

BAB V

HASIL

A. Pendeskripsian Proses Pengembangan Desain Produk UMKM Selshop

Galery

Produk merupakan salah satu hal yang paling penting dalam sebuah perusahaan. Sebab dengan adanya produk suatu perusahaan dapat menjalankan kegiatan usahanya. Pengertian produk sendiri adalah segala sesuatu yang diperjual belikan atau yang dapat memenuhi kebutuhan manusia sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan manusia itu sendiri. Maka dari itu adapun produk dari UMKM *Selshop Galery* ada beberapa macam seperti kebaya tradisional, kebaya anak dan kebaya pengantin.

Jika kita melihat fisik produk yang diproduksi oleh UMKM *Selshop Galery* berupa kebaya, kita dapat menyimpulkan bahwasannya kebaya merupakan salah satu jenis produk yang berwujud sebab kebaya tersebut dapat dilihat, diraba, disentuh, dirasa, dipegang, disimpan dan dipindahkan. Sedangkan berdasarkan tujuan pemakainnya produk kebaya ini termasuk barang konsumen jenis barang konsumen Shopping Goods. Artinya jika kebaya masuk kedalam jenis produk shopping goods, maka Ibu Purwanti selaku pemilik dari UMKM *Selshop Galery* harus terus menjaga kualitas dari produk kebayanya sera harus terus melakukan pengembangan desain produk kebayanya. Sebab produk yang tergolong

jenis shopping goods ini akan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis oleh konsumen. Maka dari itu sangat lah perlu menjaga kualitas serta melakukan pengembangan desain produk agar produk kebaya milik Ibu Purwanti tetap menarik hati konsumen untuk membeli.

Setelah diatas kita mengetahui bahwasannya produk yang diproduksi oleh UMKM Selshop Galery berupa kebaya serta produk tersebut termasuk barang kosumen yang masuk kedalam jenis produk shopping goods. Maka selanjutnya kita akan membahas tentang proses pembuatan kebaya. Adapun penjelasan proses pembuatan kebaya ialah sebagai berikut:

1. Pertama kain kebaya yang berbahan brukat kita ukur, kemudian kita potong sesuai dengan pola yang telah disapkan serta sesuai dengan ukuran yang telah diminta oleh konsumen.
2. Setelah menjadi beberapa bagian serta sesuai dengan ukuran yang diminta oleh konsumen maka tahaap selanjutnya ialah menjahit pola – pola baju tersebut.
3. Jika kita sudah menjahit pola – pola tersebut menjadi kebaya, tahap selanjutnya ialah kita merapikan hasil jahitan kita dengan cara mengobras tepi – tepi bagian kain yang telah jait.
4. Setelah selesai mengobras tahap yang yang terakhir ialah kita membersihkan kebaya dari sisa – sisa benang yang menempel serta ada beberapa model kebaya yang juga jugaa melalui proses pematetan (proses pemberian mank – manik) agar lebih menarik.

Proses pengerjaan kebaya di UMKM Selshop Galery dikerjakan oleh 2 karyawan. Untuk menjadikan satu kebaya yang indah memerlukan waktu 2-3 hari atau lebih tergantung dari tingkat kesulitan desain kebaya yang diminta oleh konsumen. Semakin sulit desain kebaya yang diminta oleh konsumen maka semakin lama juga proses pengerjaannya. Setelah kebaya – kebaa tersebut pastilah Ibu Purwanti akan melakukan berbagai cara pemasaran produk kebayanya agar banyak diminati oleh konsumen. Adapun cara pemasaran produk kebaya milik Ibu Purwanti ialah sebagai berikut:

1. Pemasaran melalui mulut ke mulut

Yang dimaksudkan pemasaran dari mulut ke mulut ialah saat ada konsumen yang membeli produk kebaya dari Ibu Purwanti, kemudian mereka merasa puas akan produk kebaya yang Ibu Purwanti jual, mereka akan menyarankan teman atau saudara yang mereka kenal untuk membeli produk kebaya dari Ibu Purwanti.

2. Pemasaran melalui media sosial

Pemasaran melalui media sosial merupakan salah satu cara pemasaran yang paling banyak dilakukan para pelaku usaha di zaman sekarang. Sebab dengan adanya teknologi yang maju dan berkembang segala informasi yang ada dapat menyebar dengan luas dan cepat. Maka dari itu guna mempercepat pemasaran produk yang ada Ibu Purwanti juga memasarkan aneka produk kebayanya melalui media sosial. Pemasaran melalui media sosial sudah dilakukan oleh Ibu

Purwanti kurang lebih selama 1,5 tahun. Dampaknya pun sangat bisa dirasakan oleh Ibu Purwanti sebab produknya bisa dikenal sampai luar kota. Adapun media sosial yang digunakan oleh Ibu Purwanti untuk memasarkan produknya ialah facebook dan Instragam. Bagi kalian yang ingin mengetahui koleksi kebaya dari Ibu Purwanti bisa melihatnya di facebook beliau dengan nama akun Selshop dan instragamnya yang memiliki nama akun Selshopgalery.

3. Pemasaran melalui reseller

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 kan 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.

Setelah melakukan pemasaran dan akhirnya produk – produk kebaya tersebut terjual pastinya akan mendapat berbagai pendapat dari konsumen. Tentunya konsumen akan menilai terutama tentang kelebihan dan kekurangan produk kebaya yang Ibu Purwanti produksi. Adapun kelebihan serta kekurangan dari produk kebaya UMKM Selshop galery seperti dibawah ini:

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 nya 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 sama

Selanjutnya kita akan membahas tentang pelaksanaan pengembangan desain produk pada UMKM *Selshop Galery*. Setiap usaha pastilah selalu ingin mempertahankan usahanya di tengah persaingan yang sangat ketat di zaman sekarang. Apalagi saat ini banyak konsumen yang meminta agar semua apa yang mereka perlukan dan inginkan tercapai. Maka dari itu adapun salah satu cara yang dapat dilakukan oleh sebuah usaha guna mempertahankan kelangsungan hidupnya ialah dengan cara melakukan pengembangan desain produk.

Cara pengembangan desain produk ini juga dipilih Ibu Purwanti selaku pemilik dari UMKM produksi kebaya *Selshop Galery* guna mempertahankan kelangsungan hidupnya dan guna untuk meningkatkan volume penjualan produknya. Pada awalnya Ibu Purwanti kesulitan untuk mencari desain apakah yang cocok untuk kebaya – kebaya beliau. Namun Ibu Purwanti teringat bahwasannya ada beberapa metode desain yang dapat beliau gunakan untuk mengembangkan desain produknya. Ada beberapa desain produk yang Ibu Purwanti terapkan di UMKM miliknya, antara lain sebagai berikut:

a) *Redefering*

Yaitu metode desain dengan cara mengolah kembali suatu desain agar menjadi sesuatu yang berbeda dan lebih baik, bahkan bisa menjadi lebih menarik lagi.⁴⁸ Penerapan metode ini pada desain kebaya yang di produksi oleh Ibu Purwanti ialah dengan

⁴⁸ Prof. Manfaat Djauhar, Ph.D. 2013. *Case Based Desain*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama. Hal 14

cara penambahan bordir atau payet (pemasangan mutiara – mutiara) pada kebaya – kebaya yang sudah jadi. Jadi jika desain kebaya zaman dahulu hanya menggunakan kain sutra atau kain katun polos tanpa ada tambahan – tambahan lain kini Ibu Purwanti berusaha mendesain ulang agar lebih menarik.

b) *Phototyping*

Yaitu metode desain dengan cara memperbaiki dan atau memodifikasi desain warisan nenek moyang⁴⁹. Metode ini juga diterapkan oleh Ibu Purwanti dengan cara memodifikasi desain model kebaya kutu baru yang telah lama dipakai sejak abad 15. Jika ciri desain kebaya kutu baru model dahulu ialah berupa kemben yang kemudiann ditambahkan berupa kain yang menghubungkan sisi kanan dan kiri kebaya. Kain yang dijahit ditengah muka ini biasanya disebut juga dengan nama *beef*. Saat masih bermoddelkan kutubaru yang lama beef ini hanya sebatas menutupi payudara kemudian untuk menutupi bagian perut kebawah orang zaman dahulu menggunakan stagen. Penggunaan stagen di zaman sekarang dirasa kurang efektif. Maka Ibu Purwanti memodifikasi desain kebaya kutu baru dengan cara memanjangkan *beef* sampai menutupi perut sehingga panjang kain disebelah kiri dan kanan beef juga bertambah panjang. Bahkan untuk memenuhi

⁴⁹ Ibid. Hal 14

permintaan pasar kini kebaya kutu baru memiliki panjang sampai lutut, sebab kini banyak orang yang memakai hijab.

c) *Trenspotting*

Merupakan metode desain dengan cara membuat suatu desain berdasarkan *tren* yang sedang berkembang di pasar atau yang sedang banyak diminati oleh masyarakat. Metode ini juga digunakan oleh Ibu Purwanti yaitu jika zaman dahulu desain kebaya bali hanya sebatas model kutu baru dengan tambahan kain selendang yang diikatkan di pinggang, kini sebab berkembangnya tren, desain kebaya bali pun di desain lebih menarik sesuai dengan permintaan pasar. Contohnya saja seperti desain kebaya bali yang mempunyai desain awal kutubaru kini bahkan Ibu Purwanti juga mendesain kebaya bali dengan desain baju sabrina, dimana bagian punduknya terlihat namun tetap saja dilapisi dengan kain tile (kain jaring halus) sehingga jika dari jauh terlihat bahwa bagian pundaknya terbuka. Tidak hanya sampai disitu saja bahkan bagian lengan pun di desain mengikuti tren yang sedang berkembang di masyarakat yaitu lengan nya bermodelkan lenngan terompet yaitu bagian ujung lengan mengembang membentuk pola setengah lingkaran.

Maka selanjutnya kita akan membahas berbagai tujuan dari adanya pengembangan desain produk. Tentunya setiap usaha yang melakukan

pengembangan produk maupun pengembangan desain produk selain ingin mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, pastinya memiliki tujuan lain serta diharapkan dengan adanya tujuan pada suatu usaha dapat menjadikan suatu usaha lebih terarah dan lebih termotivasi dalam melakukan pengembangan desain produknya. Sehingga hasil akhir yang diinginkan usaha tersebut dapat tercapai. Tujuan dari UMKM *Selshop Galery* ialah sebagai berikut:

a) Mengikuti perkembangan pasar

Di zaman sekarang semua usaha dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman dan selera pasar. Sebab jika tidak mau mengikuti perkembangan pasar bisa saja usaha tersebut tidak mampu bertahan. Apalagi kini dengan kecanggihan teknologi membuat perkembangan pasar berkembang sangat cepat. Maka dari itu untuk mengikuti perkembangan pasar UMKM *Selshop Galery* mensiasati dengan mengembangkan desain produknya agar produknya yang baru saja dibuat dapat diterima oleh pasar serta sesuai dengan tren yang ada di pasar.

b) Meningkatkan Volume Penjualan

Mungkin ini menjadi salah satu alasan paling utama mengapa sebuah perusahaan melakukan pengembangan desain produknya sebab dengan adanya pengembangan desain produk diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan produknya. Jika volume

penjualan produknya meningkat, akan berdampak juga dengan kenaikan pendapatan dari perusahaan tersebut.

c) Untuk kelangsungan hidup perusahaan

Adanya pasar global persaingan didunia usaha semakin ketat maka dari itu semua usaha terus dituntut untuk berinovasi agar dapat mengimbangi pasar. Dikarenakan hal tersebut UMKM *Selshop Galery* memilih strategi pengembangan desain produknya. Sebab dengan adanya pengembangan desain produk dapat menciptakan varian produk baru.

B. Mendeskripsikan Pengaruh Pengembangan Desain Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UMKM *Selshop Galery*

Setiap usaha atau perusahaan pastinya akan melakukan melakukan berbagai cara guna meningkatkan volume penjualan usahanya. Volume penjualan sendiri menurut Sinamora, Hendry (2000 : 575) adalah jumlah unit produk atau jasa yang dapat dijual. Sedangkan menurut Mulyadi (2005 : 239) volume penjualan adalah ukuran yang dapat menunjukkan besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Berdasarkan pengertian dari beberapa para ahli. Jadi volume penjualan merupakan penjualan yang dinyatakan dalam jumlah banyaknya satuan fisik maupun jumlah uang yang harus dicapai. Peningkatan volume penjualan menjadi salah satu tujuan utama dari sebuah perusahaan, sebab dengan adanya peningkatan volume penjualan tentunya akan meningkatkan *omzet* pendapatan sebuah perusahaan.

Keinginan agar terus meningkatkan volume penjualan ini juga dirasakan oleh UMKM *Selshop Galery*. Adapun salah satu cara yang digunakan UMKM *Selshop Galery* untuk meningkatkan volume penjualannya ialah dengan cara perkembangan desain produk. Dengan adanya perkembangan desain produk konsumen tidak akan merasa bosan, sebab produk – produk yang akan mereka beli memiliki desain – desain yang terbaru sesuai dengan tren yang ada di pasaran. Adanya perkembangan desain produk diharapkan sebuah perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan dari sebuah perusahaan.

Dari hasil analisa yang telah dilakukan menunjukkan bahwa adanya hubungan keterkaitan yang erat antara pengembangan desain produk dengan volume penjualan. Hal ini dapat dilihat dari data penjualan yang diperoleh dari UMKM *Selshop Galery* menunjukkan bahwa perusahaan tidak perlu ragu dalam melakukan pengembangan desain produk, karena dengan pengembangan desain produk perusahaan tidak akan mengalami penurunan penjualan secara drastis, sebaliknya pengembangan desain produk dapat membantu meningkatkan volume penjualan. Disamping itu rata-rata pertumbuhan penjualan setelah pengembangan desain produk mengalami kenaikan, hal ini sangat bagus demi kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang.

Kini dengan adanya perkembangan desain produk yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan telah tercapai. Maka yang selanjutnya harus dilakukan Ibu Purwanti selain terus mengembangkan desain produk miliknya agar dapat terus meningkatkan volume penjualan produk miliknya. Ibu

Purwanti juga bisa melakukan beberapa cara dibawah ini guna untuk mempertahankan volume penjualan sebagai berikut:

1. Memberikan Pelayanan Terbaik Terhadap Konsumen

Guna untuk mempertahankan peningkatan volume penjualan pastilah sebuah *usaha melakukan berbagai cara. Adapun cara yang dilakukan oleh UMKM Selshop Galery* untuk mempertahankan peningkatan volue penjualan yaitu dengan cara memberikan pelayan yang terbaik kepada konsumen. Pelayan 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 jahit 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.

2. Menjaga Kualitas Serta Eksistensi Produk *Kebaya Selshop Galery*

Kualitas produk dan eksistensi produk merupakan dua hal yang berhubungan. Jika kita mampu mempertahankan 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, meskipun beliau harus menghabiskan waktu mengecek satu persatu harga dari toko kain satu dengan toko lain yang lain.

Dengan pengembangan desain produk serta dibarengi dengan adanya pelayan terhadap konsumen yang baik dan menjaga kualitas serta eksistensi produk kebaya *Selshop Galery*. Diharapkan akan terus memberikan dampak yang positif bagi UMKM *Selshop galery* agar terus bisa meningkatkan volume penjualan di UMKM *Selshop Galery*.