baju kebaya. Jika dibandingkan dengan bulan Juni Ibu Purwanti mendapatkan pesanan sebanyak 22 pcs baju , maka Ibu Purwanti mengalami penurunan jumlah pesanan sebanyak 4 pcs baju. Tetapi penurunan tersebut dirasa masih wajar sebab tidak sampai mengalami penurunan sampai 50%. Ternyata penurunan pesanan tersebut hanya terjadi di bulan Juli. Sebab di bulan Agustus Ibu Purwanti sudah mengalami kenaikan jumlah pesanan lagi. Kenaikan jumlah pesanan baju kebaya ini terus menerus berlanjut sampai dengan di bulan Desember, dimana Ibu Purwanti sampai mendapatkan jumlah pesanan sebanyak 25 pcs baju kebaya.

8. Cara Menjaga Kualitas Serta Eksistensi Produk Kebaya Selshop Galery

Kualitas produk dan eksistensi produk merupakan dua hal yang berhubungan. Jika kita mampu memperthankan kualitas dari produk yang kita miliki tentunya eksistensi produk kita juga akan tetap terjaga. Dikarenakan hal diatas Ibu Purwanti terus berusaha menjaga kualitas kebaya yang beliau produksi dengan cara tetap menggunakan kain yang sesuai dengan standar pasar. Meskipun harga kain terus merangkak naik , namun Ibu Purwanti tetap berusaha menjual kebaya nya dengan harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan. Adanya kenaikan harga kain diasiasi oleh Ibu Purwanti dengan mencari toko kain yang menjual kain sejenis namun harganya agak dibawah pasaran.

46

9. Hasil Wawancara dengan pemilik *Risma Tailor*

Sebagai pembanding apakah UMKM *Selshop galery* sudah berhasil dalam menjalankan strategi pengembangan desain produknya. Maka saya berinisiatif untuk mewancarai Ibu Risma selaku pemilik dari *Risma Tailor* yang terltetak di Dsn. Ngasinan, RT 01/RW 01, Ds. Trenceng, Kec. Sumbergempol, Kab. Tulungagung.

Hal ini saya lakukan agar saya dapat mengetahui apakah pengembangan desain yang dilakukan UMKM *Selshop Galery* sudah berhasil atau masih mempunyai kekurangan. Setelah saya melakukan wawancara dengan Ibu Risma saya mendapatkan beberapa informasi

⁴⁶ Sumber: Wawancara Ibu Purwanti

bahwasanya di *Risma Tailor* belum melakukan pengembangan desain produk kebaya. Hal ini disebabkan Ibu Risma selaku pemilik *Risma Tailor* lebih memilih memproduksi kebaya secara konveksi atau partai besar tanpa memikirkan desain – desain kebaya yang lebih terbaru. Selain itu karena usia yang terus bertambah Ibu Risma mengatakan bahwasannya beliau sudah tidak bisa berfikir terlalu keras mengenai desain – desain kebaya yang lebih modern. Adapun desain – desain kebaya yang diproduksi *Risma Tailor* hanya sebatas berdesain atau bermodelkan kutubaru sederhana. Tanpa adanya hiasan lain seperti manik- manik.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Risma juga dapat kita ketahui bahwasannya Ibu Risma belum melakukan pengembangan desain produk di usahanya karena berbagai pertimbangan yang ada. Jadi jika kita bandingkan dengan UMKM *Selshop Galery* yang menjadi objek penelitian utama penelitian ini tentunya UMKM *Selshop Galery* selangkah lebih maju dalam hal pengembangan desain produk kebaya. Sebab UMKM *Selshop Galery* selalu berupaya untuk memperbarui desain – desain produknya mengikuti perkembangan zaman dan agar selalu menjadi *trend* di pasaran.

47

⁴⁷ Sumber: Wawancara Ibu Risma