BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Laksmi Kebaya Muslimah dan Islamic Wedding Service Surabaya

Laksmi berdiri sejak tahun 2008. Awal yang merintis Laksmi adalah Nur Aini Madjid. Nur Aini Madjid adalah istri dari Irham Adi Pratama. Irham Adi Pratama merupakan *General Manager* Laksmi Kebaya Muslimah dan Islamic Wedding Service Surabaya. Ketika itu, Nur Aini Madjid baru lulus sekolah menengah kejuruan jurusan tata busana pada tahun 2008. Pada saat bersekolah di sekolah kejuruan, Nur Aini Madjid juga bersekolah di Bunka School of Fashion Jepang yang membuka cabang di Surabaya. Nur Aini Madjid menjadi angkatan pertama di Bunka School of Fashion Jepang. Nur Aini Madjid bersekolah tata busana di pagi hari, sore hingga malam melanjutkan sekolah di Bunka School of Fashion. Setelah lulus sekolah menengah kejuruan, pada awalnya Nur Aini Madjid hanya menerima jahitan untuk segala macam jahitan. Setelah lulus sekolah kejuruan tata busana dan Bunka School of Fashion, Nur Aini Madjid memutuskan untuk bersekolah kembali. Nur Aini Madjid melanjutkan pendidikan desain di Lasalle Collage Belanda. Pada saat itu, Nur Aini Madjid juga sudah mulai menerima jahitan dan sudah memiliki beberapa karyawan. Karyawannya merupakan teman-teman pada saat sekolah di sekolah kejuruan dulu. Sebelum berangkat ke sekolah, para karyawan mendapatkan *breafing* terlebih dulu untuk tim jahit

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengenai apa saja yang harus dilakukan untuk hari ini. Dan pada waktu pulang sekolah, Nur Aini Madjid mengevaluasi mengenai progres tim jahitnya.

Setelah selesai di Lasalle Collage, dia melanjutkan sekolah lagi di Susan Budiarjo. Setelah menyelesaikan sekolah di Susan Budiarjo, Nur Aini Madjid mulai belajar untuk menyukai kebaya. Nur Aini Madjid semakin mendalami ilmu tentang desain dan perancangan. Akhirnya setelah sekian lama mendalami, Nur Aini Madjid memutuskan untuk mulai merancang kebaya. Kebaya merupakan baju khas Indonesia. Kebaya ini adalah busana yang sangat dia gemari.[1] Pada awalnya kebaya yang dirancang di Laksmi adalah kebaya yang bisa digunakan oleh siapapun, non berjilbab maupun berjilbab. Setelah Nur Aini Madjid menikah dengan Irham Adi Pratama, Laksmi mengubah desain perancangan produknya menjadi kebaya muslimah. Jadi, perancangan desain kebaya Laksmi hanya untuk kebaya yang sesuai syar'iat agama.

Pada tahun 2015 awal, tantangan semakin berat karena banyak konsumen menyatakan keberatan mengenai Laksmi yang tidak bisa membuatkan perancangan produk yang tidak menggunakan hijab. Bahkan, tawaran sponsor untuk kebaya Putri Indonesia perwakilan Jawa Timur pun ditolak karena Putri Indonesia tersebut meminta desain kebaya yang tidak sesuai dengan syar'iat agama. Hal ini dikarenakan sudah menjadi standar dari Laksmi dalam perancangan desain model produk kebaya hanya model

[1] Laksmi Kebaya, *Company Profile*, diposting pada tahun 2015 dari http://kebaya.laksmiwedding.co.id/company-profile/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang muslimah saja. Laksmi juga menolak beberapa konsumen karena desain kebaya yang tidak sesuai dengan standar Laksmi. Jadi, dasar bisnis Laksmi adalah tidak hanya menjadikan bisnis sebagai cara mencari keuntungan, tetapi juga menjadi sarana dakwah bagi Laksmi.[2] Kini, spesialisasi perancangan kebaya Laksmi hanya untuk model kebaya muslimah.

2. Visi dan Misi Laksmi Kebaya Muslimah dan Islamic Wedding Service Surabaya

a. Visi

"Mewujudkan *spiritual company* yang menjadi *trade center* kebaya dan fashion muslimah di Indonesia."

b. Misi

1) Membangun perusahaan yang kokoh
2) Bertumbuh bersama karyawan dalam hal pembangunan mental dan spiritual yang unggul dan benar sesuai syar'iah

[2] Wawancara dengan Irham Adi Pratama, selaku General Manager Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11.15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Berinovasi dalam menciptakan model-model kebaya dan produk *fashion* sesuai minat pasar

4) Membangun *brand awareness* melalui sosial media

3. Profil Laksmi Kebaya Muslimah dan Islamic Wedding Service Surabaya

Nama Perusahaan	: Laksmi, Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya
Tahun berdiri	: 2008
No.telp	: 031-8783511, 081703707670
BBM	: 7C793E55
Website	: laksmi.co.id
Email	: butikkebayalaksmi@gmail.com
Pemilik	: Nur Aini Madjid
Jumlah orang	: tiga puluh dua orang, yang terdiri atas: owner satu orang, dewan pembina satu orang, *general manager* satu orang, bagian keuangan dua orang, bagian pemasaran tiga orang, bagian event tiga orang, bagian digital tiga orang, bagian jahit lima orang, bagian pola dua orang, bagian payet enam orang, bagian *finishing* tiga orang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Laksmi sendiri menyediakan berbagai pilihan kebaya, di antaranya:

a) Kebaya akad nikah: kebaya akad nikah digunakan untuk acara akad nikah. Pada umumnya, kebaya akad berwarna putih atau warna-warna yang soft lainnya seperti krem, hijau mint, peach, dan lain-lain. Namun warna putih masih menjadi favorit bagi banyak orang, meskipun banyak pilihan warna kebaya di galeri Laksmi. Warna putih dinilai dapat menghadirkan kesan sakral, elegan, suci. Untuk kebaya akad nikah, Laksmi menyediakan layanan sewa ready dan hak milik.

b) Kebaya resepsi: kebaya ini digunakan untuk acara resepsi pernikahan. Seiring dengan perkembangan fashion, busana resepsi tidak hanya berbentuk kebaya saja melainkan kombinasi kebaya dengan dress. Kebaya umumnya menggunakan bawahan jarik, kini telah mengalami banyak perkembangan. Pada saat ini banyak orang menggunakan kebaya dress karena menilai kebaya ini memiliki desain yang lebih modern. Laksmi berusaha menghadirkan kebaya dengan desain dan model yang modern serta sesuai dengan keinginan setiap konsumen. Untuk kebaya resepsi ini tersedia layanan sewa *ready*, sewa perdana, dan hak milik.

Di Laksmi juga tersedia tiga layanan kebaya muslimah, antara lain:

a) Sewa *ready*: pilihan sewa kebaya dengan koleksi-koleksi kebaya yang sudah *ready* di galeri Laksmi. Kelebihan menggunakan kebawa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sewa *ready* adalah tidak perlu menunggu proses pembuatan yang cukup lama. Konsumen bisa memilih kebaya yang telah tersedia di galeri Laksmi.

b) Sewa perdana: sewa kebaya dengan pembuatan kebaya baru dan disesuaikan dengan desain, warna, dan ukuran penyewa. Layanan ini hampir sama dengan hak milik, hanya saja kebaya akan menjadi hak milik Laksmi. Kelebihan dari sewa perdana adalah sahabat Laksmi dapat didesainkan model kebaya sesuai keinginan sahabat laksmi.

c) Hak milik: pembuatan kebaya baru sesuai keinginan klien, baik warna, desain maupun ukuran. Kebaya ini akan menjadi hak milik klien. Kelebihan dari layanan hak milik ini adalah busana pernikahan spesial impian sahabat laksmi dapat dimiliki oleh konsumen Laksmi. Kebaya ini juga dapat menjadi kenang-kenangan mengingat momen di hari spesial.[3]

4. Susunan Organisasi Laksmi Kebaya Muslimah dan Islamic Wedding Service Surabaya

Owner : Nur Aini Madjid

General Manager : Irham Adi Pratama

Dewan Pembina : Ust. Muhammad Maliki

Kepala Bagian :

Kepala Produksi : Sukinem

[3] Laksmi Kebaya, *Layanan*, diposting pada tahun 2015 dari http://kebaya.laksmiwedding.co.id/layanan/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

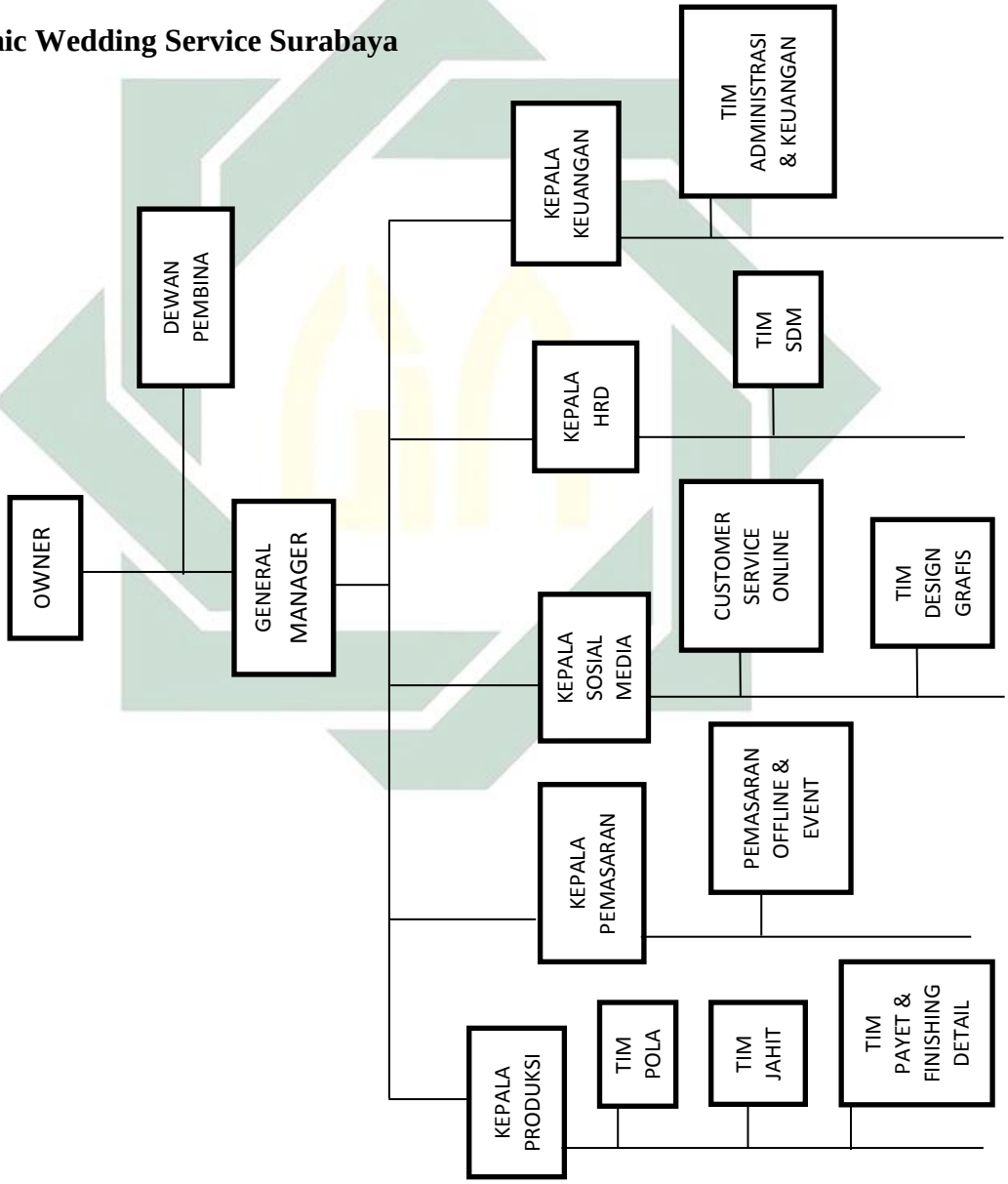
Kepala Pemasaran : Lilik Chomariah

Kepala Sosial Media : Andri

Kepala HRD : Dera Fauzia Fitriana

Kepala Keuangan : Dera Fauzia Fitriana

Struktur Organisasi Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. **Job Deskripsi Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya**

Owner:

a. Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan.
b. Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan.
c. Bertanggung jawab atas kerugian yang dihadapi perusahaan termasuk juga keuntungan perusahaan.
d. Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayakan perusahaan.
e. Bertindak sebagai perwakilan perusahaan dalam hubungannya dengan dunia luar perusahaan.
f. Menetapkan strategi-strategi untuk mencapai visi dan misi perusahaan.
g. Mengkoordinasikan dan mengawasi semua kegiatan perusahaan mulai bidang administrasi, kepegawaian, hingga pengadaan barang.
h. Mengangkat dan memberhentikan pegawai.

General Manager:

a. Merencanakan strategi implementasi atas kebijakan perusahaan secara menyeluruh agar dapat dijalankan secara optimal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Memonitor pelaksanaan kebijakan dan strategi perusahaan serta memastikan kelancaran pelaksanaannya agar dapat berjalan secara maksimal dan tepat.

c. Mengontrol dan mengevaluasi implementasi strategi agar memperoleh masukan strategis sebagai usulan untuk kebijakan tahun berikutnya.

d. Mengevaluasi dan menganalisa hasil implementasi strategi perusahaan serta mencari usulan atas pemecahan masalah yang timbul.

e. Mengarahkan fungsi setiap departemen dalam menjalankan strategi perusahaan.

Dewan Pembina:

a. Dewan Pembina memiliki tugas dan wewenang membina serta membimbing pimpinan organisasi.

Kepala Produksi:

a. Mengkoordinir dan mengawasi serta memberikan pengarahan kerja kepada setiap divisi di bawahnya untuk menjamin terlaksananya kesinambungan dalam proses produksi.

b. Memonitor pelaksanaan rencana produksi agar dapat dicapai hasil produksi sesuai jadwal, volume, dan mutu yang ditetapkan.

c. Bertanggung jawab atas pengendalian bahan baku dan efisiensi penggunaan tenaga kerja, mesin, dan peralatan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Selalu menjaga agar fasilitas produksi berfungsi sebagaimana mestinya.
e. Membuat laporan secara berkala mengenai kegiatan di bagiannya sesuai dengan sistem yang pelaporan yang berlaku.
f. Berusaha mencari cara penekanan biaya dan metode perbaikan kerja yang lebih efisien.
g. Menjaga disiplin kerja dan menilai prestasi kerja bawahannya secara berkala.

Kepala Pemasaran:

a. Melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan trend pasar dan sumber daya perusahaan.
b. Merencanakan *marketing research* yaitu dengan mengikuti perkembangan pasar, terutama terhadap produk yang sejenis dari perusahaan pesaing.
c. Melakukan perencanaan analisis peluang pasar.
d. Melakukan perencanaan tindakan antisipasif dalam menghadapi penurunan order.
e. Menyusun perencanaan arah kebijakan pemasaran.
f. Melakukan identifikasi dan meramalkan peluang pasar.
g. Merencanakan pengembangan jaringan pemasaran.

Kepala Sosial Media:

a. Mengimplementasikan strategi sosial media, mengadopsi teknik-teknik sosial media yang relevan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Memastikan produk tetap *update* dengan *tools* sosial media terbaru, yaitu Facebook, Twitter, Instagram, Line, WhatsApp, BBM (BlackBerry Messanger).

c. Aktif mengelola aktivitas "kampanye" di sosial media.

d. Mengelola keberadaan perusahaan di jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lain-lain, mengupdate blog, dan mensuplai konten kepada aplikasi sosial yang memerlukan.

e. Menjadi wakil perusahaan dalam area sosial media, terlibat dalam dialog dan menjawab yang dapat dijawab langsung.

f. Memonitor *benchmark*, menganalisa, mereview, dan melaporkan efektivitas "kampanye" untuk memaksimalkan hasil yang dicapai.

g. Secara rutin memberikan *feedback* dari pertanyaan-pertanyaan yang diperoleh dalam memonitor percakapan di sosial media kepada tim *marketing* maupun tim lain yang membutuhkan. Hal ini bertujuan agar mereka dapat mengembangkan strategi sesuai dengan masukan dari pengguna atau konsumen.

Kepala HRD:

a. Bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia. Dalam hal ini termasuk perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan sumber daya manusia dan pengembangan kualitas sumber daya manusia.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Membuat sistem *human resourche* yang efektif dan efisien, misalnya membuat SOP, *job description, training and development system.*

c. Bertanggung jawab penuh dalam proses rekrutmen karyawan, mulai dari mencari calon karyawan, wawancara hingga seleksi.

d. Melakukan seleksi, promosi, *transfering* dan demosi pada karyawan yang dianggap perlu.

e. Melakukan kegiatan pembinaan, pelatihan, dan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pengembangan kemampuan, potensi, mental, keterampilan, dan pengetahuan karyawan yang sesuai dengan standar perusahaan.

f. Bertanggung jawab pada hal yang berhubungan dengan absensi karyawan, perhitungan gaji, perhitungan bonus, dan perhitungan tunjangan.

g. Membuat kontrak kerja karyawan serta memperbaharui masa berlakunya kontrak kerja.

h. Melakukan tindakan disipliner pada karyawan yang melanggar peraturan atau kebijakan perusahaan.

Kepala Keuangan:

a. Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat dan tepat waktu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan dan pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu, dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku.

c. Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengontrol arus kas perusahaan (*cashflow*), terutama pengelolaan piutang dan hutang, sehingga memastikan ketersediaan dana untuk operasional perusahaan dan kondisi keuangan perusahaan.

d. Merencanakan dan mengkoordinasikan penyusunan anggaran perusahaan dan mengontrol penggunaan anggaran tersebut untuk memastikan penggunaan dana secara efektif dan efisien dalam menunjang kegiatan operasional perusahaan.

e. Merencanakan dan mengkoordinasikan pengembangan sistem dan prosedur keuangan dan akuntansi, serta mengontrol pelaksanaannya untuk memastikan semua proses dan transaksi keuangan berjalan dengan tertib dan teratur, serta mengurangi risiko keuangan.

f. Mengkoordinasikan dan melakukan perencanaan dan analisa keuangan untuk dapat memberikan masukan dari sisi keuangan bagi pimpinan perusahaan dalam mengambil keputusan bisnis, baik untuk kebutuhan investasi, ekspansi, operasional, maupun kondisi keuangan lainnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Penyajian Data

Berikut ini adalah data yang peneliti peroleh dari Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

1. Gagasan dalam Perancangan Desain Produk

   Dera mengatakan, "biasanya perancangan produk Laksmi sesuai permintaan klien, misalkan klien minta model seperti a terus warnanya b, kemudian disesuaikan. Nanti pendirinya langsung, *owner*nya sendiri yang menggambar."[4] Jika konsumen masih bingung dengan model produk kebaya yang akan didesain, Laksmi biasanya membantu memberikan gambaran ide. Hal tersebut seperti yang diungkapkan oleh Dera, "biasanya kita yang edukasi ke *costumer* mbak kalo ini nanti terlalu ngapret kan jelek, tapi yang penting kita tu melayani *costumer* yang berjilbab yang syar'i."[5] Sukinem juga mengatakan mengenai gagasan dalam perancangan desain produk,

   > "ooo...biasanya si kita ini mbak nawarin gitu. Yaa..ada kan gini ada *customer*nya itu datang, datang itu kita tanyain mau bikin kebaya apa. Kan gini ada yang kebaya akad, ada kebaya resepsi, ada juga yang dress pengajian, buat kebaya siraman gitu..tergantung mbaknya pesen apa habis gtu kita layani mau warna apa, eee...modelnya kayak gimana. Kalo sudah fix baru kita gambar seperti ini mbak ini sesuai mintanya orangnya, digambar terus

[4] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 9-6-2016, 10.46
[5] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 9-6-2016, 10.46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ininya warna apa terus desainnya seperti apa itu sudah jelas di situ payet-payetnya juga si."[6]

Sumber ide juga berasal dari sosial media mengenai tren-tren yang sedang berkembang di masyarakat. Sosial media juga dapat membantu pihak Laksmi dalam menginovasi perancangan desain produk. Dera mengatakan, "mm....biasanya ini atasan saya sendiri sih *searching-searching* instagram, kepo-kepo kayak gitu itu...kepo-kepo ke istilah katanya ke pesaing kita juga...ooh pesaingnya lagi tren busana ini, tapi kita tidak pernah ikut-ikutan pesaing sih ya hanya sekedar informasi, ooo...di luar sana itu lagi hits baju ini lho."[7]

Pengamatan yang dilakukan oleh peneliti adalah sketsa desain perancangan produk dilakukan oleh *owner* Laksmi. *Owner* Laksmi menerjemahkan keinginan dan kebutuhan konsumen dengan sketsa desain perancangan produk. Sketsa desain yang diminta oleh konsumen bermacam-macam. Hal ini disebabkan bahwa keinginan dan kebutuhan setiap konsumen berbeda-beda. Tetapi, agar desain produk kebaya atau dress sesuai dengan kebutuhan acara, pihak Laksmi akan menawarkan kepada konsumen desain produk yang sedang berkembang pada saat itu. Hal ini dilakukan agar konsumen tidak bingung dengan pemilihan produk yang akan dikenakan nantinya. Untuk produk yang *ready* di galeri Laksmi, gagasan dalam model perancangan desain produk kebaya Laksmi juga *up*

[6] Hasil wawancara dengan Sukinem, selaku Kepala Produksi Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11:33
[7] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11.50

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

to date. Laksmi selalu mengikuti perkembangan desain produk kebaya di media sosial yang saat ini mudah untuk diakses.

2. Model Perancangan Desain

Seperti yang dikatakan oleh Sukinem, ”biasanya kalo disini kebanyakan full payet, tapi dia ada bordirnya gitu jadi kesannya biar ndak nggrumbel gitu, mbak.”[8] Hal lain diungkapkan oleh Dera, “kebayanya lebih ke Islam. Ke yang tidak terlalu ketat trus hijabnya juga longgar tapi menutup dada, tapi tetep cantik tetep bagus tetep...Yaa kalo dimisalkan tetep mewah”.[9]

Irham Adi Pratama juga mengatakan bahwa, “biasanya bagian tubuh wanita itu bagian pinggul ke bawah itu kalo ngepress kan kelihatan. Nah, karena kebaya itu ngepress kita buat ekor untuk menutupi lekuk tubuh.”[10]

Irham Adi Pratama mengatakan,

> “Kalo untuk baju yang tidak berjilbab kita tidak bisa. Dengan konsumen pun beberapa juga kita terpaksa minta maaf tidak bisa menerima walapun berapapun uangnya kita tidak bisa menerima karena ini jati diri kita kalo kita menjadikan bisnis tidak hanya bisnis, tapi juga sarana dakwah kita.”[11]

Peneliti juga melakukan pengamatan mengenai model perancangan produk Laksmi. Dari pengamatan yang dilakukan peneliti, produk kebaya Laksmi memang sederhana, tetapi elegan. Hal ini dipengaruhi oleh

---

[8] Hasil wawancara dengan Sukinem, selaku Kepala Produksi Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11:33
[9] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11.50
[10] Hasil wawancara dengan Irham Adi Pratama, selaku General Manager Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11.15
[11] Hasil wawancara dengan Irham Adi Pratama, selaku General Manager Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11.15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemilihan warna yang pas. Pemilihan warna kebaya bisa satu warna atau dua warna (kombinasi). Hal ini membuat model perancangan Laksmi yang dirancang tidak membosankan.

Model perancangan desainnya juga menggunakan kombinasi payet dengan bordir, sehingga kebaya tidak terkesan "nggrumbel". Model kebaya juga tidak mengesankan lekuk tubuh konsumen. Hal ini dikarenakan perancangan desain produk kebayanya merupakan penggabungan dress dengan kebaya. Produk kebaya Laksmi menggunakan dress kebaya yang memiliki bagian belakang bawahnya panjang seperti ekor atau dress kebaya yang bagian bawah (rok) lebar sehingga mengesankan efek mekar apabila digunakan oleh konsumen.

3. Proses Perancangan Desain Produk

Di Laksmi, *owner* mengadakan evaluasi kinerja pegawai setiap seminggu sekali. *Owner* juga berdiskusi dengan tim-tim Laksmi mengenai tren kebaya yang sedang berkembang. Dalam proses diskusi dengan tim, *owner* juga melakukan proses *benchmarking* terhadap produk pesaing Laksmi. Dera mengatakan, "seminggu sekali waktu *meeting*, setiap hari kamis. Hari kamis itu selalu *progres*, semingguan ini ngapain aja... terus kendalanya apa... terus hasilnya apa... terus proses pembetulannya ngapain... jadi per minggu, seminggu sekali waktu meeting, setiap hari

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kamis."[12] Berdiskusi dengan tim-tim dilakukan sebelum memutuskan desain perancangan produk Laksmi. Tim yang mengikuti *meeting* seminggu sekali adalah *general manager*, kepala produksi, kepala SDM, dan kepala sosial media.

Dera juga mengungkapkan, "kita...kayak punya kertas kosong yang ada gambar orang kayak gitu terus nanti desain ownernya itu langsung gambar sendiri gitu langsung gambar gitu sesuai permintaan klien, kayak minta roknya agak mekar nanti dimekarin."[13]

Dera menambahkan, "iya... habis dari *owner* nanti langsung dialihkan ke produksi..."[14]

Ibu Erna yang bertugas mengerjakan payet menambahkan,

> "iya paling ya spv nya produksi aja yang ke kantor utama. Jadi dia misalnya kebayanya kebesaran minta dikecilin jadi dia nanti bilangnya ke tukang jahit misalnya ke bagian *finishing* bu ini banyak yang lepas, gak rapi atau gimana misalnya ada yang lepas payetnya ya ke yang payet."[15]

Ibu Binti sebagai tim produksi mengatakan,

> "Jadi, tile ini nanti dia itu dipotong sama tukang pola. Dipotong habis dibentuk setengah jadi, jadi tanpa lengan, tanpa lengan ini terus nanti bagian *finishing* dia menata motif ini...belakang eh depan sama belakangnya pertama, nah ini terus habis itu balik lagi

[12] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11.50
[13] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 9-6-2016, 10.46
[14] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 9-6-2016, 10.46
[15] Hasil wawancara dengan Ibu Erna, selaku Tim Produksi Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 14-06-2016, 11.15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> ke bagian jahit...oh ini, ini tangannya ini...ini kan buka to jadi buka nanti diisi ini sama ini 2 terus balik lagi ke bagian jahit ini disatuin dibentuk balik lagi nanti ke *finishing* menata ini jadi menata ini itu ini kan tile agak polos mbak terus ini ada kain brokatnya jadi kita menata kain polosnya dulu brokat ini baru kita kasih...”[16]

Ibu Erna menambahkan, “iya...yang payetnya ini kan menyesuaikan warna terus ya klien minta yang biru gitu terus payetnya orange”[17]

Dalam proses perancangan produk Sukinem mengatakan,

> “Biasanya si kalo kita kan butik mbak, jadi lamanya itu dipayet. Kalo buat dari awal itu sampai *fitting*...sekitar 2 minggu *fitting* ukuran aja itu belum dipayet, payetnya masih dicontoh aja kalo untuk *fitting* pertama contoh payetnya seperti ini modelnya dia sudah tau dan ukurannya disesuaikan. Kalo kebesaran ya dikecilin setelah itu waktu *fitting* kedua payetnya sudah nempel bordirnya terus disitu ada..apa...sudah di situ semua cuman nanti *fitting* kedua mbaknya kurang apa atau mugkin mbaknya kurang srek atau kurang pas di hati, nah itu bisa diperbaiki. *fitting* ketiganya kalo pas semua sudah sesuai bisa langsung dibawa.”[18]

Ibu Binti mengatakan, ”biasanya untuk payet itu kita *acc* dulu...jadi *fitting* pertama itu *acc* dlu, jadi kalo emang udah deal baru kita lanjutkan itu.”[19] Ibu Erna juga menambahkan, “iya dipayet...ada juga nanti itu ada yang pake bordir juga, jadi nanti misalnya sudah dipayet sudah semua balik lagi ke *finishing* mbak.”[20] Sukinem menambahkan, “iya pokoknya

---

[16] Hasil wawancara dengan Ibu Binti, selaku Tim Produksi Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 14-06-2016, 11.06
[17] Hasil wawancara dengan Ibu Erna, selaku Tim Produksi Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 14-06-2016, 11.15
[18] Hasil wawancara dengan Sukinem, selaku Kepala Produksi Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11.33
[19] Hasil wawancara dengan Ibu Binti, selaku Tim Produksi Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 14-06-2016, 11.06
[20] Hasil wawancara dengan Ibu Erna, selaku Tim Produksi Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 14-06-2016, 11.15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

warnanya dia mintanya warna silver sama biru atau dongker misalnya kita beli tapi gak banyak mbak, paling pesen sebungkus dulu dicoba nanti *fitting* pertama kan bikin contoh mbak...ya misalnya di kliennya minta seperti ini mbak kalo enggak oh ya saya suka ya udah gini aja ya udah dijalani."[21]

Dalam proses pembuatan produk kebaya membutuhkan waktu kurang lebih tiga bulan, Dera mengatakan,

> "enggak pokoknya proses kebaya ini kalo buat dari awal tiga bulan. Jadi misalkan kadang klien itu nikahnya September, tapi Januari sudah kesini...sudah deal gitu. Gitu kan kita juga menyesuaikan tanggal nanti, kita juga akan akan ngirim fotografer ke sana buat foto bajunya gitu, buat dipoto kliennya kayak gitu. Jadi, harus menyesuaikan tanggal juga."[22]

Dari pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, *benchmarking* dilakukan seminggu sekali pada saat *meeting* bersama dengan tim-tim Laksmi. *Benchmarking* dilakukan dengan tujuan agar perancangan desain produk Laksmi tetap dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan yang diinginkan oleh konsumen. *Benchmarking* juga membantu tim produksi Laksmi dalam melakukan batasan pembuatan perancangan produk Laksmi. Proses perancangan desain produk membutuhkan waktu yang lama. Hal itu berdasarkan stok bahan, model kebaya, dan payet.

---

[21] Hasil wawancara dengan Sukinem, selaku Kepala Produksi Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11:33

[22] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 9-6-2016, 10.46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Model kebaya juga berperan terhadap waktu proses perancangan. Model kebaya ini berdasarkan jenis kebaya yang dipesan oleh konsumen. Jika konsumen memesan kebaya akad, tim produksi membutuhkan waktu sekitar dua-tiga bulan. Hal ini juga dipengaruhi lamanya proses pemasangan payet. Pemasangan payet dilakukan oleh tim yang berpengalaman. Hal ini disebabkan oleh bahan yang mudah berubah bentuk jika terjadi kesalahan dalam pemasangan payet. Proses pemasangan payet membutuhkan sumber daya manusia yang berpengalaman dalam bidang ini. Jika konsumen memesan dress untuk pengajian sebelum pernikahan, dress tersebut membutuhkan waktu seminggu tanpa *fitting*. Proses perancangan tersebut berbeda dengan kebaya karena modelnya yang sederhana, tanpa payet yang rumit. Pemasangan payet juga menyesuaikan model kebaya sendiri. Semakin rumit model payet untuk kebaya, semakin lama proses perancangan produknya.

4. Standar dalam Perancangan Desain Produk

Irham Adi Pratama mengatakan,

> "jadi untuk sekarang itu yang membranding sebagai kebaya muslimah itu kita, melihat belum ada di Surabaya sendiri. Jadi baru laksmi yang memang spesifik untuk kebaya muslimah. Jadi mengkombinasikan desain kebaya dengan semi dress karena kebaya sendirikan cenderung baju yang ngepress jadi kita kombinasikan dengan semi dress. Eeee...mungkin tradisionalnya juga dapet, tapi lebih ke arah modern yang mana muslimah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menikah bisa menggunakan kebaya pernikahan yang nyaman yang membuat muslimah merasa nyaman dan merasa percaya diri."[23]

Dera juga mengatakan bahwa Laksmi tidak menerima pembuatan perancangan kebaya yang terbuka,

"kalo yang lain masih menerima tentang kliennya ndak berjilbab gitu ndak apa. Kalo di Laksmi kamu muslim ndak apa bisa aja kan orang yang muslim tapi nikahnya ndak pake jilbab, tapi kalo di Laksmi ndak boleh jadi harus berjilbab tidak ada tidak menerima klien yang non jilbab saat resepsi.. tapi kalo dia datang tidak berjilbab ya tidak masalah tapi pas nikah harusnya berjilbab."[24]

Perancangan kebaya Laksmi juga sesuai syari'ah dan sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen sehingga konsumen merasa nyaman memakai kebaya Laksmi, "Ada yang minta syar'i yang sampai dadanya gak kelihatan. Terus ada yang jilbab, tapi dadanya kelihatan. Kan ada biasanya pake kebaya itu... Ya itu macem-macem permintaannya si, biasanya kalo yang dadanya kelihatan itu baju kebayanya agak longgar."[25] Dera juga menambahkan, "kita hanya menerima yang Islam..muslimah aja. Kita pernah dapat klien non muslim kita tolak. Karena memang konsep dari kita bukan hanya uang saja, tapi muslimahnya juga."[26]

---

[23] Hasil wawancara dengan Irham Adi Pratama, selaku General Manager Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11.15
[24] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11.50
[25] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 9-6-2016, 10.46
[26] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 9-6-2016, 10.46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Irham Adi Pratama mengatakan permainan warna untuk produk Laksmi berbeda dengan produk lainnya, seperti hasil wawancara berikut ini, "kalo pesaing, warnanya kebanyakan bermain di warna yang berani. Untuk Laksmi karakternya lebih ke arah simple elegan, jadi simple kurang lebihnya di buat satu warna. Jarang yang banyak warna, terus kita yang *soft-soft* warnanya yang pastel."[27]

Peneliti mengamati bahwa produk Laksmi cenderung warna-warna *soft*, tetapi tidak menutup kemungkinan Laksmi menggunakan warna-warna cerah jika konsumen menghendaki. Model produk kebaya Laksmi juga mengikuti perkembangan zaman. *Owner* akan mengamati setiap produk yang ada di pasaran dan berusaha untuk menetapkan produk seperti apa yang akan digunakan oleh Laksmi. Produk Laksmi tidak hanya mengikuti perkembangan zaman, tetapi Laksmi akan selalu membuat inovasi untuk setiap produknya. Inovasi yang dilakukan dapat bermacam-macam, mulai dari model payet dan bordir hingga desain produk kebayanya.

Model produk kebayanya juga tidak seperti kebaya pada umumnya. Produk kebaya Laksmi cenderung modern, tetapi syar'i. Pada bagian bawah

[27] Hasil wawancara dengan Irham Adi Pratama, selaku General Manager Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11.15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebaya cukup lebar sehingga terkesan mekar apabila digunakan. Bagian bawah kebaya (rok) dibuat demikian untuk menutupi bagian bawah tubuh. Model kebaya ini juga terdapat penutup dada karena kerudungnya dibuat menjadi hiasan di atas kepala. Payet pada kebaya ini terkesan sederhana, tetapi terkesan anggun.

Gambar 4.1. Model Produk Kebaya di Katalog Laksmi

Kebaya yang digunakan cenderung seperti dress atau gaun pesta. Hal ini dilakukan agar kebaya yang dikenakan tidak mengesankan bentuk tubuh. Kombinasi antara payet dengan bordir tetap mengesankan bahwa busana ini kebaya yang modern dan elegan. Kombinasi antara payet dengan bordir juga dimaksudkan agar desain tidak monoton, seperti kebaya pada gambar 4.2. Kebaya Laksmi selalu mengutamakan keanggunan. Payet pada kebaya ini juga menampilkan kesan elegan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kebaya ini menggunakan bagian bawah yang menjuntai. Hal ini dimaksudkan agar kebaya tidak menampilkan bentuk tubuh.

Gambar 4.2. Produk Kebaya pada Katalog Laksmi

5. Keunggulan dalam Perancangan Desain Produk

Irham Adi Pratama mengatakan, "jadi, kita memang kita melihat kiri kanan itu bagi kita adalah sebuah suatu hal yang harus kita pelajari dari komunitas agar kita punya pembeda."[28] Hal serupa juga diungkapkan oleh Dera mengenai pembeda produk Laksmi dengan produk pesaing, "iya kadang, kadang kayak gitu tapi kita lebih ke ini main inovasi....yang dimana kadang pesaingnya laksmi yang lain tu gak pake kayak gitu."[29]

[28] Hasil wawancara dengan Irham Adi Pratama, selaku General Manager Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11.15
[29] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 9-6-2016, 10.46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dera mengungkapkan, “ya kreatif inovasi kan biasanya kalo kebaya kayak gitu gitu aja... Kalo laksmi tu berani berinovasi dari payet yang *blink-blink* itu kayak gitu”[30] Sukinem menambahkan, “eeh...biasanya tu payet mbak, payetnya itu kita pake jepang. Dari jepang. Karena kalo ndak dari jepang, payetnya itu cepat menghitam. Kalo pake jepang itu kilaunya itu bagus. Payet kan kecil-kecil, kalo ndak dari jepang itu payetnya itu ada yang panjang ada yang pendek buletnya kecil buletnya gede, kalo kena ini, udara itu cepet menghitam.”[31]

Adi Irham Pratama juga menambahkan keunikan dari produk Laksmi,

> “yang pertama dari kebaya sendiri; yang lain-lain itu ngepress, kalo kita kebayanya cenderung berekor. Kenapa? karena biasanya bagian tubuh wanita itu bagian pinggul ke bawah itu kalo ngepress kan kelihatan. Nah, karena kebaya itu ngepress kita buat ekor untuk menutupi lekuk tubuh.”[32]

Laksmi Kebaya Muslimah juga menerima sewa perdana. Meskipun sewa perdana, konsumen juga dapat memilih desain perancangan produk sesuai dengan keinginannya. Seperti yang diungkapkan Dera, “sewa perdana tu bisa...desain bisa warna itu menyesuaikan klien, ukuran menyesuaikan klien tapi tidak untuk dimiliki hanya disewakan itu. Ada

[30] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 9-6-2016, 10.46
[31] Hasil wawancara dengan Sukinem, selaku Kepala Produksi Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11:33
[32] Hasil wawancara dengan Irham Adi Pratama, selaku General Manager Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11.15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

juga hak milik brarti hak milik kan ya buat sesuai dengan klien dan dibawa pulang sama klien gitu."[33]

Dera juga menambahkan agar konsumen merasa nyaman, maka pelayanan juga menjadi hal yang utama,

> "kalo disini kita itu harus konsultasi dulu, budget yang dipunya berapa, tanggal berapa, bulan apa, warna yang disuka apa, jadi sales-sales tu bisa ngerti... diarahkan supaya klien itu seneng puas gitu lo jadi tidak ada tidak ada yang merasa disusahkan gitu biar sama-sama seneng jadi sesuai per budget itu tadi."[34]

Peneliti mengamati penggunaan payet pada kebaya ini. Payet merupakan hasil olah manusia. Hasil olah ini tidak menutup kemungkinan dari kekurangan. Laksmi meminimalisir hal tersebut dengan menggunakan payet unggulan. Payet yang digunakan pada produk kebaya Laksmi adalah jenis payet jepang. Payet ini memiliki ukuran yang sama untuk panjang maupun pendeknya, serta bagian dalamnya yang memiliki diameter yang sama. Payet jenis jepang ini juga tidak cepat berubah warna. Kilau payet ini juga sangat indah, sehingga pengaplikasiannya pada kebaya akan mengesankan elegan dan mewah. Produk Laksmi juga mengutamakan kenyamanan konsumen. Hal ini dilakukan dengan proses *fitting* sebelum produk kebaya dapat dikenakan oleh konsumen.

---

[33] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 9-6-2016, 10.46

[34] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 9-6-2016, 10.46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.3. Payet Jepang

Gambar 4.4 Aplikasi Payet pada Bordir

Laksmi juga dapat memberikan masukan warna dan model kebaya jika konsumen masih bingung dengan kebaya yang dikenakan. Bahkan sebelum menentukan model dan warna, pihak Laksmi akan menanyakan kepada konsumen mengenai *budget* yang dimiliki. Hal ini membuat konsumen dapat memperkirakan model kebaya yang seperti apa dengan *budget* yang dimiliki.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Analisa Data

Analisis data merupakan cara yang digunakan dalam menganalisis dan mengolah data. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah QFD (*Quality Function Deployment*). Pada umumnya dalam perancangan produk, ide berasal dari majalah-majalah desain yang dapat diaplikasikan pada produk dan dapat pula mengikuti suatu tren yang sedang berkembang. Laksmi lebih mengutamakan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Pelayanan yang demikian juga membuat konsumen puas, karena setiap keinginan konsumen akan ditampung oleh pihak Laksmi. Secara tidak langsung, ini juga memberikan kesan istimewa bahwa produk yang nantinya dikenakan sebagian besar adalah ide si pemakai.

Dera mengatakan bahwa, "biasanya perancangan produk Laksmi sesuai permintaan klien, misalkan klien minta model seperti a terus warnanya b, kemudian disesuaikan. Nanti pendirinya langsung, ownernya sendiri yang menggambar." Biasanya konsumen menyukai kebaya dengan desain seperti ala princess dengan bagian bawah yang lebar dan mekar, Dera mengatakan "kayak minta roknya agak mekar nanti dimekarin." Dera juga menambahkan bahwa kebayanya juga tetap muslimah, "kebayanya lebih ke Islam. Ke yang tidak terlalu ketat trus hijabnya juga longgar tapi menutup dada, tapi tetep cantik tetep bagus tetep...Yaa kalo dimisalkan tetep mewah".[35] Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat diidentifikasi

[35] Hasil wawancara dengan Dera, selaku Kepala HRD Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya pada 19-7-2016, 11.50

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan menggunakan tabel. Tabel berfungsi untuk memudahkan dalam mengidentifikasi keinginan serta kebutuhan konsumen.

No.	Atribut *Whats* (Harapan Konsumen)	Keterangan
1.	Anggun, mewah	Konsumen menginginkan model produk yang menampilkan kesan anggun bila dikenakan.
2.	Muslimah	Perancangan produknya harus sesuai standar syar'iah agama, namun tetap terkesan elegan
3.	Kenyamanan	Penggunaan hiasan dengan kualitas unggul sehingga mengesankan poduk terlihat istimewa.
4.	Ala Princess	Konsumen menyukai dress yang bagian bawahnya seperti gaun pesta yang bagian bawahnya lebar dan mekar, serta pengaplikasian hiasan dengan kualitas unggulan
5.	Warna	Konsumen menginginkan perpaduan warna kebaya dengan payet yang serasi dan indah

Tabel 4.1. Identifikasi keinginan dan kebutuhan konsumen

Dari beberapa harapan konsumen yang disebutkan di atas, dapat diketahui bahwa atribut yang diatas rata-rata paling dipentingkan oleh konsumen adalah ala *princess* dan anggun sebagai kebutuhan dan keinginan yang utama. Atribut ala *princess* dan anggun tersebut berhubungan dengan keanggunan. Penyusunan penilaian terhadap prioritas produk seperti tabel pada halaman berikutnya.

Nilai Prioritas Produk	***Relative Importance Index (Weight Factors)***
1) Anggun, mewah	4
2) Muslimah	2
3) Kenyamanan	3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4) Ala Princess	5
5) Warna	1

Tabel 4.2. *Weight factors* untuk keinginan dan kebutuhan konsumen

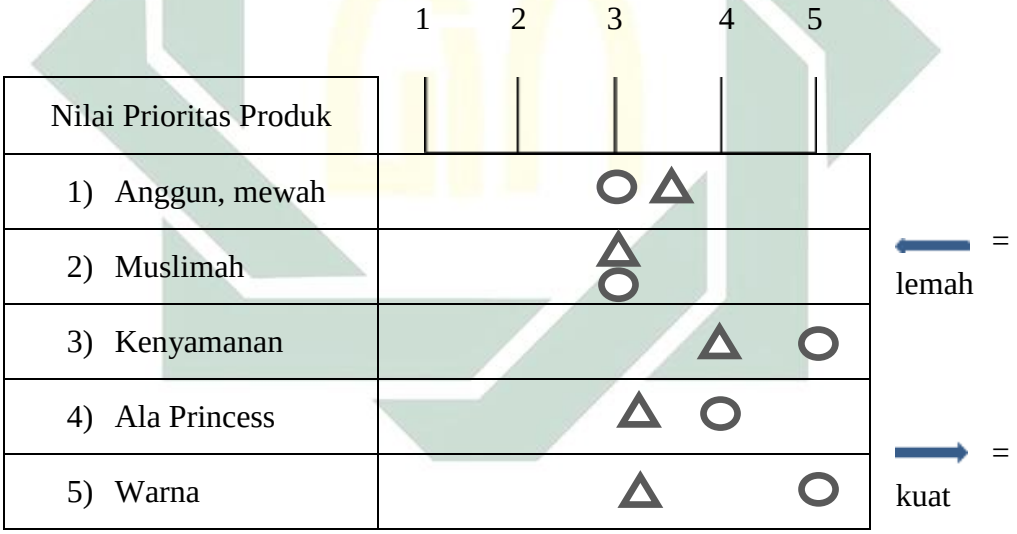
Kemudian, tahap selanjutnya dilakukan *benchmarking*. *Benchmarking* dilakukan bertujuan untuk mengidentifikasi produk pesaing agar Laksmi tetap dapat memiliki nilai-nilai tersendiri yang berbeda dengan produk pesaing tersebut. Dalam produk pesaing beberapa hal memang terlihat sama, namun memiliki perbedaan yang dapat dilihat. Warna produk pesaing juga cenderung warna-warna yang mencolok, sedangkan Laksmi memilih menggunakan warna-warna yang pastel, seperti warna *mint* dan *peach* untuk kombinasi, warna putih, warna ungu muda, Irham Adi Pratama mengatakan, "kalo pesaing, warnanya kebanyakan bermain di warna yang berani. Untuk Laksmi karakternya lebih ke arah *simple* elegan, jadi *simple* kurang lebihnya dibuat satu warna. Jarang yang banyak warna, terus kita yang *soft-soft* warnanya yang pastel."

Produk pesaing juga cenderung menggunakan bordir, sedangkan Laksmi menggunakan kombinasi bordir dan payet agar kesan mewah dapat ditampilkan oleh produk Laksmi, Sukinem mengatakan, "biasanya kalo disini kebanyakan *full* payet, tapi dia ada bordirnya gitu jadi kesannya biar ndak nggrumbel gitu, mbak." Laksmi juga mengombinasikan semi dress dengan kebaya pada rancangan produknya, yaitu ekor pada kebaya atasan untuk menutupi bagian pinggul

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pemakai kebaya nantinya, Irham Adi Pratama mengatakan, “kebaya laksmi mengkombinasikan desain kebaya dengan semi dress karena kebaya sendirikan cenderung baju yang ngepress jadi kita kombinasikan dengan semi dress. Eeee...mungkin tradisionalnya juga dapet, tapi lebih ke arah modern...”

Irham Adi Pratama menambahkan, “karena biasanya bagian tubuh wanita itu bagian pinggul ke bawah itu kalo ngepress kan kelihatan. Nah, karena kebaya itu ngepress kita buat ekor untuk menutupi lekuk tubuh.” Peneliti menganalisa produk buatan Laksmi dengan produk pesaing Laksmi. Gambaran detail *benchmarking* Laksmi dengan produk pesaing seperti pada gambar di bawah ini.



△ = produk pesaing ○ = produk sendiri

Tabel 4.3. Proses *Benchmarking*

Dalam tabel 4.3., diketahui bahwa beberapa nilai produk Laksmi lebih unggul daripada produk pesaing. *Benchmarking* dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh produk Laksmi unggul dengan produk pesaing. Pesaing produk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Laksmi adalah butik yang masih merancang kebaya yang tidak berjilbab. Beberapa atribut masih memiliki nilai lebih unggul daripada produk pesaing Laksmi. Atribut muslimah, payet, ala *princess*, warna, masih unggul produk Laksmi dengan produk pesaing. Untuk keanggunan, produk pesaing unggul beberapa point dari Laksmi.

Atribut Produk	*1 2 3 4 5*	*Target value*	*Improv. Rate*	*Rel. Imp. Index*	*Weight*	*Weight %)*
1. Anggun, mewah	○ △	*4*	*1.3*	*4*	*5.2*	*31*
2. Muslimah	△ ○	*4*	*1.3*	*2*	*2.6*	*15*
3. Kenyamanan	△ ○	*5*	*1*	*3*	*3*	*18*
4. Ala Princess	△ ○	*4*	*1*	*5*	*5*	*30*
5. Warna	△ ○	*5*	*1*	*1*	*1*	*6*
					16.8	*100*

Tabel 4.4. Perhitungan Modifikasi Rancangan Produk

Penilaian kepentingan produk dilakukan secara subjektif terhadap atribut dari produk kebaya yang dirancang. *Target value* pada HOQ (*House of Quality*) merupakan target nilai kepuasan yang ingin dicapai untuk produk yang dikembangkan. *Target value* dapat diukur dengan skala 1 sampai 5, (1=sangat tidak memuaskan), (2=Tidak memuaskan), (3=memuaskan), (4= cukup memuaskan) (5= sangat memuaskan). Setiap atribut mendapatkan bobot penilaian,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kemudian dibandingkan dengan nilai pesaing. Nilai *improvement rate* didapatkan dari hasil perbandingan antara nilai *target value* dengan nilai *evaluation score*. [36]

Skala penilaian untuk *improvement rate*, jika hasil <1= tidak ada perubahan, 1-1,5 = perbaikan sedang, >1,5 = perbaikan menyeluruh. Semakin tinggi nilai *weight* suatu atribut, maka semakin tinggi prioritas pengembanganya.[37] Berdasarkan tabel 4.4., dapat diketahui bahwa nilai *improvement rate* yang tidak perlu usaha perbaikan yaitu kenyamanan, ala *princess*, dan warna. Nilai tertinggi yang dicapai terdapat pada atribut anggun dan ala *princess*. Kedua atribut ini menjadi prioritas utama sebagai pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Zagloel dan Nurcahyo bahwa nilai *improvement ratio* menandakan besarnya usaha perbaikan yang perlu dilakukan.[38]

Pada QFD, setelah kebutuhan dan harapan konsumen dinyatakan dalam atribut *whats*, langkah selanjutnya dalam membangun matriks HOQ adalah membuat daftar respon teknik (atribut *hows*) yang akan berhubungan satu atau lebih dengan atribut *whats*. Respon teknik adalah langkah bagaimana perusahaan menjawab hal-hal yang diinginkan konsumen yang terdapat pada daftar atribut *whats* dengan berbagai sumber daya yang dimiliki perusahaan.[39] Untuk memperoleh respon teknik dilakukan wawancara dengan pihak manajemen Laksmi Kebaya Muslimah & Islamic Wedding Service Surabaya. Sukinem

---

[36] Mutiara Anggraeni, dkk., "Rancangan Meja Dapur Multifungsi Menggunakan Quality Function Deployment (QFD)", *Jurnal Reka Integra No. 2, Vol. 1*, (Jurusan Teknik Industri, Institut Teknologi Nasional Bandung, 2013), hal. 4
[37] Ibid,.
[38] T.Y.M. Zagloel dan Rahmat Nurcahyo, *TQM:Manajemen Kualitas Total dalam Perspektif Teknik Industri*, Jakarta: PT. Indeks, 2013, hal 82-83
[39] Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014, hal. 287

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengatakan bahwa proses perancangan produk kebaya membutuhkan waktu sekitar 2 minggu.

Perancangan produk ini masih belum dipayet. Payet hanya sebagai contoh untuk menyesuaikan warna dengan produk kebaya. Pada *fitting* pertama contoh payet ditunjukkan seperti ini modelnya sehingga konsumen mengetahui dan ukuran produk kebayanya disesuaikan. Jika produk kebaya kebesaran, maka dikecilkan. Pada waktu *fitting* kedua, payetnya sudah menempel pada bordir. *Fitting* kedua ini pihak Laksmi akan bertanya pada konsumen, kekurangan pada produk yang masih belum sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Kekurangan tersebut akan diperbaiki oleh tim produksi Laksmi. *Fitting* ketiga, jika produk kebaya sudah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen bisa langsung dibawa pulang.

No.	Respon Teknis (*hows*)	
	Atribut	Keterangan
1.	Sketsa	Pemilihan model rancangan antara owner dengan konsumen.
2.	Pemilihan bahan berkualitas	Belanja bahan, seperti kain dan payet yang memiliki kualitas unggulan. Hal ini dilakukan karena setelah dijahit, bahan akan terlihat bagus atau tidaknya dari elastisitas dan efek swing pada bahan.
3.	Proses perancangan	Proses perancangan dilakukan oleh tim produksi dengan keterampilan yang profesional dalam bidangnya.
4.	*Fitting* pertama	Pengepasan pertama dilakukan untuk mengepas ukuran konsumen dengan produk. Pengepasan ini dilakukan dengan pihak sales offline dan konsumen, kemudian segala informasi tentang produk akan disampaikan kepada tim produksi.
5.	Kepastian warna payet dengan konsumen, Pemasangan payet	Pemilihan warna payet juga memiliki peran penting. warna yang kontras cenderung akan menampilkan kesan kuat dan elegan, sedangkan warna pastel menunjukkan kesan natural.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6.	*Fitting* kedua	Pengepasan kebaya yang kedua ini bertujuan untuk menunjukkan tahap akhir dari perancangan produk. Apabila konsumen merasa kurang berkenan, konsumen dapat mengatakan keinginannya untuk lebih memperindah produk tersebut.
7.	quality control, perbaikan rancangan yang kurang	Proses perbaikan dapat dilakukan apabila konsumen komplain. Pihak *finishing* akan tetap mengecek apakah masih ada kekurangan-kekurangan pada produk, misal ada bagian payet yang terlepas, juga kenyamanan ketika mengenakan produk tersebut.
8.	*Fitting* and finish	Setelah pengepasan terakhir dan konsumen merasa puas, , maka produk dapat dibawa pulang.

Tabel 4.5. Keterangan Respon Teknis

Setelah itu, atribut *hows* dihubungkan dengan atribut *whats*, sehingga menjadi tabel 4.6. di bawah ini.

(Tabel 4.6. Parameter Teknis) **Atribut Produk**	Sketsa	Pemilihan bahan	Proses perancangan	*Fitting* pertama	Kepastian warna payet,Pemasangan payet	*Fitting* kedua	quality control	*Fitting* and finish	**Relative Importance**
1. Anggun, mewah									*4*
2. *Muslimah*									*2*
3. *Kenyamanan*									*3*
4. Ala Princess									*5*
5. Warna									*1*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.6. menunjukkan hubungan antara keinginan konsumen dengan karakteristik teknis produk. Setelah pembuatan tabel untuk atribut *hows*, langkah selanjutnya dalam penyusunan HOQ adalah menghubungkan antara atribut harapan konsumen (*whats*) dengan respon teknik (*hows*). Setiap atribut *hows* mungkin akan mempengaruhi lebih dari satu atribut *whats*.

Atribut Produk	Sketsa	Pemilihan bahan	Proses perancangan	*Fitting* pertama	Kepastian warna payet dan Pemasangan payet	*Fitting* kedua	Quality control	*Fitting* and finish	**Relative Importance Index**
1. Anggun, mewah	279 ○	31 △	279 ○		93 □	279 ○	93 □	93 □	*4*
2. *Muslimah*	45 □						15 △	45 □	*2*
3. *Kenyamanan*		162 ○	162 ○	162 ○		162 ○	162 ○	162 ○	*3*
4. Ala Princess	270 ○		270 ○	90 □			270 ○	270 ○	*5*
5. Warna	18 □	18 □			54 ○		54 ○	54 ○	*1*

Tabel 4.7. Matriks Interaksi

Tabel 4.7., menunjukkan hubungan atribut *whats* dengan atribut *hows.* Hubungan tersebut dapat disimpulkan dengan tanda lingkaran pada setiap kolom menunjukkan keterikatan yang kuat. Kolom sketsa, tanda lingkaran terdapat pada atribut produk anggun dan ala princess. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menyukai sketsa produk yang menunjukkan keanggunan dan berbentuk gaun yang bagian bawahnya mekar. Kolom pemilihan bahan, pada atribut produk kenyamanan memiliki pengaruh kuat sebagai atribut yang diinginkan oleh

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

konsumen. Kolom proses perancangan, pada atribut produk anggun, kenyamanan, ala *princess* memiliki hubungan yang kuat dan diinginkan oleh konsumen.

Proses perancangan ini meliputi proses pemotongan pola. Proses pembuatan pola ini memerlukan keakuratan pengukuran dan ketepatan pemotongan ukuran, karena apabila salah sedikit saja akan merubah bentuk jadinya produk tersebut. Setelah bagian pola selesai, bahan tersebut kemudian dijahit. Menjahit merupakan suatu keterampilan yang menggabungkan pola-pola produk kebaya dapat menjadi suatu kesatuan yang utuh. Keahlian menjahit juga memerlukan ketelatenan, sehingga kenyamanan dapat dirasakan ketika seseorang mengenakan produk rancangan tersebut. Nilai kenyamanan sangat memiliki hubungan kuat dalam proses ini.

Setelah proses perancangan, konsumen akan melakukan *fitting* produk yang pertama. *Fitting* produk kebaya dilakukan untuk memastikan ukuran produk kebaya sudah tepat atau belum. Pada umumnya, produk yang dicoba konsumen ini ukurannya sedikit kebesaran. Hal ini dilakukan karena apabila kekecilan akan menjadi sangat susah untuk dibesarkan. Dalam proses *fitting* produk kebaya ini, hal yang menjadi poin utama adalah kenyamanan.

Kolom kepastian warna payet dan pemasangan payet ini dilakukan pada *fitting* pertama dengan memberikan contoh payet kepada konsumen. Hal ini dilakukan agar payet benar-benar sesuai dengan keinginan konsumen. Pemasangan payet juga memiliki peran penting dalam memberikan kesan anggun. Dalam hal ini warna juga memberikan poin penting dalam menampilkan kesan produk kebaya tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setelah proses pemasangan payet, dilakukan *fitting* kedua untuk pengepasan ukuran dan kebaya secara keseluruhan. Pada *fitting* kedua ini, atribut anggun dan kenyamanan memiliki hubungan yang kuat dalam proses ini. Kemudian dilakukan pengecekan payet kembali agar hasil perancangan produk kebaya lebih memuaskan. Pada proses pengecekan kembali, atribut kenyamanan, ala *princess*, dan warna memiliki nilai kuat satu sama lain. Setelah dilakukan pengecekan, maka produk kebaya sudah bisa dibawa pulang oleh konsumen.

Atribut Produk	Sketsa	Pemilihan bahan	Proses perancangan	*Fitting* pertama	Kepastian warna payet dan Pemasangan payet	*Fitting* kedua	quality control	*Fitting* and finish	**Relative Importance Index**
1. Anggun, mewah	279 ○	31 △	279 ○		93 □	279 ○	93 □	93 □	*4*
2. *Muslimah*	45 □						15 △	45 □	*2*
3. *Kenyamanan*		162 ○	162 ○	162 ○		162 ○	162 ○	162 ○	*3*
4. Ala Princess	270 ○		270 ○	90 □			270 ○	270 ○	*5*
5. Warna	18 □	18 □			54 ○		54 ○	54 ○	*1*
Sum scores	612	211	711	252	147	441	594	624	*3.592*
Priority (%)	17	6	20	7	4	12	17	17	*100%*

Tabel 4.8. Matriks Interaksi Kedua

Setelah melakukan penilaian antara atribut *hows* dengan *whats*, dilakukan penjumlahan nilai untuk mengetahui atribut yang perlu mendapatkan perhatian

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

utama dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Tabel 4.8. menunjukkan bahwa untuk dapat melayani konsumen secara lebih efektif harus memprioritaskan sesuai dengan urutan prioritas dari respon teknis. Adriantantri menjelaskan bahwa nilai prioritas tertinggi akan memberikan kontribusi terbesar dalam memenuhi kebutuhan konsumen tersebut.[40] Prioritas respon teknis yang paling tinggi adalah proses perancangan, sehingga Laksmi disarankan untuk memprioritaskan atribut ini untuk meningkatkan kualitas produk dalam perancangan produk kebaya Laksmi.

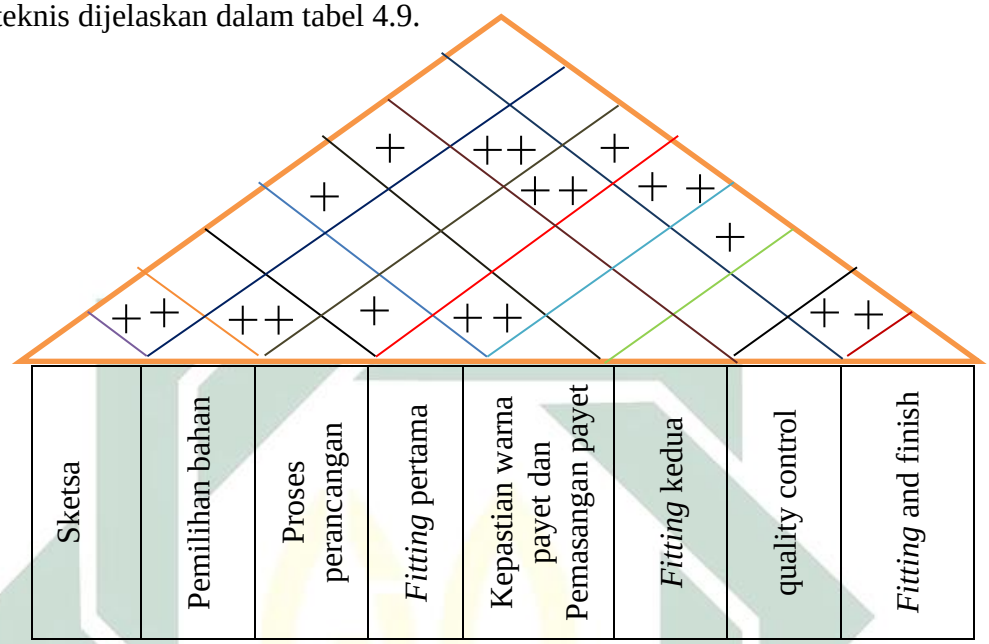
Pada teknis perancangan, tim produksi memang mengerjakan banyak sekali produk kebaya. Hal ini seringkali membuat fokus menjadi berkurang terhadap satu perancangan kebaya. Pihak Laksmi mengantisipasi hal tersebut dengan merekrut banyak tenaga kerja. Tenaga kerja yang direkrut harus memiliki keahlian dalam bidangnya seperti menjahit manual tanpa mesin untuk payet. Pengambilan tenaga kerja dari luar biasanya dilakukan saat Laksmi sedang banyak pesanan. Hal ini membuat pekerjaan Laksmi menjadi lebih cepat selesai.

Tahap selanjutnya, atribut *hows* merupakan serangkaian hal yang harus diselesaikan oleh tim produksi. Tindakan-tindakan yang dilakukan oleh tim produksi adalah jawaban untuk perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain menentukan hubungan antara atribut *whats* dan *hows*, hubungan antar atribut *hows* juga harus ditentukan. Hal tersebut dilakukan dengan

[40] Emmalia Adriantantri, "Aplikasi Metode Quality Function Deployment (QFD) Dalam Usaha Memenuhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Aqua Gelas 240 Ml Pada Pt. Tirta Investama Pandaan", *Prosiding Seminar Nasional Teknoin 2008 Bidang Teknik Industri*, (Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Nasional Malang, 2008), hal. 37-44

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tujuan agar dapat mengetahui apakah proses yang terdapat dalam atribut *hows* tersebut saling mengganggu atau saling mendukung. Simbol hubungan antar respon teknis dijelaskan dalam tabel 4.9.



Simbol	**Keterangan**	**Nilai**
++	Hubungan Positif Kuat	4
+	Hubungan Positif Sedang	3
-	Hubungan Negatif Sedang	2
--	Hubungan Negatif Kuat	1

Tabel 4.9. Interaksi dengan Parameter Teknis

Dalam tabel 4.9. dapat diketahui bahwa, kolom yang memiliki tanda positif pada setiap proses yang dilakukan oleh tim produksi memiliki hubungan yang kuat untuk mempengaruhi satu sama lain. Jika salah satu pekerjaan ada yang belum selesai, maka tim bagian selanjutnya juga akan tersendat pekerjaannya. Jika dalam tabel terdapat tanda negatif, maka atribut tersebut tidak terlalu mempengaruhi dengan atribut yang lain.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Atribut Produk	Sketsa	Pemilihan bahan	Proses perancangan	*Fitting* pertama	Kepastian warna payet dan Pemasangan payet	*Fitting* kedua	quality control	*Fitting* and finish	**Relative Importance Index**
1. Anggun, mewah	279	31	279		93	279	93	93	*4*
2. *Muslimah*	45						15	45	*2*
3. *Kenyamanan*		162	162	162		162	162	162	*3*
4. Ala Princess	270		270	90			270	270	*5*
5. Warna	18	18			54		54	54	*1*

Sum scores	612	211	711	252	147	441	594	624	*3.592*
Priority (%)	17	6	20	7	4	12	17	17	*100%*

Tabel 4.10. Penetapan *Target Values*

Dalam tabel 4.10., konsumen menyukai sketsa produk yang menunjukkan keanggunan dan berbentuk gaun yang bagian bawahnya mekar. Pada atribut produk kenyamanan memiliki pengaruh kuat sebagai atribut yang diinginkan oleh konsumen. Pada kolom proses perancangan, pada atribut produk anggun, kenyamanan, ala princess memiliki hubungan yang kuat dan diinginkan oleh konsumen. Atribut kenyamanan sangat memiliki hubungan kuat dalam proses ini.

Pada proses *fitting*, hal yang menjadi point utama adalah kenyamanan. Pemasangan payet juga memiliki peran penting dalam memberikan kesan anggun. Setelah proses pemasangan payet, dilakukan *fitting* kedua untuk pengepasan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ukuran dan kebaya secara keseluruhan. Pada *fitting* kedua, atribut anggun dan kenyamanan memiliki hubungan yang kuat dalam proses ini. Pada proses pengecekan kembali, atribut kenyamanan, ala princess, dan warna memiliki nilai kuat satu sama lain.

Tabel 4.10. juga mengisyaratkan untuk dapat melayani konsumen secara lebih efektif. Efektif dalam melayani konsumen harus memprioritaskan sesuai dengan urutan prioritas dari respon teknis. Prioritas respon teknis yang paling tinggi adalah proses perancangan, sehingga Laksmi disarankan untuk memprioritaskan atribut ini untuk meningkatkan kualitas produk dalam perancangan produk kebaya Laksmi. Tabel 4.10. juga menggambarkan hubungan atribut *hows* dengan atribut lainnya saling berhubungan kuat, sehingga saling mempengaruhi satu sama lain. Jika salah satu pekerjaan ada yang belum selesai, maka tim bagian selanjutnya juga akan tersendat pekerjaannya. Jika dalam tabel terdapat tanda negatif, maka atribut tersebut tidak terlalu mempengaruhi dengan atribut yang lain.

Dalam hal perbaikan rancangan produk untuk produk kebaya dilakukan sebelum produk kebaya selesai dibuat. Hal ini dilakukan karena produk terbuat dari bahan tile yang mudah sekali melar. Penggunaan bahan ini hanya dapat dilakukan sekali saja. Jika bahan ini digunakan dalam perancangan, kemudian terdapat perubahan rancangan, maka dapat dikatakan hasil akhir dari rancangan produk ini jika dikenakan konsumen terlihat tidak rapi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id