

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Obyek Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya UMKM Ecoprint Top Cemerlang**

UMKM Ecoprint Top Cemerlang adalah sebuah usaha kecil menengah (UMKM) yang berfokus pada pembuatan kerajinan dengan teknik ecoprint, yaitu teknik pencetakan yang memanfaatkan bahan-bahan alami seperti daun, bunga, dan batang tanaman. Usaha ini didirikan oleh Ibu Sri Ayuni. Usaha ini berlokasi di Bandar Lor Gg. XI RT.31/RW.06 Kecamatan Mojojoto, Kota Kediri. Usaha ini pertama kali berdiri pada tahun 2016, meskipun izin resmi untuk menjalankan usahanya baru diperoleh pada tahun 2019.<sup>40</sup>

Sejarah berdirinya UMKM Ecoprint Top Cemerlang dimulai dari ketertarikan Ibu Sri Ayuni terhadap seni ecoprint, yang dimulai setelah beliau mengikuti pelatihan di Yogyakarta, yang diselenggarakan oleh pemerintah Kota Kediri. Pengalaman ini menjadi dasar yang kuat dalam seni batik sebelum akhirnya beliau memutuskan untuk mendalami teknik ecoprint pada tahun 2016. Minat Ibu Ayuni terhadap teknik ini didorong oleh kecintaannya pada pewarnaan yang ramah lingkungan, menggunakan bahan-bahan alami dan bebas dari bahan sintetis. Saat itu, ecoprint masih tergolong teknik yang baru dan belum banyak digunakan

---

<sup>40</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ayuni selaku pemilik UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 19 Februari 2024

oleh pengusaha di Kota Kediri. Hal ini memberikan peluang besar bagi Ibu Sri Ayuni untuk mengembangkan usaha berbasis ecoprint, yang akhirnya dikenal dengan nama UMKM Ecoprint Top Cemerlang. Awal mendirikan usaha, produk yang dihasilkan masih berupa kain. Namun, seiring berjalannya waktu dan bertambahnya pengalaman, Ibu Sri Ayuni mulai mengembangkan produk lainnya dengan memanfaatkan kreativitas dan inovasi yang dimilikinya. Proses pengembangan ini dilakukan melalui strategi inovasi produk, yang memungkinkan berbagai jenis produk berbasis ecoprint untuk diperkenalkan kepada pasar.

## 2. Visi Misi UMKM Ecoprint Top Cemerlang

Visi:

Menjadi pelaku usaha yang sukses dengan berkontribusi aktif dalam pengembangan ecoprint di Indonesia.<sup>41</sup>

Misi:

- a. Mengelola usaha dengan standar etika yang tinggi, transparansi, dan kejujuran serta membangun kepercayaan dengan pelanggan, mitra, dan komunitas.
- b. Meningkatkan keterampilan produksi dan manajemen melalui pelatihan dan pembelajaran, guna menciptakan produk ecoprint yang berkualitas tinggi dan berdaya saing.

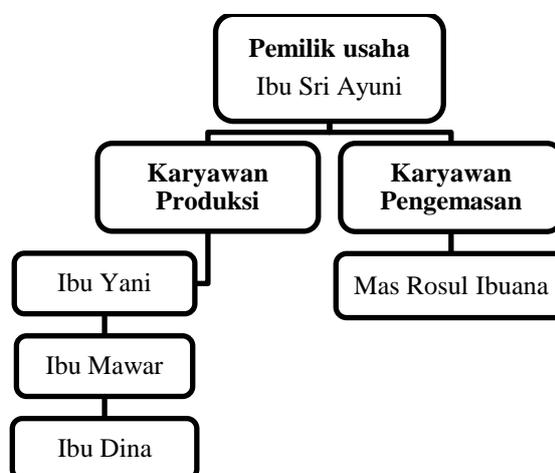
---

<sup>41</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ayuni selaku pemilik UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 19 Februari 2024

- c. Mengembangkan kreativitas dalam desain dan produksi ecoprint dengan terus mengikuti dan mengadaptasi tren terkini.
  - d. Melibatkan dan memberdayakan komunitas lokal dalam proses produksi, sehingga dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang luas bagi masyarakat sekitar.
  - e. Menggunakan bahan-bahan alami dan teknik ramah lingkungan dalam setiap tahap produksi, sebagai wujud komitmen terhadap pelestarian lingkungan dan warisan budaya.
3. Struktur Organisasi UMKM Ecoprint Top Cemerlang

Struktur organisasi menggambarkan susunan yang jelas mengenai fungsi dan tanggung jawab dalam suatu organisasi. Pada UMKM Ecoprint Top Cemerlang, struktur organisasi sangat penting untuk menciptakan kerangka kerja yang mendukung kelancaran operasional serta pencapaian tujuan yang diinginkan. Berikut adalah struktur organisasi yang diterapkan di UMKM Ecoprint Top Cemerlag.

**Gambar 4. 1**  
**Struktur Organisasi UMKM Ecoprint Top Cemerlang**



Berdasarkan gambar diatas, setiap individu memiliki tugas masing-masing yaitu sebagai berikut:<sup>42</sup>

a. Pemilik usaha

UMKM Ecoprint Top Cemerlang dipimpin langsung oleh pemilik usaha, Ibu Sri Ayuni, yang bertanggung jawab penuh atas operasional usaha. Tanggung jawab beliau meliputi perencanaan dan pengadaan bahan baku, perhitungan biaya operasional, penentuan harga produk, serta pengembangan dan pelaksanaan strategi pemasaran. Selain itu, Ibu Sri Ayuni juga terlibat aktif dalam proses produksi, memastikan bahwa setiap tahap produksi berjalan dengan lancar.

b. Karyawan produksi

Bagian produksi dikelola oleh Ibu Sri Ayuni dengan dukungan dari karyawan yang terlibat langsung dalam setiap tahap produksi. Tugas mereka mencakup pembuatan motif ecoprint, pemotongan kain, proses menjahit, hingga penyelesaian produk akhir. Kehadiran mereka sangat penting untuk memastikan kelancaran proses produksi serta menjaga konsistensi kualitas produk yang dihasilkan.

---

<sup>42</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ayuni selaku pemilik UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 19 Februari 2024

c. Karyawan pengemasan

Karyawan pengemasan bertanggung jawab untuk mengemas produk Ecoprint Top Cemerlang sesuai dengan permintaan dan preferensi konsumen. Tugas mereka tidak hanya terbatas pada pengemasan fisik produk, tetapi juga memastikan bahwa produk yang dikirimkan memiliki tampilan yang menarik, siap untuk dipasarkan, dan terlindungi dengan baik selama proses pengiriman. Bagian pengemasan terdiri dari karyawan yang bersifat tidak tetap, yang bekerja berdasarkan kebutuhan, terutama ketika ada pesanan dari luar kota. Kehadiran mereka bersifat fleksibel, dan mereka dipanggil untuk membantu saat pesanan meningkat, khususnya dari wilayah yang lebih jauh.

4. Proses produksi

a. Bahan baku

Bahan baku yang digunakan oleh UMKM Ecoprint Top Cemerlang untuk menciptakan produk yang berkualitas adalah sebagai berikut:<sup>43</sup>

- 1) Kain yang digunakan dalam produksi ecoprint berasal dari berbagai jenis serat, seperti linen, sutra, rayon, blacu, dan katun.

---

<sup>43</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Yani selaku karyawan produksi UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 19 Februari 2024

- 2) Bahan alami untuk motif ecoprint mencakup daun dan bunga, seperti daun jati, jarak wulung, mangga, pepaya, jambu, dan daun mint, serta bunga sepatu, mawar, dan kamboja.
- 3) Pewarna alami yang digunakan dalam proses ecoprint meliputi kunyit, kayu mahoni, kayu secang, kayu jolawe, bubuk delima, dan akar mengkudu.
- 4) Bahan pendukung yang digunakan dalam proses ecoprint meliputi campuran air tawas dan air cuka.

b. Alat produksi

UMKM Ecoprint Top Cemerlang menggunakan berbagai alat untuk mendukung proses produksi produk ecoprint, seperti meja, tali atau karet gelang, palu atau batu, panci, dan plastik. Alat-alat ini membantu dalam pembuatan motif, pengaturan bahan, dan proses pewarnaan produk ecoprint.

c. Tahap produksi

- 1) Langkah pertama adalah mencuci media/kain yang akan digunakan dengan menggunakan sabun khusus yang disebut tro (sabun tanpa warna dan pengharum). Pencucian ini bertujuan untuk menghilangkan kotoran yang mungkin melekat pada media tersebut.
- 2) Langkah berikutnya adalah proses mordanting, dilakukan dengan merebus media dalam larutan tawas. Proses ini penting karena membantu warna menempel lebih baik dan tahan lama.

- 3) Selanjutnya proses penempelan daun, bunga atau batang. Daun yang digunakan adalah daun yang mengandung zat tanin, seperti daun jati, karena zat ini membantu dalam transfer warna yang optimal ke media.
- 4) Setelah daun, bunga atau batang ditempelkan pada media, kain digulung dengan rapi dan kemudian di rebus. Proses steam ini membantu mengekstrak warna dari bahan yang digunakan.
- 5) Setelah proses *steam* selesai, keluarkan kain dan keringkan. Setelah kering, kain siap untuk dibentuk menjadi produk akhir sesuai dengan desain yang diinginkan.<sup>44</sup>

## **B. Paparan Data**

### **1. Strategi Inovasi Produk pada UMKM Ecoprint Top Cemerlang Kelurahan Bandar Lor Kecamatan Mojoroto Kota Kediri**

Inovasi produk dapat membuka peluang untuk memperluas pasar, meningkatkan loyalitas konsumen, dan mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Inovasi produk juga dilakukan dengan harapan dapat meningkatkan penjualan. UMKM Ecoprint Top Cemerlang memahami beberapa aspek penting dalam inovasi produk diantaranya.

---

<sup>44</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Mawar selaku karyawan produksi UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 19 Februari 2024

a. Lini Produk Baru

UMKM Ecoprint Top Cemerlang melakukan inovasi produk dengan memperluas lini produk baru tanpa menghilangkan produk yang sebelumnya. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ayuni:

*“Dulu produk kami masih berupa produk setengah jadi, yaitu kain. Tapi karena banyak pelanggan yang tanya produk siap pakai, akhirnya kami coba deh untuk berinovasi. Mulai dari situ, kami bikin produk baru yang langsung bisa dipakai, seperti jilbab, mukena, tunik, kaos, totebag, topi, sepatu, tempat tissue, sampai mug. Kami coba jawab kebutuhan konsumen, jadi mereka gak cuma bisa beli kain, tapi juga produk jadi yang langsung bisa dipakai.”*<sup>45</sup>

Hal ini juga diungkapkan oleh Ibu Yani:

*“Walaupun ada banyak produk baru, produk yang lama tetap kita pertahankan karena selera orang kan beda-beda. Kalau produk lama dihilangkan, nanti yang suka jadi nggak bisa beli lagi dan malah pindah ke toko lain. Jadi, biar semua pelanggan tetap bisa belanja di sini, produk lama tetap kita sediakan.”*<sup>46</sup>

b. Perbaikan dan Revisi Produk yang telah ada

UMKM Ecoprint Top Cemerlang juga melakukan perbaikan atau revisi produk yang telah ada. Perbaikan ini dilakukan melalui pemilihan bahan baku seperti kain berbahan serat alam yang mampu menyerap warna dengan baik, pemilihan bunga dan daun yang segar, dan pewarna dari bahan organik yang mengandung zat tanin, seperti yang diungkapkan oleh Ibu Mawar sebagai berikut:

*“Kami selalu cek lagi bahan baku yang dipakai, Mbak. Kami pilih kain yang ada seratnya seperti linen, sutra, rayon,*

---

<sup>45</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ayuni selaku pemilik UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

<sup>46</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Yani selaku karyawan produksi UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

*blacu, sama katun. Selain itu, kami juga pakai pewarna alami seperti kayu secang, jolawe, bubuk delima, sama akar mengkudu biar hasil produk kami lebih oke dan bisa sesuai dengan harapan konsumen.”<sup>47</sup>*

Hal ini diungkapkan juga oleh Ibu Dina:

*“Selain pemilihan kain dan pewarna, pemilihan daun dan bunga buat pola desain juga gak kalah penting. Kita biasanya pilih daun dan bunga yang punya keindahan alami dan ciri khas masing-masing, seperti bunga mawar, sepatu, daun jati, jarak, daun stroberi. Semua itu kami pilih dengan hati-hati supaya desainnya terlihat natural dan estetik, dan pastinya bisa menarik perhatian orang yang lihat.”<sup>48</sup>*

UMKM Ecoprint Top Cemerlang selalu melalui serangkaian tahap inovasi produk yang sistematis sebelum memasarkan produk baru ke pasar. Adapun tahapan inovasi tersebut diantaranya adalah:

a. Penciptaan Ide

UMKM Ecoprint Top Cemerlang mendapatkan ide dari pengamatan terhadap tren terkini di Google dan media sosial, partisipasi dalam pelatihan dan pameran, serta masukan dari konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ayuni sebagai berikut:

*“Untuk ide produk, kita mulai dengan memantau tren lewat Google dan media sosial, Mbak. Jadi, kita lihat apa yang lagi hits di dunia fashion dan kerajinan, baik itu dalam bentuk desain, warna, atau jenis produk baru. Selain itu, kita juga suka ikut pelatihan dan pameran, biar dapat ide baru dan informasi tentang perkembangan terbaru. Yang nggak kalah penting, kita selalu dengerin masukan dari pelanggan. Mereka sering kasih saran tentang apa yang mereka suka*

---

<sup>47</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Mawar selaku karyawan produksi UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

<sup>48</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dina selaku karyawan produksi UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

*dan butuhkan, itu jadi bahan penting buat kita dalam bikin produk yang lebih sesuai sama keinginan mereka.”<sup>49</sup>*

#### b. Penyaringan Ide

Tahap ini merupakan proses penyaringan dan seleksi ide-ide yang telah dihimpun dari berbagai sumber atau inspirasi, guna menentukan mana yang paling sesuai untuk direalisasikan. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ayuni sebagai berikut:

*“Biasanya saya diskusi dulu sama karyawan, sambil mempertimbangkan apakah ide tersebut realistis untuk diproduksi. Lalu kami cek juga bagaimana peluang pasar dan apakah bahan bakunya mudah didapat. Kalau semua indikator oke, baru kami lanjutkan ke tahap selanjutnya. Kalau yang sering saya ajak diskusi itu Ibu Yani, karena beliau karyawan yang paling lama kerja bareng saya, jadi frekuensinya sudah dapet banget begitu lho Mbak.”*

Hal ini diungkapkan juga oleh Ibu Dina:

*“Tantangannya itu kadang idenya bagus, tapi ternyata bahan bakunya susah atau ongkos produksinya terlalu tinggi. Jadi harus pintar-pintar memilih mana yang bisa diterapkan.”<sup>50</sup>*

#### c. Analisis Bisnis

UMKM Ecoprint Top Cemerlang mengevaluasi biaya berdasarkan biaya bahan baku, biaya produksi, gaji karyawan serta keuntungan yang ingin dicapai. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Ayuni sebagai berikut:

*“Setelah ide dan konsepnya jelas, langkah selanjutnya kita hitung dulu anggaran buat produknya Mbak, mulai dari biaya produksi, promosi, terus lama atau susah ngga kira-*

---

<sup>49</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ayuni selaku pemilik UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

<sup>50</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dina selaku karyawan pengemasan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

*kira pembuatannya. Sebisa mungkin modalnya kita tekan, soalnya ya namanya juga usaha, pasti pengennya dapat untung yang sesuai dengan biaya yang dikeluarkan.”<sup>51</sup>*

#### d. Uji Pasar

Tahap ini dilakukan oleh UMKM Ecoprint Top Cemerlang untuk mengevaluasi bagaimana pasar merespons produk baru yang diluncurkan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Ayuni sebagai berikut:

*“Biasanya, kita coba dulu produknya ke keluarga dekat, teman dan pelanggan. Kalau di acara car free day itu misalkan saya punya produk baru juga saya bawa saya kenalkan sekalian begitu Mbak. Lalu mereka kan bakal kasih kritik dan saran juga kalo ini kurang apa terus saya tanya juga kalo ini saya jual apakah ada yang minat gitu, Mbak. Jadi, balik lagi saya selalu melibatkan konsumen dalam proses pengembangan usaha saya.”<sup>52</sup>*

#### e. Komersialisasi

Tahap terakhir yang dilakukan oleh UMKM Ecoprint Top Cemerlang adalah komersialisasi. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Ayuni sebagai berikut:

*“Setelah diterima baik oleh konsumen, produk yang dipilih itu mulai kita pasarkan melalui promosi dari mulut ke mulut. Ini sangat efektif awalnya karena banyak pelanggan yang merekomendasikan produk kami kepada teman-teman dan keluarga mereka. Seiring berjalannya waktu, kita mulai memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Nah, nggak cuma itu aja, karena saya sering ikut pameran, bazar UMKM, dan kegiatan seperti car free day, produk ecoprint*

---

<sup>51</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ayuni selaku pemilik UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

<sup>52</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ayuni selaku pemilik UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

*juga makin banyak dilihat orang. Jadi kombinasi dari online dan offline inilah yang ngebantu kami memperluas pasar”<sup>53</sup>*

Wawancara tidak hanya dilakukan dengan pemilik dan karyawan UMKM Ecoprint Top Cemerlang, tetapi juga melibatkan pelanggan untuk menggali alasan mereka memilih untuk berlangganan. Peneliti melakukan wawancara dengan 10 pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang. Berikut yang diungkapkan oleh pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang:

*“Saya sudah berlangganan lama pas produknya masih kain itu. Saya sering beli yang masih dalam bentuk kain sih mbak, bisa saya ubah sendiri modelnya, tapi sekarang produknya kan tambah banyak ya, jadi kalau saya malas menjahit, saya beli produk yang siap pakai itu.”<sup>54</sup>*

*“Saya sudah menjadi pelanggan di sini kayaknya 2020, Mbak. Awalnya, saya tertarik karena produk yang ditawarkan sangat unik. Tapi yang membuat saya semakin suka itu sekarang, produk yang tersedia semakin beragam, dan ini memberikan saya banyak pilihan sesuai kebutuhan dan selera.”<sup>55</sup>*

*“Dulu itu produknya kalau ngga salah masih bentuk kain ya, saya suka itu karena motifnya unik begitu lo, Mbak. Dulu saya pernah pesan 5 kain motifnya beda-beda. Karena bagus saya jadi ketagihan pesen lagi.”<sup>56</sup>*

*“Produk pertama yang saya beli itu kalau nggak salah jilbab Mbak. Kalau yang bikin saya berlangganan itu ya karena menurut saya bagus dan unik produknya, sekarang juga sudah tambah lagi kayaknya produknya. Herannya pemiliknya itu*

---

<sup>53</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ayuni selaku pemilik UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

<sup>54</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ani selaku pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 12 Agustus 2024

<sup>55</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Khoir selaku pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 12 Agustus 2024

<sup>56</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Yayuk selaku pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 12 Agustus 2024

*sabar dan ramah banget nanggapi saya yang banyak tanya, entah itu tentang bahan atau proses produksinya.”<sup>57</sup>*

*“Saya suka belanja disini itu awalnya karena saya pernah minta tolong untuk dibuatkan outer dari ecoprint, saya coba tanya bisa atau enggak, dan ternyata mereka mau berusaha bikin saya outer, hasilnya juga memuaskan. Nah dari situ akhirnya saya berlangganan dan beli produk-produk terbaru mereka.”<sup>58</sup>*

*“Produknya kan banyak, nah kadang kalau ada acara reuni sama teman itu saya pesen untuk buatin mug ecoprint mbak. Terus yang jual juga ramah banget kadang juga dapat diskon”<sup>59</sup>*

*“Saya senang dengan konsep eco-friendly mereka dan produknya juga menurut saya unik. Harga yang ditawarkan juga masuk akal kok. Saya sebenarnya juga lagi tunggu inovasi barunya apa lagi.”<sup>60</sup>*

*“Saya berlangganan karena mereka selalu menghadirkan koleksi terbaru yang menarik. Jadi saya jadi penasaran mbak, kira-kira apalagi yang bisa diproduksi oleh mereka”<sup>61</sup>*

*“Saya berlangganan supaya bisa langsung mendapatkan produk jika mereka membuat produk terbaru yang menurut saya menarik sih mbak. Mereka juga menyediakan berbagai ukuran dan desain yang sesuai dengan kebutuhan saya.”<sup>62</sup>*

*“Menurut saya produknya itu unik mbak, kan jarang banget ya ada yang buat kayak begitu, saya senang saja gitu, variasi produknya kan juga banyak, tinggal pilih saja apa yang dibutuhin”<sup>63</sup>*

---

<sup>57</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Maya selaku pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 12 Agustus 2024

<sup>58</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Aini selaku pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 20 Agustus 2024

<sup>59</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Atik selaku pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 20 Agustus 2024

<sup>60</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Ridwan selaku pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 20 Agustus 2024

<sup>61</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Sari selaku pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 20 Agustus 2024

<sup>62</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Riska selaku pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 20 Agustus 2024

<sup>63</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Alfiah selaku pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 20 Agustus 2024

Hasil wawancara dengan pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang menunjukkan bahwa alasan utama mereka memilih untuk berlangganan adalah inovasi produk yang ditawarkan. Keberagaman produk yang ditawarkan ini memungkinkan mereka menemukan pilihan yang sesuai dengan selera dan kebutuhan.

## **2. Strategi Inovasi Poduk pada UMKM Ecoprint Top Cemerlang Kelurahan Bandar Lor Kecamatan Mojoroto Kota Kediri dalam Meningkatkan Penjualan**

Setiap bisnis atau usaha membutuhkan inovasi produk yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan, sehingga usaha tersebut dapat bertahan dan berkembang lebih lanjut. Demi menjaga eksistensinya, para produsen berlomba-lomba untuk mengembangkan inovasi pada produk mereka. UMKM Ecoprint Top Cemerlang melakukan inovasi produk dengan memperhatikan beberapa indikator, diantaranya:

### **a. Kualitas Poduk**

UMKM Ecoprint Top Cemerlang sangat berkomitmen dalam menjaga kualitas setiap produk yang mereka hasilkan, mulai dari pemilihan bahan baku seperti kain yang mengandung serat, pemilihan bunga dan daun yang masih segar dan memiliki bentuk indah dan unik, serta memilih pewarna dari bahan organik yang mengandung zat tanin, sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Ayuni sebagai berikut:

*“Kualitas bahan baku itu bisa dibilang kunci utama dari kualitas produk ecoprint Mbak. Kalau kain yang dipilih*

*bagus dan mengandung serat, hasil cetakan daunnya juga lebih jelas, lebih tajam warnanya. Kita biasanya pakai kain alami seperti linen, sutra, rayon, blacu, sama katun. Kain ini lebih mudah menyerap pewarna alami dari daun atau bunga yang kita pakai buat ecoprint”<sup>64</sup>*

Hal itu juga diungkapkan oleh Ibu Dina:

*“Kita juga selalu perhatikan kualitas daun atau bunga yang dipilih. Kalau daunnya kurang segar atau rusak, hasil cetaknya bisa jadi kurang detail atau malah nggak muncul sama sekali. Jadi, harus pinter-pinter pilih yang terbaik biar hasilnya maksimal. Bunga yang kita pakai biasanya bunga sepatu, mawar, dan kamboja. Kalau untuk daun yang kita pakai itu biasanya daun jati, jarak, pepaya, mangga dan stroberi”<sup>65</sup>*

#### b. Varian Produk

UMKM Ecoprint Top Cemerlang dalam melakukan inovasi produk juga meningkatkan nilai unggul pada produknya dengan menambah berbagai macam produk ecoprint lainnya. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ayuni sebagai berikut:

*“Seperti yang saya jelaskan tadi, Mbak. Usaha saya yang produk awalnya hanya berupa produk setengah jadi yaitu kain, sekarang Alhamdulillah sudah bertambah menjadi 10 produk. Berkat banyaknya permintaan konsumen yang ingin produk yang siap pakai. Adanya varian produk ini, saya berharap bisa menjangkau lebih banyak konsumen.”<sup>66</sup>*

Hal ini juga diungkapkan juga oleh Ibu Mawar:

*“Selain itu, kami saat ini sedang dalam proses mengembangkan varian produk baru, seperti bantal dan tas*

---

<sup>64</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ayuni selaku pemilik UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

<sup>65</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Dina selaku karyawan bagian produksi UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

<sup>66</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ayuni selaku pemilik UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

*ransel, Mbak. Semoga inovasi ini semakin memperluas pilihan konsumen”<sup>67</sup>*

Inovasi produk merupakan aspek krusial dalam menjaga keberlangsungan dan daya saing sebuah usaha. Tanpa adanya inovasi, UMKM berisiko tertinggal dari kompetitor yang terus berkembang mengikuti tren dan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, inovasi produk pada UMKM Ecoprint Top Cemerlang bukan hanya penting, tetapi juga menjadi kebutuhan strategis untuk meningkatkan daya tarik produk dan memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam.

**Tabel 4. 1**  
**Inovasi Produk UMKM Ecoprint Top Cemerlang Kediri**

No.	Produk	Harga
1.	Kain	Rp. 300.000
2.	Jilbab	Rp. 50.000
3.	Mukena	Rp. 300.000
4.	Tunik	Rp. 200.000
5.	Kaos	Rp. 60.000
6.	Totebag	Rp. 30.000
7.	Topi	Rp. 70.000
8.	Sepatu	Rp. 200.000
9.	Tempat Tissue	Rp. 20.000
10.	Mug	Rp. 30.000

(Sumber: UMKM Ecoprint Top Cemerlang)

#### c. Gaya dan Desain Produk

UMKM Ecoprint Top Cemerlang melakukan inovasi produk dengan meningkatkan gaya dan desain produk dengan fokus pada

<sup>67</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Mawar selaku karyawan produksi UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

bentuk, desain dan ukuran produk, seperti yang dijelaskan oleh Ibu Sri Ayuni sebagai berikut:

*“Jadi gini mbak, selain menawarkan varian produk baru, kami memastikan bahwa setiap pelanggan memiliki banyak pilihan sesuai dengan kebutuhan mereka. Saat ini, kami memproduksi beberapa produk ecoprint dengan bentuk dan ukuran beragam, seperti kain untuk fashion (tunik, kaos dan hijab) yang hadir dalam ukuran kecil, sedang, hingga besar. Selain itu, kami juga memiliki produk seperti tas dan sepatu yang memiliki variasi ukuran, sehingga pelanggan bisa memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka”<sup>68</sup>*

Hal ini diungkapkan juga oleh Rosul Ibuana sebagai berikut:

*“Kalau untuk desain, ecoprint itu kadang desainnya bisa berbeda setiap produk, Mbak. Biasanya, kami menciptakan desain yang bervariasi, mulai dari motif flora hingga pola abstrak. Setiap produk memiliki ciri khas tersendiri sehingga memiliki keunikan yang membedakannya dari produk lain di pasaran”<sup>69</sup>*

#### **Gambar 4. 2** **Inovasi produk dari Segi Desain dan Bentuk**



<sup>68</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ayuni selaku pemilik UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

<sup>69</sup> Hasil wawancara dengan Rosul Ibuana selaku karyawan pengemasan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

UMKM Ecoprint Top Cemerlang meningkatkan penjualannya dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang dapat memengaruhi kinerja penjualannya. yaitu:

a. Kondisi dan kemampuan penjual

Penjual perlu mampu meyakinkan konsumen untuk membeli produk atau jasa yang mereka tawarkan agar dapat mencapai target penjualan yang diinginkan. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ayuni sebagai berikut:

*“Yang penting itu kita harus paham betul apa yang kita jual Mbak, kan ngga semua orang ngerti tentang ecoprint. Nah disitu nanti kita bisa jelaskan mulai dari bahan sampai proses pembuatan. Untuk harga juga kita jelaskan kenapa kok bisa harganya segitu karena apa begitu sih Mbak”<sup>70</sup>*

Hal ini diungkapkan juga oleh karyawan:

*“Untuk pemesanan nanti pembayaran sampai pengiriman itu juga kita jelasin, untuk pembayaran bisa secara tunai, transfer bank, dan pembayaran online lainnya, dan untuk pengiriman kita jelaskan estimasi waktu dan biaya pengiriman secara transparan”<sup>71</sup>*

b. Kondisi Pasar

Kondisi pasar dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk permintaan dan penawaran, perilaku konsumen, serta tingkat persaingan. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ayuni:

*“Kami sebisa mungkin mengikuti perkembangan tren saat ini Mbak. Untuk harga, juga saya usahakan terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk pastinya. Selain itu saya juga*

---

<sup>70</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ayuni selaku pemilik UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

<sup>71</sup> Hasil wawancara dengan Rosul Ibuana selaku karyawan pengemasan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

*mengamati produk mana yang sering dibeli dan mana yang mungkin perlu penyesuaian”*

c. Modal

Pengenalan produk kepada konsumen, diperlukan upaya seperti promosi, pelayanan, lokasi penjualan baik di dalam maupun di luar perusahaan, serta faktor lainnya. Semua ini dapat dilakukan secara teratur jika penjual memiliki modal yang memadai untuk mendukungnya. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ayuni:

*“Modal awal saya dulu sangat terbatas Mbak. Jadi sampai saat ini saya sangat berhati-hati dalam mengatur pengeluaran. Misalnya, kami selalu mempertimbangkan keuntungan yang wajar dalam penetapan harga, tanpa membebani konsumen. Kami juga memastikan bahwa setiap pembelian bahan baku dan peralatan benar-benar dibutuhkan”<sup>72</sup>*

d. Kondisi Organisasi Perusahaan

Manajemen penjualan pada perusahaan besar umumnya dilakukan oleh individu yang memiliki keahlian khusus di bidang tersebut. Namun, situasi ini berbeda pada perusahaan kecil, di mana tugas penjualan sering kali ditangani oleh seseorang yang juga memiliki tanggung jawab lainnya. Hal ini sejalan dengan manajemen penjualan pada UMKM Ecoprint Top Cemerlang yang dikelola langsung oleh Ibu Ayuni:

*“Kalau penjualan dan pemasaran masih saya lakukan sendiri Mbak, sambil belajar supaya bisa memasarkan produk yang lebih kreatif lagi. Kendalanya ya itu namanya*

---

<sup>72</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ayuni selaku pemilik UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

*orang tua kalau masalah teknologi kan masih belum terlalu menguasai, nggak seperti anak-anak muda”*

- e. Faktor lain seperti promosi, iklan, persaingan, saluran distribusi serta pemberian diskon juga memengaruhi tingkat penjualan.

Salah satu strategi yang diterapkan oleh UMKM Ecoprint Top Cemerlang untuk menarik pelanggan adalah dengan menawarkan diskon. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ayuni:

*“Biasanya untuk menarik pelanggan itu kami menawarkan diskon juga Mbak. Kami memberikan diskon khusus untuk pembelian dalam jumlah besar atau pada momen-momen tertentu, seperti hari raya atau promosi bulanan, agar pelanggan merasa lebih diuntungkan dan tertarik untuk membeli produk kami.”*

UMKM Ecoprint Top Cemerlang meningkatkan penjualan dengan mempertimbangkan beberapa indikator berikut ini.:

- a. Harga

UMKM Ecoprint Top Cemerlang menetapkan harga dengan mempertimbangkan biaya produksi, gaji karyawan dan keuntungan yang diperoleh. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Ibu Ayuni:

*“Sebelum menentukan harga, biasanya saya hitung dulu biaya produksinya berapa, terus buat bayar karyawan juga, lalu keuntungannya sudah pas atau belum.. Karena kami usaha buat cari untung, sebisa mungkin kami menghindari kerugian, meskipun untungnya nggak besar, yang penting nggak rugi. Produk kami harganya mulai dari Rp 20.000 sampai Rp. 1.000.000, tergantung ukuran dan jenisnya. Misalnya, untuk produk kecil kayak tempat tissue itu harganya Rp. 20.000”<sup>73</sup>*

---

<sup>73</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ayuni selaku pemilik UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

Hal ini didukung dengan pernyataan pelanggan:

*“Menurut saya pribadi, harga produk ini sangat terjangkau, Mbak. Kalau kita perhatikan, proses pembuatannya itu nggak mudah, lho. Dibutuhkan ketelitian, kesabaran, dan kreativitas untuk menghasilkan produk yang berkualitas seperti ini. Jadi, kalau dibandingkan dengan usaha yang dikeluarkan, harga tersebut sudah sangat sebanding dan wajar menurut saya.”<sup>74</sup>*

b. Promosi

UMKM Ecoprint Top Cemerlang melakukan promosi secara online dan offline. Secara online melalui media sosial instagram (ecoprint\_topcemerlang) dan facebook (Sri Ayuni), dan secara offline melalui pameran, bazar dan *car free day*. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Ayuni:

*“Kalau promosi secara online biasanya lewat media sosial facebook sama instagram Mbak. Untuk offlinenya kita biasanya ikut acara Car free day, bazar dan pameran umkm begitu sih Mbak. Jika dibandingkan sebenarnya saya lebih aktif promosi secara offline karena lebih enak saja, bisa interaksi langsung dengan konsumen.”<sup>75</sup>*

Hal ini didukung dengan pernyataan pelanggan:

*“Saya tahu tentang ecoprint top cemerlang ini waktu Car free day, Mbak. Saya tertarik datang ke stand karena produknya yang unik”<sup>76</sup>*

*“Kalau saya tahu usaha Ecoprint Top Cemerlang dari Instagram, Mbak. Awalnya saya lihat produk mereka lewat*

---

<sup>74</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Khoir selaku pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 12 Agustus 2024

<sup>75</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ayuni selaku pemilik UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

<sup>76</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Sari selaku pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 04 Januari 2025

*postingan yang menarik, banyak foto produk dengan desain unik.”<sup>77</sup>*

c. Mutu dan Kualitas

UMKM Ecoprint Top Cemerlang selalu memastikan bahwa produk yang mereka hasilkan memiliki mutu dan kualitas dari segi bahan baku seperti, kain, daun dan bunga serta pewarna. Seperti yang diungkapkan Ibu Ayuni:

*“Tentunya kalau soal kualitas selalu menjadi prioritas utama bagi kami. Setiap proses produksi dilakukan dengan sangat teliti, mulai dari pemilihan bahan baku alami hingga penggunaan pewarna yang ramah lingkungan. Kami memastikan bahwa produk yang dijual selalu dalam kondisi terbaik, dan motif ecoprint yang dihasilkan harus memenuhi standar kualitas yang telah kami tetapkan, seperti motifnya harus jelas, presisi, dan sesuai dengan desain yang diinginkan, tanpa adanya cacat atau ketidaksesuaian pola. Selain itu, ketahanan produk setelah digunakan, memastikan bahwa bahan dan pewarna tidak mudah luntur atau rusak ”*

Hal ini didukung dengan pernyataan karyawan seperti:

*“Kain yang dipilih itu kain yang memiliki serat kuat dan tekstur halus agar hasil ecoprint-nya maksimal. Daun dan bunga yang digunakan harus segar dan tidak layu. Biasanya, daun yang kami pakai adalah daun yang memiliki pigmen warna tinggi, seperti daun jati dan daun mangga.”<sup>78</sup>*

Hal ini didukung juga dengan pernyataan pelanggan seperti:

*“Menurut saya, kualitas produk Ecoprint Top Cemerlang oke banget. Motifnya keren, unik, dan warnanya nggak gampang pudar walau sering dicuci. Bahan kainnya juga lembut dan enak banget dipakai.”<sup>79</sup>*

---

<sup>77</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Riska selaku pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 04 Januari 2025

<sup>78</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Mawar selaku karyawan produksi UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

<sup>79</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Riska selaku pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 04 Januari 2025

#### d. Produk

UMKM Ecoprint Top Cemerlang selalu mengutamakan variasi desain serta kualitas bahan dalam setiap produknya. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Sri Ayuni selaku pemilik usaha:

*“Produk itu sangat mempengaruhi penjualan saya sih Mbak. Dulu itu saya jualnya kan hanya berupa kain ecoprint saja, penjualannya sebenarnya juga sudah lumayan tetapi ya untungnya masih kurang, terus banyak yang minta produk jadi. Saya awalnya bingung mau buat produk apa lagi, terus tahun 2021 itu akhirnya saya coba bikin jilbab sama mukena ecoprint dulu dan Alhamdulillah penjualan saya lebih untung dari sebelumnya”<sup>80</sup>*

Hal ini didukung dengan pernyataan pelanggan seperti:

*“Saya berlangganan supaya bisa langsung mendapatkan produk jika mereka membuat produk terbaru yang menurut saya menarik sih mbak. Mereka juga menyediakan berbagai ukuran dan desain yang sesuai dengan kebutuhan saya.”<sup>81</sup>*

Berdasarkan penjelasan tersebut, terlihat bahwa UMKM Ecoprint Top Cemerlang secara aktif mengupayakan kemajuan bisnisnya melalui penerapan inovasi produk yang efektif. Langkah ini mencakup pengembangan produk baru yang kreatif, perbaikan kualitas produk yang sudah ada, dan penyesuaian desain sesuai dengan kebutuhan serta tren pasar. Dampak positif dari penerapan strategi inovasi produk ini tercermin dalam peningkatan jumlah penjualan secara konsisten setiap tahunnya, sebagaimana ditunjukkan dalam data berikut:

---

<sup>80</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ayuni selaku pemilik UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 09 Agustus 2024

<sup>81</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Alfiah selaku pelanggan UMKM Ecoprint Top Cemerlang tanggal 20 Agustus 2024

**Tabel 4. 2**  
**Data Penjualan (Per pcs) UMKM Ecoprint Top Cemerlang**

No.	Produk	Harga	2020	2021	2022	2023
1.	Kain	Rp. 300.000	115	117	120	110
2.	Jilbab	Rp. 50.000	-	50	70	90
3.	Mukena	Rp. 300.000	-	30	40	50
4.	Tunik	Rp. 200.000	-	30	35	40
5.	Kaos	Rp. 60.000	-	-	50	60
6.	Totebag	Rp. 30.000	-	-	50	65
7.	Topi	Rp. 70.000	-	-	30	40
8.	Sepatu	Rp. 200.000	-	-	-	30
9.	Tempat Tissue	Rp. 20.000	-	-	-	50
10.	Mug	Rp. 30.000	-	-	-	70
<b>Total pcs</b>			115 pcs	227 pcs	395 pcs	605 pcs

Sumber: Hasil Observasi (data diolah)

**Tabel 4. 3**  
**Data Penjualan (Per Rupiah) UMKM Ecoprint Top Cemerlang**  
**Tahun 2020-2023**

No.	Produk	2020	2021	2022	2023
1.	Kain	Rp. 34.500.000	Rp. 35.100.000	Rp. 36.000.000	Rp. 33.000.000
2.	Jilbab	-	Rp. 2.500.000	Rp. 3.500.000	Rp. 4.500.000
3.	Mukena	-	Rp. 9.000.000	Rp. 12.000.000	Rp. 15.000.000
4.	Tunik	-	Rp. 6.000.000	Rp. 7.000.000	Rp. 8.000.000
5.	Kaos	-	-	Rp. 3.000.000	Rp. 3.600.000
6.	Totebag	-	-	Rp. 1.500.000	Rp. 1.950.000
7.	Topi	-	-	Rp. 2.100.000	Rp. 2.800.000
8.	Sepatu	-	-	-	Rp. 6.000.000
9.	Tempat Tissue	-	-	-	Rp. 1.000.000

10.	Mug	-	-	-	Rp. 2.100.000
<b>Total</b>		Rp. 34.500.000	Rp. 52.600.000	Rp. 65.100.000	Rp. 77.950.000

Sumber: Hasil Observasi (data diolah)

Tabel di atas menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam total penjualan, baik dari jumlah pcs maupun nilai dalam rupiah. Penjualan pcs mengalami kenaikan dari 115 pcs pada tahun 2020 menjadi 605 pcs pada tahun 2023, sementara total pendapatan meningkat dari Rp 34.500.000 menjadi Rp 77.950.000. Hal ini mencerminkan pertumbuhan yang positif dan konsisten dalam usaha ini. Pengenalan berbagai produk baru, seperti jilbab, mukena, tunik, kaos, totebag, topi, sepatu, tempat tissue, dan mug, turut berkontribusi pada peningkatan total penjualan. Ini menunjukkan bahwa strategi inovasi produk yang diterapkan oleh UMKM ini berhasil menarik perhatian konsumen.

Meskipun terdapat peningkatan secara keseluruhan, produk kain mengalami penurunan penjualan pada tahun 2023. Penurunan ini disebabkan oleh preferensi konsumen yang saat ini cenderung lebih memilih produk yang tidak memerlukan waktu dan usaha tambahan, sehingga mereka lebih suka membeli pakaian jadi daripada kain yang harus dijahit. Secara keseluruhan, meskipun terdapat fluktuasi pada produk kain, UMKM Ecoprint Top Cemerlang menunjukkan kemampuan untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan.

### **C. Temuan Penelitian**

Berdasarkan paparan data sebelumnya dapat disimpulkan mengenai strategi inovasi produk dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Ecoprint Top Cemerlang. Adapun temuan penelitian tersebut sebagai berikut:

1. UMKM Ecoprint Top Cemerlang mulai melakukan inovasi produk pada tahun 2021 dengan memahami beberapa aspek diantaranya membuat lini produk baru dan melakukan perbaikan pada produk yang telah ada. Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen serta menghindari kejenuhan pada produk.
2. UMKM Ecoprint Top Cemerlang melakukan inovasi produk dengan meningkatkan kualitas produk pada bahan baku seperti media kain, daun dan bunga serta pewarna alami yang berkualitas. Menambah varian produk siap pakai serta meningkatkan gaya desain produk berfokus pada bentuk, desain, dan ukuran.
3. Strategi inovasi produk yang dilakukan UMKM Ecoprint Top Cemerlang berhasil membantu dalam meningkatkan penjualan. Beberapa faktor penjualan yang berkontribusi meliputi kemampuan dalam meyakinkan konsumen dengan memberikan informasi lengkap mengenai produk, termasuk bahan baku dan proses pembuatannya. Menawarkan berbagai pilihan pembayaran dan pengiriman yang transparan. Memantau kondisi pasar dengan memantau tren terbaru dan

memanfaatkan umpan balik pelanggan untuk lebih memahami kebutuhan konsumen.

4. UMKM Ecoprint Top Cemerlang melakukan upaya dalam meningkatkan penjualannya dengan memperhatikan beberapa indikator penjualan, diantaranya menetapkan harga dengan mempertimbangkan biaya bahan baku, biaya produksi, serta gaji karyawan. Melakukan promosi melalui media sosial dan mengikuti kegiatan seperti pameran, bazar dan *car free day*. Menjaga serta meningkatkan mutu dan kualitas dengan memilih bahan baku yang berkualitas mulai dari kain, bunga dan daun, serta pewarna alami yang digunakan. Terakhir dengan menambah varian produk siap pakai.