BAB III
GAMBARAN UMUM INDUSTRI KERUDUNG ATIKA COLLECTION

A. Profil Perusahaan

Atika Collection adalah sebuah industri kerudung siap pakai yang terletak di Desa Keduyung, Kecamatan Laren, Kabupaten Lamongan. Nama Atika diambil dari nama putri ketiga pemilik Atika Collection yang bernama Atikatus Sa'idah. Industri kerudung Atika Collection didirikan oleh Ibu Hj. Kholifah sekitar sembilan tahun yang lalu, yakni pada tahun 2005. Bisnis ini bermula dengan keinginan Ibu Hj. Kholifah untuk menciptakan lowongan pekerjaan bagi ibu-ibu rumah tangga di Desa Keduyung. Dengan mendatangkan pelatih kursus menjahit dan bordir dari luar daerah, tujuannya yaitu untuk melatih para ibu rumah tangga tersebut sampai mahir dalam membuat kerudung. Semula bisnis ini hanya usaha kecil-kecilan, hingga sampai sekarang usahanya semakin berkembang besar, dan memiliki pekerja sekitar 30 orang pekerja.[1]

Atika Collection digolongkan sebagai industri kecil menengah, "industri kecil menengah adalah sebuah jenis usaha kecil yang merupakan usaha yang berdiri sendiri, dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah serta bangunan tempat usaha."[2]

Industri kecil menengah juga dikategorikan sebagai industri atau

---

[1] Kholifah, *Wawancara*, Keduyung, 26 Oktober 2014.
[2] "Usaha kecil dan Menengah", dalam http://id.wikipedia.org/wiki/Usaha_Kecil_dan_Menengah, diakses pada 06 November 2014.

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

usaha yang memiliki atau mencapai omset kurang dari Rp 1.000.000.000 per tahun. Atika Collection sendiri dapat mencapai omset penjualan dalam setiap minggunya bisa mencapai sekitar Rp 20.000.000.[3] jika di hitung untuk satu tahunnya Rp 20.000.000 x 48 minggu = 960.000.000 itu laba kotornya. Jadi Atika Collection bisa digolongkan sebagai industri kecil menengah dengan omset penjualan kurang dari Rp 1.000.000.000 per tahun. Pesanan yang paling ramai adalah pada saat bulan *Ramaḍān* tiba.

Produk yang diproduksi Atika Collection adalah kerudung siap pakai, baik untuk kalangan anak-anak, remaja, maupun ibu-ibu. Dengan model yang beragam, mulai yang polosan, kombinasi motif, dan kombinasi dengan kain sifon.

Penjualan kerudung dilakukan melalui pesanan dari pembeli langsung dengan cara grosir atau langsung dijual eceran di pasaran. Setiap tiga kali seminggu Atika Collection mengirim produknya ke Surabaya, dan juga sekarang pengiriman produksi kerudungnya sudah sampai ke luar Jawa, seperti: Kalimantan dan Ternate.[4]

Dilihat dari segi pesaing, industri kerudung memang banyak dijumpai di Kabupaten Lamongan, dan bisa dikatakan Atika Collection mempunyai pesaing yang cukup banyak. Di daerah Lamongan sendiri ada lebih dari sepuluh industri lokal yang juga memproduksi kerudung siap

---

[3] Rendra Rediantoni, "Defenisi Usha Mikro Kecil Menengah UMKM", dalam http://rendrarediantoni.wordpress.com/2013/05/14/definisi-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm/rendrarediantoni diakses pada 17 November 2014.

[4] Kholifah, *Wawancara*, Keduyung, 1 Desember 2014.

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

pakai di antaranya yang paling banyak ada di Desa Sendang Agung Paciran Lamongan, disana kurang lebih ada tujuh industri kerudung siap pakai.[5] Namun, untuk di Desa Keduyung sendiri, Atika Collection memiliki peluang yang besar karena belum ada industri kerudung di daerah tersebut. Apalagi di daerah tersebut agamanya sangat kental mayoritas warganya memakai kerudung ditambah lagi banyaknya lembaga-lembaga pendidikan seperti sekolah-sekolah dasar dan pondok pesantren yang merupakan pelanggan tetap Atika Collection untuk membuat kerudung seragam. Untuk pemasok bahan baku atau kain, benang, dan lain-lain, pihak Atika Collection memesan langsung dari Surabaya.

Manajemen yang digunakan Atika Collection masih tergolong rendah, hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan pemilik tentang strategi pemasaran maupun strategi bersaing dengan industri lain. Walaupun demikian, dalam mengembangkan usahanya, Atika Collection sangat memperhatikan mutu bahan dan kualitas garapan kerudungnya. Itulah yang menjadikan Atika Collection masih bisa berkembang sampai sekarang.[6]

[5] Dian Kumala, *Wawancara*, Surabaya, 24 Desember 2014
[6] Kholifah, *Wawancara*, Keduyung, 1 Desember 2014.

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. Analisis SWOT Industri Kerudung Atika Collection

1. Faktor-faktor Ekternal Industri Kerudung Atika Collection

   a. Faktor Peluang

      1) Belum ada industri kerudung lain di Desa Keduyung selain Atika Collection.
      2) Trend hijaber yang makin diminati kaum wanita muslimah.
      3) Adanya pesantren, madrasah, dan ibu-ibu pengajian yang menjadi pelanggan tetap dalam memesan kerudung.
      4) Mayoritas penduduk sekitar kaum wanitanya berkerudung.
      5) Adanya dukungan dari pemda Lamongan.

   b. Faktor Ancaman

      1) Strategi dan kekuatan pesaing.
      2) Harga bahan baku yang semakin mahal.
      3) Banyaknya pendatang baru.
      4) Banyaknya produk subtitusi.
      5) Munculnya kerudung atau produk-produk buatan Cina yang kualitasnya bagus dan harganya lebih murah.

2. Faktor-faktor Internal Industri Kerudung Atika Collection

   a. Faktor Kekuatan

      1) Harga relative terjangkau.
      2) Atika Collection sudah mempunyai distribusi pemasaran yang tetap.
      3) Mempunyai citra produk yang baik dimata pelanggan.

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) Model kerudung yang disukai pelanggan, yaitu ukuran ciput yang panjang, jahitan yang halus, dan kain yang adem.

5) Kepuasan pelanggan tercapai.

b. Faktor Kelemahan

1) Tempat usaha yang kurang strategis.

2) Manajemen yang digunakan masih sederhana.

3) Pada bagian produksi pengelolaannya masih banyak yang menggunakan tenaga manusia, sehingga masa produksi memakan waktu yang agak lama.

4) Produk atau merk yang belum begitu dikenal masyarakat secara luas.

5) Desain kerudung yang sama dengan model atau desain kerudung yang dipasaran.

3. Analisis Faktor Ekternal dan Internal

Analisis SWOT Industri Kerudung Atika Collection				
Faktor-Faktor Strategi Eksternal		Bobot	Rating	Bobot X Rating
No	Peluang			
01	Belum ada industri kerudung lain di Desa Keduyung selain Atika Collection.	0,20	4	**0,80**
02	Trend hijaber yang makin diminati kaum wanita muslimah.	0,15	4	**0,60**
03	Adanya pesantren, madrasah, dan ibu-ibu pengajian yang menjadi pelanggan tetap dalam memesan kerudung.	0,10	3	**0,30**
04	Mayoritas penduduk sekitar kaum wanitanya berkerudung.	0,08	3	**0,24**
05	Adanya dukungan dari pemda	0,05	3	**0,15**

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

	Lamongan.			
Total		**0,58**		**2.09**

Ancaman		Bobot	Rating	Bobot X Rating
01	Strategi dan kekuatan pesaing.	0,10	2	**0,20**
02	Harga bahan baku yang semakin mahal.	0,10	1	**0,10**
03	Banyaknya pendatang baru.	0,05	1	**0,05**
04	Banyaknya produk subtitusi.	0,05	1	**0,05**
05	Munculnya kerudung atau produk-produk buatan Cina yang kualitasnya bagus dan harganya lebih murah.	0,12	2	**0,24**
Total		**0,42**	**7**	**0,64**

Analisis SWOT Industri Kerudung Atikah Collection				
Faktor-Faktor Strategi Internal		Bobot	Rating	Bobot X Rating
No	Kekuatan			
01	Harga relative terjangkau.	0,10	3	**0,30**
02	Atika Collection sudah mempunyai distribusi pemasaran yang tetap.	0,15	4	**0,60**
03	Mempunyai citra produk yang baik dimata pelanggan.	0,08	4	**0,32**
04	Model kerudung yang disukai pelanggan, yaitu ukuran ciput yang panjang, jahitan yang halus, dan kain yang adem.	0,09	4	**0,28**
05	Kepuasan pelanggan tercapai.	0,11	4	**0,44**
Total		**0,53**		**1.94**

No.	Kelemahan	Bobot	Rating	Bobot X Rating
01	Tempat usaha yang kurang strategis.	0,09	2	**0,18**
02	Manajemen yang digunakan masih sederhana.	0,09	2	**0,18**
03	Pada bagian produksi pengelolaannya masih banyak	0,10	1	**0,10**

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

U	yang menggunakan tenaga manusia, sehingga masa produksi memakan waktu yang agak lama.			
04	Produk atau merk yang belum begitu dikenal masyarakat secara luas.	0,10	1	**0,10**
05	Desain kerudung yang sama dengan model atau desain kerudung yang dipasaran.	0,09	2	**0,18**
Total		**0,47**		**0,74**

a. Keterangan tabel :

1) Faktor Peluang

a) Belum ada industri kerudung lain di Desa Keduyung selain Atika Collection berbobot 0,20 dengan rating 4 menunjukkan bahwa faktor ini merupakan peluang yang baik untuk Atika Collecttion. Di mana Atika Collection adalah satu-satunya industri kerudung yang terdapat di Desa Keduyung, dan belum ada pesaing lain yang ada di desa tersebut.

b) Trend hijaber yang makin diminati kaum wanita muslimah. Faktor ini berbobot 0,15 dengan rating 4 menunjukkan bahwa tern hijaber sebagai salah satu peluang yang mempengaruhi perkembangan bisnis Atika Collection. Dengan Trend hijaber yang makin diminati kaum wanita muslimah, maka akan menjadi peluang untuk Atika Collection dalam memasarkan produk kerudungnya, pihak Atika Collection dapat membuat model-model kerudung yang sesuai dengan keinginan pasar agar produknya diminati konsumen.

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) Adanya pesantren, madrasah, dan ibu-ibu pengajian yang menjadi pelanggan tetap dalam memesan kerudung. Faktor ini berbobot 0,10 dengan rating 3, faktor ini merupakan peluang yang juga mempengaruhi kelangsungan industri Atika Collection karena adanya pelanggan tetap akan berpengaruh pada kelangsungan bisnis Atika Collection.

d) Mayoritas penduduk sekitar kaum wanitanya berkerudung. Faktor ini berbobot 0,08 dengan rating 3, faktor ini menjadi peluang tersendiri bagi Atika Collection untuk memasarkan kerudungnya.

e) Adanya dukungan dari pemda Lamongan. Berbobot 0,05 dengan rating 3 walaupun nilainya tidak seperti faktor-faktor lain tapi faktor ini juga menjadi peluang bagi Atika Colection karena dengan adanya dukungan dari pemda Lamongan maka tidak halangan lagi dari segi politik dalam mengembangkan usahanya.

2) Faktor Ancaman

a) Strategi dan kekuatan pesaing. faktor ini berbobot 0,10 dan memiliki rating 2, faktor ini merupakan salah satu ancaman yang berpengaruh dalam berkembangan bisnis Atika Collection karena strategi pesaing dan kekuatan pesaing dapat mengancam keberlangsungan usahanya.

b) Harga bahan baku yang semakin mahal. Faktor ini dengan bobot 0,10 dan ranting 1 bisa menjadi ancaman bagi Atika Collection, karena faktor ini dapat mempengaruhi biya

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

produksi, sehingga Atika Collection diharapkan untuk dapat memilih pemasok secara efesien.

c) Banyaknya pendatang baru. Faktor ini berbobot 0,05 dan memiliki ranting 1, dengan banyaknya pendatang baru maka semakin banyak juga pesaing baru. Namun untuk faktor ini tidak terlalu berpengaruh bagi Atika Collection, karena bagi Atika Collection sendiri, strategi ini bisa disiasati dengan strategi menjaga kualitas bahan baku dan jahitan kerudung dengan begitu loyalitas pelanggan akan terjaga.

d) Banyaknya produk subtitusi. Faktor ini berbobot 0,05 dan memiliki rating 1. Di mana faktor ini akan mempengaruhi Atika Collection dalam segi model kerudung. Atika Collection harus bisa membuat suatu inovasi berkelanjutan agar kerudung Atika Collection dapat mempertahankan keloyalan pelanggan.

e) Munculnya kerudung atau produk-produk buatan Cina yang kualitasnya bagus dan harganya lebih murah. Faktor ini berbobot 0,12 dan nilai ratingnya 2, faktor ini sangat berpengaruh atau merupakan ancaman yang berpengaruh besar bagi Atika Collection , karena Atika Collection dihadapkan kepada kerudung made in Cina yang terkenal dengan harga yang murah dan kualitas lumayan bagus. Hal ini dapat

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

menarik minat konsumen. jadi Atika Collection harus bisa bersaing dalam segi harga dan kualitas.

3) Faktor Kekuatan

a) Harga relative terjangkau. Faktor ini berbobot 0,10 dan mempunyai rating 3, dengan faktor ini Atika Collection dapat menarik minat pembeli dalam segi harga, sekaligus merupakan kekuatan untuk bersaing dengan produk Cina.

b) Atika Collection sudah mempunyai distribusi pemasaran yang tetap. Faktor ini mempunyai 0,15 dan rating 4, ini merupakan aspek kekuatan tersendiri di bidang pemasarang kerudung, sehingga Atika Collection tidak bingung-bingung untuk memasarkan produk mereka.

c) Mempunyai citra produk yang baik dimata pelanggan. Faktor ini mempunyai 0,08 dan rating 4, dengan mempunyai citra produk yang baik dimata pelanggan akan mencipatakan keloyalan pelanggan.

d) Model kerudung yang disukai pelanggan, yaitu ukuran ciput yang panjang, jahitan yang halus, dan kain yang adem. Faktor ini mempunyai 0,09 dan rating 4. Faktor ini mempunyai bobot dan rating yang kuat, dan merupakan ciri khas Atika Collection yang membedakan dengan kerudung produk lain dan merupakan keunggulan Atika Collection yang membuat

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

pelanggan nyaman untuk memakai kerudung buatan Atika Collection.

e) Kepuasan pelanggan tercapai. Faktor ini mempunyai 0,11 dan rating 4, faktor ini berpengaruh kuat ke Atika Collection, karena kalau kepuasan pelanggan tercapai loyalitas pelanggan akan terbentuk, dan itu akan menjadi kekuatan tersendiri bagi Atika Collection.

4) Faktor Kelemahan

a) Tempat usaha yang kurang strategis. Faktor ini mempunyai bobot 0,09 dan rating 2. Desa keduyung tempatnya kurang strategis jadi untuk mempromosikan produk Atika Collection kurang efektif.

b) Manajemen yang digunakan masih sederhana. Bobot 0,09 rating 2, karena ini masih 8industri rumahan maka manajemennya pun masih sedrhana.

c) Pada bagian produksi pengelolaannya masih banyak yang menggunakan tenaga manusia, sehingga masa produksi memakan waktu yang agak lama. 0,10 rating 1. Ini bisa menghambat produktifitas Atika Collection.

d) Produk atau merk yang belum begitu dikenal masyarakat secara luas. Faktor ini mempunyai bobot 0,10 dan rating 1. Faktor ini merupakan kelemahan Atika Collection yang akan menghambat pemasaran kerudung, sehingga perlu dilakukan

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

beberapa strategi untuk mengenalkan kerudung Atika Collection kepada masyarakat luas di antaranya seperti strategi pengembangan pasar dan pengembangan produk.

e) Desain kerudung yang sama dengan model atau desain kerudung yang dipasaran. Faktor ini mempunyai 0,09 dan rating 2. Faktor ini cukup berpengaruh pada Atika Collection, karena dengan model yang pasaran maka tidak mempunyai ciri khas yang membedakan dengan produk lain atau para pesaing.

b. Analisis Matrik SWOT

Analisis matrik SWOT digunakan untuk membuat strategi alternatif dengan menggabungkan faktor-faktor yang ada diperusahaan yaitu faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Matrik SWOT Industri Kerudung Atikah Collection		
	Kekuatan (S)	**Kelemahan (W)**
	1. Harga relative terjangkau.	1. Tempat usaha yang kurang strategis.
	2. Atika Collection sudah mempunyai distribusi pemasaran yang tetap.	2. Manajemen yang digunakan masih sederhana.
	3. Mempunyai citra produk yang baik dimata pelanggan.	3. Pada bagian produksi pengelolaannya masih banyak yang menggunakan tenaga manusia, sehingga masa produksi memakan waktu yang agak lama.
	4. Model kerudung yang disukai pelanggan,	4. Produk yang belum begitu dikenal

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

	yaitu ukuran ciput yang panjang, jahitan yang halus, dan kain yang adem.	masyarakat secara luas.
	5. Kepuasan pelanggan tercapai.	
Peluang (O)	**Strategi SO**	**Strategi WO**
1. Belum ada industri kerudung lain di Desa Keduyung selain Atika Collection.	1. Menciptakan kerudung dengan model-model baru yang sesuai dengan selera konsumen, dan mengedepankan mutu dan kualitas bahan dan jahitan. (S4,O2)	1. Menambah cabang baru yang lebih strategis. (W1,O1)
2. Tren hijaber yang makin diminati kaum wanita muslimah.	2. Meningkatkan dan menambah citra produk yang baik dikalangan pelanggan.(S3,O3)	2. Memperbaiki manajemen yang sudah ada.(W2,O1)
3. Adanya pesantren, madrasah, dan ibu-ibu pengajian yang menjadi pelanggan tetap dalam memesan kerudung.	3. Meningkatkan produksi dan memperluas pemasarannya.(S2,O5)	3. Meningkatkan promosi produk kepada masyarakat luas. (W4, O2)
4. Mayoritas penduduk sekitar kaum wanitanya berkerudung.		
5. Adanya dukungan dari pemda Lamongan.		
Ancaman (T)	**Stategi ST**	**Strategi WT**
1. Strategi dan kekuatan pesaing.	1. Menekan biaya produksi agar selain bersaing secara kualitas, Atika Collection juga dapat bersaing secara harga.	1. Mengatur seefektif dan seefesien mungkin biaya produksi agar tetap mendapatkan laba yang besar. Seperti

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

	(S1,T5)	memilih pemasok yang menawarkan harga yang lebih murah. (W2,T2)
2. Harga bahan baku semakin mahal.	2. Melakukan diferensiasi. (S4,T4)	2. Menyiapkan strategi yang efektif untuk menghadapi pesaing. (W2,T1)
3. Banyaknya pendatang baru.	3. Meningkatkan mutu dan kualitas produksi. (S4,T3)	
4. Banyaknya produk subtitusi.		
5. Munculnya kerudung atau produk-produk buatan Cina yang kualitasnya lumayan bagus dan harganya lebih murah.		

Sumbu X = selisih total kekuatan (S) - total kelemahan (W)

= 1,94-0,74

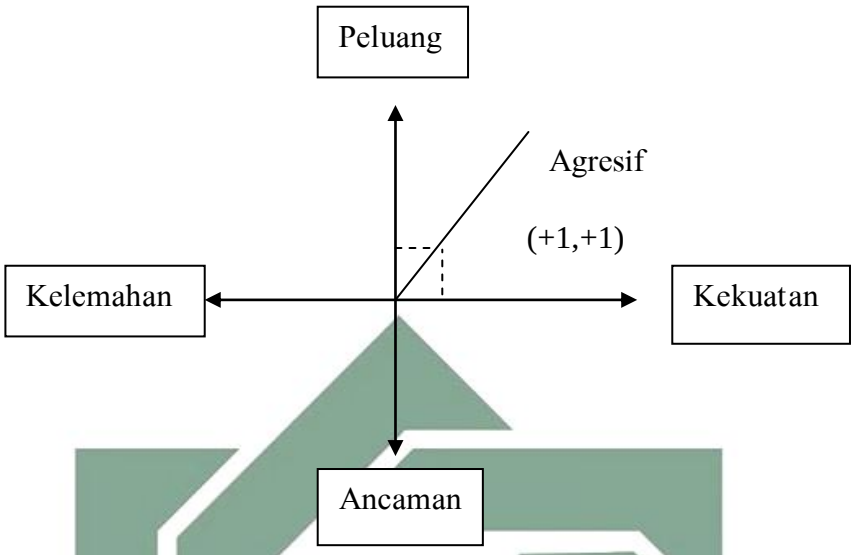
= 1,2

Sumbu Y = selisih total peluang (O) - total ancaman (T)

= 2,09-0,64

= 1,45

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



Dari hasil analisis SWOT tersebut dapat diketahui posisi Atika Collection terdapat pada Sel I atau kuadran I. Posisi ini menandakan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah agresif, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Sebuah perusahaan yang kuat secara finansial dan telah memiliki keunggulan kompetitif besar di industri yang tengah tumbuh dan stabil.[7]

Strategi tindakan yang disarankan dalam hal ini adalah: integrasi ke belakang, integrasi ke depan, integrasi horizontal, penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, diversifikasi (terkait atau tak terkait).[8]

[7] Fred R. David, *Strategic Management Strategi Manajemen Konsep*..., 335.
[8] Ibid., 260.

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. Strategi yang Dilakukan Atika Collection

Strategi yang digunakan Atika Collection dalam mengembangkan usa1hanya antara lain yaitu[9] :

1. Selalu Mengikuti Ternd Model Kerudung di Pasaran.

   Atika Collection selalu mengikuti ternd model kerudung di pasar, dengan mengikuti ternd model di pasar maka diharapkan produk yang diciptakan akan selelu diminati oleh pembeli

   Untuk masalah model dalam pembuatan kerudung di Atika Colection, desainnya sudah ditentukan oleh pemilik Atika Colection, jadi pekerja tinggal menjahit sesuai dengan desain yang ditentukan.[10]

2. Menjaga kualitas bahan baku

   Untuk menjaga loyalitas pelanggan Atika Collection selalu menjaga kualitas produknya. Bahan baku yang dipilih adalah kain yang tebal dan adem. Kebanyakan kain yang dibuat kerudung adalah kain kaos yang adem, waalapun begitu untuk kombinasinya memakai jenis kain sifon dan kain-kain lainnya.[11]

3. Harga yang terjangkau.

   Dengan harga yang terjangkau Atika Collection dapat menarik minat pembeli. Harga yang ditawarkan Atika Collection antara lain adalah sekitar Rp. 10.000, Rp. 15.000, Rp. 25.000, Rp. 50.000, tergantung dari model kerudung itu sendiri.

---

[9] Kholifah, *Wawancara*, Keduyung, 1 Desember 2014.
[10] Masulah, *Wawancara*, Keduyung, 9 Januari 2015.
[11] Ibid,.

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. Menjaga kualitas jahitan kerudung.

   Yang menjadi ciri khas Atika Collection adalah jahitan kerudung yang halus dan cipluk yang panjang sehingga nyaman dipakai, hal ini yang membuat krudung Atika Collection dicari oleh pembeli.

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