

**IMPLEMENTASI METODE *DESIGN THINKING* DALAM INOVASI
PENGEMBANGAN PRODUK KEBAYA MODERN**

**Disusun Oleh :
Silvia Ika Ratnasari
Nim. 175020901111012**

JURNAL SKRIPSI

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Derajat Sarjana
Kewirausahaan**



**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

2021

ABSTRAK

IMPLEMENTASI METODE DESIGN THINKING DALAM INOVASI PENGEMBANGAN PRODUK KEBAYA MODERN PADA PERUSAHAAN ROYAL BLISS

Oleh :

Silvia IkaRatnasari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Silviaika229@gmail.com

Dosen Pembimbing :

Ananda Sabil Hussein, SE., M.Com., Ph.D.

Penelitian ini bertujuan untuk membangun inovasi pengembangan produk kebaya dengan implementasi *Design Thinking* pada perusahaan Royal Bliss di Blitar. Pada penelitian ini terdapat lima fase yaitu *definition*, *Research*, *Interpretation*, *Ideation*, dan *Prototyping*. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara semi terstruktur, observasi dan dokumentasi. Metode penelitian adalah analisa deskriptif kualitatif dengan pendekatan *Design Thinking*. Dari hasil analisa *Design Thinking*, informan pengguna menginginkan produk kebaya dengan konsep modifikasi kebaya modern klasik. Design inovasinya adalah kebaya gamis pesta modern 2in1 dengan warna yang *soft cream* sebagai dress dan tile border payet untuk bagian outer dengan model kutubaru, dengan kombinasi ikat pinggang lengkap dengan aksesoris mutiara, untuk menambahkan kesan elegan pada pakaian. Setelah pelanggan merespon positif dan menyetujui hasil *prototype*, selanjutnya perusahaan dapat memproduksi pakaian secara *ready to wear*. Dari semua proses yang telah dilakukan, perusahaan mendapatkan nilai *getting the job done* karena mampu menyelesaikan tantangan pada pengguna melalui produk yang dibangun berdasarkan metode *Design Thinking*.

Kata kunci : *Design Thinking*, *design*, kebaya, inovasi, pengembangan produk.

ABSTRACT

THE IMPLEMENTATION OF THE DESIGN THINKING METHOD IN THE DEVELOPMENT INNOVATION OF MODERN KEBAYA PRODUCTS BY ROYAL BLISS COMPANY

By:

Silvia IkaRatnasari

Faculty of Economics and Business Universitas Brawijaya

Silviaika229@gmail.com

Supervisor:

Ananda Sabil Hussein, SE., M.Com., Ph.D.

This research aims to build innovations in the development of *kebaya* products by applying the Design Thinking method at the Royal Bliss company in Blitar. There will be five phases in the Design Thinking method, such as definition, research, interpretation, ideation, and prototyping. The technique of data collection of this study is using semi-structured interviews, observation, and documentation. Furthermore, the research method used in this study is a qualitative descriptive analysis using Design Thinking as an approach. From the result of this study, it can be concluded that the informants prefer *kebaya* with a classic modern concept that already some modification. The design innovation suggested in this study is a modern 2 in 1 *kebaya* gown. This *kebaya* is created in soft cream color as the dress and also tile border sequins with *kutubaru* style as the outer part. Moreover, to add the elegant touch of this *kebaya*, there will be a belt with pearl accents as well. After the customer gives positive responses and approves the prototype's results, the company can produce *ready-to-wear* clothing. After going through all of the processes, the company gets the value of *getting the job done* because the company can solve the challenges given by informants by providing products created based on the Design Thinking method.

Keywords: *design thinking, design, kebaya, innovation, product development*

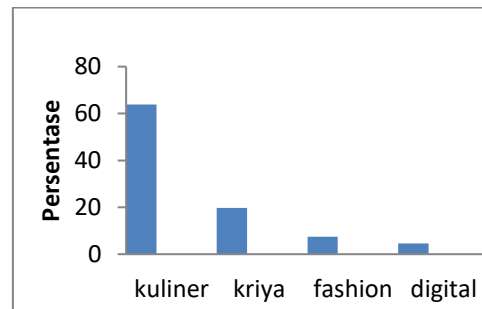
PENDAHULUAN

Kebaya merupakan busana tradisional Indonesia, yang dikenakan oleh penduduk pribumi.

Kebaya merupakan busana yang terus berevolusi seiring dengan berkembangnya trend *fashion* saat ini. Di era modern saat ini aneka kreasi kebaya mulai beraneka ragam modifikasi mulai dari model hingga bahan yang dipakai, misalkan gaun atau busana sehari-hari lalu dituangkan dalam busana kebaya pesta. Dan tidak berhenti disini saja, sampai kapanpun mode kebaya tetap berjalan mengikuti *trend* sesuai selera si pemakai (Fitria, Novita, 2019)

Di Jawa Timur, persentase kontribusi *fashion* masih luas untuk dikembangkan.

Tabel 1. Kontribusi Industri Kreatif Jawa Timur



Sumber data : BPS Bekraf, 2016.

Tabel di atas merupakan tabel kontribusi industri kreatif mulai dari peringkat pertama yaitu kuliner **63,9%**, kedua kriya **19,8%**, dan ketiga *fashion* **7,5%**, sehingga potensi bisnis di bidang industri kreatif khususnya *fashion* ini berpotensi besar untuk dikembangkan lebih luas lagi di wilayah Jawa Timur.

Masalah yang dihadapi saat ini adalah dengan adanya persaingan yang semakin ketat di industri *fashion* seperti teknologi, munculnya perusahaan-perusahaan *startup* yang semakin banyak dan juga perubahan *trend fashion* yang begitu cepat,

menjadi salah satu penghambat perusahaan dalam berinovasi.

Saat ini, perusahaan dituntut untuk tanggap terhadap perkembangan teknologi dan kemajuan perekonomian agar mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam rangka mempertahankan kelangsungan perusahaan, meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan. Menurut Hubeis (2012:17) inovasi diperlukan perusahaan agar tetap bisa bertahan atau lebih menjadi kompetitif. Menurut Sabil (2018) Metode *design thinking* merupakan alat yang digunakan untuk menyelesaikan *problem-solving*, *problem design*, hingga *problem-forming* yang bersifat *human centered*. Oleh karena itu, metode *design thinking* adalah metode yang paling tepat digunakan dalam

eksplorasi inovasi pengembangan produk kebaya modern yang bersifat *customization*.

A. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode eksploratif. Metode eksploratif merupakan metode yang berusaha menjelajahi fenomena yang terjadi termasuk kapan, siapa, dan dimana serta yang berhubungan dengan masalah sosial hingga distribusi (Silalahi, 2006). Keunggulan penelitian ini adalah peneliti menggunakan metode *Design Thinking* sebagai proses dan pendekatan dalam proses pengumpulan informasi yang melibatkan pengguna atau *user*. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk melakukan eksplorasi inovasi kebaya modern dengan

menggunakan metode *design thinking*.

Penelitian ini dilakukan di perusahaan Royal Bliss yang beralamat di Jl.Menur RT:03 RW:02 Ds.Jeblog Kec.Talun Kab.Blitar Jawa Timur. Obyek penelitian ini adalah pelanggan (*user*) Royal Bliss. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Adapun metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Tahapan Pemilihan Informan

Pada tahap pemilihan informan, peneliti fokus pada individu atau kelompok kecil dalam pertemanan (*gens*), yang juga merupakan pelanggan Royal Bliss yang masih dalam wilayah Pulau Jawa baik di desa ataupun kota, sering menggunakan busana kebaya di

acara-acara tertentu, pengguna sosial media, sering mengadakan pertemuan acara informal, dan sering pergi ke acara pesta.

Jenis pemilihan informan menggunakan *Snowball sampling* dimana pemilihan informan kedua berdasarkan informasi dari informan pertama, informan ketiga berdasarkan rekomendasi informan kedua dan seterusnya. Metode ini sangat baik untuk penggunaan wawancara mendalam (Patton, 2002). Penentuan peran informan diatas berdasarkan fenomena permasalahan penelitian, bertujuan untuk memberikan informasi sesuai dengan indikator-indikator permasalahan yang akan digali oleh peneliti untuk mengetahui masalah yang berkaitan dengan busana kebaya sehingga dapat menjadi

solusi penciptaan sebuah hasil *prototype* oleh pengguna.

Metode Analisa Strategi

Analisa strategi perencanaan pengembangan dalam penelitian ini menggunakan metode *design thinking* yang terdiri dari 5 fase yaitu definisi, riset, interpretasi, ideasi, dan *prototyping*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fase Definisi

Design challenge disini adalah bagaimana peneliti memulai prosesnya dengan situasi atau masalah yang spesifik dan terarah sehingga mudah untuk dipecahkan. Suatu pernyataan dari permasalahan harus menjadi hasil dan bukan sebuah solusi. Berikut merupakan alat konkretasi yang digunakan untuk memperjelas perumusan masalah :

Tabel 1. SCOPES ANALYSIS

| | SCOPES | BENTUK INFORMASI |
|----------|--|--|
| S | <i>SITUATION</i> (SITUASI ATAU MASALAH) | Pelanggan mengeluhkan kurangnya inovasi dan update pada produk Royal Bliss, akibatnya : a. Pelanggan memilih beralih menggunakan produk lain. |
| C | <i>CONSTRAINTS</i> (HAMBATAN/KENDALA) | a. Penurunan omzet pada perusahaan b. Perputaran barang menjadi terhambat c. Produk menjadi kurang disegani. |
| O | <i>OBJECTIVE AND OUTCOMES</i> (TUJUAN DAN HASIL) | Untuk menciptakan sebuah <i>prototype</i> produk yang inovatif sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna. |
| P | <i>PEOPLE</i> (ORANG) | Orang-orang yang menjadi sasaran pada <i>design challenge</i> ini adalah : a. Perempuan berusia 18-35 tahun b. Berdomisili di Blitar c. Muslim d. Menyukai Fashion |
| E | <i>ESTIMATION</i> (ESTIMASI) | Sumber daya yang dibutuhkan dalam <i>design challenge</i> ini adalah : a. Sumber daya manusia : dibutuhkan seorang <i>designer</i> dan penjahit yang sudah profesional di bidangnya b. Sumber daya keuangan dengan budget Rp. 450.000 – Rp.600.000 |
| S | <i>SCOPES</i> (BATASAN) | Selain lingkup pemecahan masalah dengan membuat sebuah produk, terdapat lingkup alternative lain seperti : a. Mengarahkan calon pembeli untuk berkonsultasi terlebih dahulu sebelum membeli produk |

Sumber: Data diolah, 2021

Hasil analisis SCOPES yaitu menunjukkan situasi atau permasalahan yang dikeluhkan oleh pelanggan, yaitu pelanggan mengeluhkan kurangnya inovasi dan update pada produk Royal Bliss, akibatnya pelanggan memilih beralih mengkonsumsi produk lain. Terdapat juga hambatan baik dari internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan untuk menyelesaikan masalah tersebut seperti penurunan omzet dan perputaran barang yang terhambat akibat kurangnya inovasi pada produk, kendala yang lain yaitu produk menjadi kurang disegani disebabkan karena produk yang kurang update. Tujuan dari *design challenge* ini adalah untuk menghasilkan prototype yang inovatif sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna. Orang-orang yang menjadi sasaran pada

design challenge ini adalah perempuan berusia 18-35 tahun, berdomisili di Blitar, muslim, dan menyukai fashion. Sumber daya yang dibutuhkan dalam *design challenge* ini yaitu dari segi sumber daya manusia dibutuhkan seorang *designer* dan seorang penjahit yang sudah ahli dibidangnya. Untuk estimasi sumber daya keuangan diperkirakan membutuhkan budget Rp.450.000 hingga Rp.600.000. Selain lingkup pemecahan masalah dengan membuat sebuah produk, terdapat lingkup alternative lain seperti mengarahkan calon pembeli untuk berkonsultasi terlebih dahulu sebelum membeli produk.

Tabel 2. STEEP ANALYSIS

| | STEER | BENTUK INFORMASI |
|----------|--|---|
| S | <i>SOCIAL AND DEMOGRAPHIC</i> (SOSIAL DAN DEMOGRAFI) | a. Pelanggan Bliss Fashion mayoritas perempuan berusia 18 tahun keatas b. Mayoritas pelanggan berada di pulau Jawa c. Rata-rata pelanggan kelas |

| | | |
|----------|--|---|
| | | menengah (<i>middle class</i>) |
| T | <i>TECHNOLOGY</i> (TEKNOLOGI) | a. Perkembangan teknologi digital yang semakin canggih dan praktis |
| E | <i>ECONOMY</i> (EKONOMI) | a. Pada tahun 2016, Kontribusi industri fashion di Jawa Timur mencapai 7,5% b. Pada tahun 2016, industri fashion di Indonesia mampu berkontribusi 18,01% atau sekitar Rp.116 Triliun dalam gairah ekonomi kreatif Indonesia. |
| E | <i>ENVIRONMENT AND NATURE</i> (LINGKUNGAN DAN ALAM) | - |
| P | <i>POLITICAL AND LEGAL</i> (POLITIK DAN HUKUM) | a. Adanya UU perlindungan konsumen b. Adanya UU ITE c. Peraturan Pemerintah no 80 tahun 2019 tentang perdagangan melalui sistem elektronik |

Sumber: Data diolah, 2021

Hasil dari analisis STEEP terdapat analisis mengenai sosial demografi pelanggan royal bliss yang mayoritas perempuan berusia 18 tahun keatas, berdomisili di pulau Jawa dan merupakan kelas menengah (*middle class*). Dari segi teknologi, perkembangan teknologi digital saat ini semakin canggih dan praktis. Dari aspek ekonomi, pada

tahun 2016 kontribusi industry di bidang fashion di Jawatimur mencapai 7,5% sedangkan di Indonesia industry fashion mampu berkontribusi 18,01% setara dengan Rp.116 triliun dalam gairah ekonomi kreatif Indonesia. Untuk analisis lingkungan dan alam tidak terlalu berpengaruh pada industry di bidang fashion. Berikutnya analisis mengenai politik dan hukum, di Indonesia terdapat UU perlindungan konsumen yang menjamin keamanan, kenyamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi produk, lalu ada juga undang-undang terbaru yaitu UU ITE yang mengatur tentang informasi dan transaksi elektronik, selanjutnya ada Peraturan Pemerintah no 80 tahun 2019 tentang perdagangan melalui sistem elektronik. Maka dari itu baik sebagai penjual ataupun pembeli

harus mematuhi aturan untuk memudahkan transaksi agar tidak terjadi suatu kendala yang mengakibatkan suatu masalah.

Berdasarkan analisis SCOPES dan STEEPS, akan menghasilkan sebuah pertanyaan *How Might We* kepada peneliti, maka rumusan masalah pada *design challenge* ini adalah : Bagaimana kita bisa mengembangkan inovasi produk kebaya sesuai dengan kebutuhan konsumen ?

Fase Riset

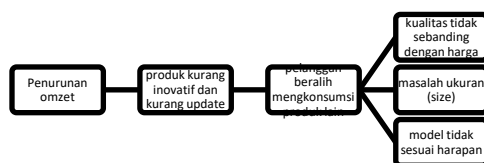
Dalam topik mengenai masalah *fashion* kebaya, peneliti mencari tahu dari sudut pandang informan terkait masalah pemilihan *fashion* kebaya yang dikenakan saat ke acara pesta. Dalam kegiatan wawancara yang dilakukan peneliti kepada 4 informan. Hasil dari

wawancara menghasilkan sebuah persona yaitu berdasarkan hasil riset dari informan terpilih berdasarkan sebuah grup pertemanan “*gengs*” yang mayoritas anggotanya mempunyai karakteristik yang sama yaitu menyukai *fashion* kebaya hingga sering mengadakan atau datang ke acara pesta dengan menggunakan busana kebaya. Dari hasil riset terdapat 3 masalah utama yang dikeluhkan informan, yaitu : Permasalahan kualitas dan harga kebaya, ukuran (*size*), dan model kebaya yang tidak sesuai harapan.

Selanjutnya peneliti melakukan wawancara dan observasi kembali terkait ide model kebaya yang diinginkan oleh informan. Hasil dari wawancara bahwa informan menginginkan produk kebaya dengan tema kebaya gamis pesta modern 2in1, dengan warna cream atau nude,

untuk coraknya pengguna menginginkan corak polos pada bagian gamis dan motif bunga untuk outer atau luarannya. Untuk jenis bahannya mayoritas pengguna menginginkan bahan satin bridal untuk gamisnya dan tile border payet untuk bagian outernya. Untuk modelnya, pengguna menginginkan gamis berbentuk A lebar dengan krah berbentuk U dan model lengan press, lalu ada tambahan ikat pinggang lepas pakai dengan aksesoris mutiara atau manik-manik. Untuk model outernya *pressbody* dengan kerah depan model kutubaru.

Fase Interpretasi



Gambar 1. Mind Mapping

Sumber: Data diolah, 2021

Mind mapping dibuat untuk untuk menguraikan permasalahan yang kompleks menjadi bagian-bagian yang kecil kemudian dijadikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti. Topik utama permasalahan ini adalah penurunan omzet pada perusahaan. Dari sini terdapat akar permasalahan yaitu yang pertama produk kurang inovatif dan kurang update, akibatnya produk menjadi kurang disegani oleh konsumen dan pelanggan memilih beralih mengkonsumsi produk lain karena masalah kualitas produk yang tidak sebanding dengan harga, lalu masalah ukuran (*size*) yang kurang bervariasi dan yang terakhir masalah model yang tidak sesuai harapan.

Maka dari itu perusahaan dituntut untuk melakukan sebuah ideasi untuk menyelesaikan permasalahan dalam mendukung

pengembangan inovasi produk. Inovasi produk tidak akan mudah diterima oleh pasar apabila tidak disesuaikan dengan kondisi dan permintaan pasar.

Fase Ideasi

Berdasarkan hasil data riset, dapat disimpulkan bahwa informan menginginkan produk yang berkualitas dengan harga yang sesuai, juga terdapat pilihan ukuran sehingga pengguna tidak khawatir jika busana tidak pas di badan karena sudah terdapat keterangan di setiap ukurannya. Tema yang diinginkan oleh informan adalah kebaya gamis pesta modern 2in1. Disini tim *design* memberikan gagasan detail mengenai bahan, corak, warna dan model yang akan digunakan untuk menghasilkan prototype yang mempunyai nilai prioritas tinggi.

Prototyping

Tahap yang terakhir adalah tahap *prototyping*, pada tahap ini peneliti dan tim mengaplikasikan ide model dari informan yang dituangkan dalam bentuk gambar atau *sketch*, kemudian dikonfirmasi kepada informan apakah gambar dan penjelasan detail bahan sudah sesuai atau tidak, dan informan mengkonfirmasi bahwa gambaran telah sesuai, selanjutnya dilakukan tahap pembuatan prototype fisik dan diperlihatkan hasilnya pada informan, setelah melihat langsung, konsumen senang dan puas karena prototype sesuai dengan harapan.

Produk yang dihasilkan adalah busana kebaya dengan tema kebaya gamis pesta modern 2in1, dengan warna cream atau nude karena warna tersebut memberikan kesan elegan dan juga kalem bagi si

pemakai, untuk coraknya polos pada bagian gamis dan motif bunga untuk outer atau luarannya. Untuk jenis bahan menggunakan kain satin bridal pada bagian gamis dan tile border payet sebagai outer. Untuk modelnya rok gamis berbentuk A lebar dengan krah berbentuk U dan model lengan press, lalu ada tambahan ikat pinggang lepas pakai dengan aksesoris mutiara atau manik-manik. Untuk model outernya *pressbody* dengan kerah depan model kutubaru.

KESIMPULAN

Melalui penelitian ini, Royal Bliss harus tetap update dalam inovasi pengembangan produk. Dalam menghadapi permasalahan maupun tantangan bisnis, Royal Bliss harus selalu mengacu pada metode *Design Thinking* sebagai teknik atau solusi pemecahan masalah karena *Design Thinking*

merupakan salah satu cara yang efektif dan efisien untuk meminimalisir kerugian dalam proses inovasi produk karena sifatnya yang *human centered* dapat memudahkan dalam melakukan riset pasar dan lebih fokus pada pengguna karena produk harus dapat berkembang dan terus *update* sesuai dengan kebutuhan dan permintaan konsumen agar dapat terus bersaing dengan kompetitor lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Berdha, E. 2020. *Kebaya Sebagai Pakaian Tradisional Wanita Indonesia*, Tridaya journals, diakses pada 10 Oktober 2020. <<https://tridayajournals.com/2020/08/29/kebaya-sebagai-pakaian-tradisional-wanita-indonesia/>>
- Djamal, M. 2015. *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Fitria, Fita, and Novita Wahyuningsih. 2019. KEBAYA KONTEMPORER SEBAGAI PENGIKAT ANTARA TRADISI DAN GAYA HIDUP MASA KINI. *ATRAT: Jurnal Seni Rupa* 7.2 (2019): 128-138.
- Gathering Industri Kreatif & Potensi Jawa Timur, diakses pada 26 Desember 2020, <
- Pentasari, R. 2007. *Chic in Kebaya*. Jakarta: Esensi Erlangga.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (3 ed.). California: Sage Publishing
- Sabil, A. 2018. *Metode Design Thinking untuk Inovasi Bisnis*. Malang: UB Press.
- Setiawan, Ferry. 2008. *50 Galeri Kebaya Eksotik Nan Cantik*. Depok: Penebar Plus.
- Silalahi, U. 2006. *Metode penelitian sosial*. Bandung: Unpar Press.
- Soewardi, Cici. 2008. *Pola Kebaya Modern XL*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Suardana, Kadek Juli, and I. Ketut Suryanawa. 2010. Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran Pada Kinerja Manajerial Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*.

Sugiyono. 2014. *Memahami penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Zaman, Moh. Alim. 2002. *100 Tahun Mode di Indonesia (1901-2000)*, Jakarta: Meutia Cipta Sarana & DPP Ikatan Penata Busana Indonesia “Kanini.