

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Awal dari pemikiran peneliti saat memulai bisnis parfum sepatu pada tahun 2021 adalah karena pengalamannya merasakan langsung bahwa bau pada sepatu memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepercayaan diri. Peneliti menghadapi masalah pribadi dengan mudah berkeringat pada kaki, yang menyebabkan sepatunya menjadi lembab dan berbau tidak sedap. Untuk mengatasi masalah tersebut, peneliti mencoba menggunakan parfum badan yang diaplikasikan langsung ke sepatu, namun aroma wanginya tidak bertahan lama karena tekstur cair dan sedikit berminyak dari parfum badan yang justru dapat membuat sepatu semakin lembab. Hal ini memicu peneliti untuk mencari solusi inovatif yang lebih efektif dalam mengatasi masalah bau pada sepatu, sehingga mendorongnya untuk mengembangkan parfum sepatu dengan formula khusus yang dapat menjaga kesegaran aroma lebih lama tanpa meninggalkan rasa lembab pada sepatu.

Proyek ini memiliki latar belakang yang diambil dari kegagalan peneliti ketika membuat sebuah *brand* parfum sepatu yang bernama “SHOOZY”. Peneliti telah mendirikan sebuah bisnis yang berfokus pada pengembangan parfum khusus untuk sepatu, yang dikenal dengan *brand* "SHOOZY." Penelitian ini dilakukan di wilayah kota Tanjungbalai dengan target pasar utama yang ditujukan kepada mahasiswa. Walaupun demikian, kendala utama yang dihadapi oleh peneliti dalam perjalanan bisnis ini adalah dalam memusatkan perhatian pada aroma parfum

sepatu, tanpa mempertimbangkan dengan cermat jenis bahan sepatu dan aspek kegunaannya. Pengembangan produk yang kurang terfokus ini menyebabkan umpan balik negatif dari konsumen terkait ketidaksesuaian antara aroma, jenis parfum, dan harga dengan karakteristik sepatu dan ketahanan parfum yang rendah.

Berikut salah satu gambar produk dari brand SHOOZY:

Gambar 1. 1 Produk Brand SHOOZY



Pentingnya pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pasar dan strategi pemasaran yang efektif juga menjadi sorotan dalam analisis ini. Penelitian ini menyoroti bahwa terbatasnya strategi pemasaran yang hanya mengandalkan *platform* media sosial, seperti Instagram, dan jaringan relasi antar teman, telah menghambat ekspansi bisnis SHOOZY. Strategi pemasaran yang lebih komprehensif, seperti kampanye iklan berbayar, kolaborasi dengan *influencer*, dan kemitraan dengan toko sepatu lokal, dianggap penting untuk meningkatkan visibilitas dan mencapai pangsa pasar yang lebih luas. Pemilihan target pasar yang tepat dan terfokus juga dianggap penting guna mencapai sasaran dari bisnis itu sendiri.

Keberhasilan bisnis juga dipengaruhi oleh kondisi pasar lokal yang terbatas di kota Tanjungbalai, sehingga menghambat pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Penelitian ini memberikan pelajaran berharga mengenai pentingnya riset pasar yang cermat dan pengembangan produk yang terfokus. Kegagalan bisnis SHOOZY, sebagai latar belakang penelitian yang digunakan, mendorong peneliti untuk mengevaluasi setiap kesalahan dan mempersiapkan diri untuk tantangan baru yang lebih besar pada proyek ini. Memanfaatkan masalah sebelumnya, peneliti merancang sebuah proyek baru dengan menggunakan konsep *New Product Development* (NPD) dan strategi pemasaran yang baru dengan menciptakan sebuah *brand* baru yang diberi nama “DRIPP” atau *Dry Perfume Pouch*.

Konsep DRIPP pada proyek penelitian ini terlahir dari inovasi yang dihasilkan dari produk SHOOZY yang dimana produknya masih menggunakan teknik *spray* pada penggunaannya. Inovasi yang diciptakan pada proyek ini adalah sebuah parfum sepatu yang mengambil konsep *dry perfume* atau parfum kering. Parfum kering adalah parfum yang tidak lagi menggunakan cairan dan teknik *spray* pada penggunaannya, akan tetapi dengan menggunakan bahan – bahan kering dan *essential oil* yang akan memberikan aroma yang kuat tanpa harus membuat sepatu lembab. Inovasi ini juga didapatkan dari hasil diskusi dengan salah satu dosen Departemen Manajemen Universitas Andalas yang bernama Agriqisthi yang berlatar belakang sebagai olahragawan juga, mengatakan bahwa produk parfum sepatu yang ada dipasar saat ini kurang efektif dalam penggunaannya dan malah menciptakan masalah baru yaitu, sepatu menjadi lembab yang membuatnya mejadi lebih mudah bagi pertumbuhan jamur. Dengan masukan dan hasil diskusi yang

dilakukan menjadi dasar dari ide untuk membuat sebuah produk baru dengan keunikan dan *value* lebih bagi konsumen.

Dalam menciptakan sebuah produk parfum sepatu penting dalam mengetahui jenis – jenis sepatu yang ada, sehingga hal tersebut menjadi salah satu data yang digunakan dalam pembuatannya sebagai produk baru. Sepatu adalah salah satu barang *fashion* yang cukup diminati oleh konsumen di Indonesia. Selain kegunaan dari segi *fashion*, sepatu juga menjadi barang yang digunakan ketika berolahraga dan pemakaian sehari – hari. Pengguna sepatu juga dari berbagai kalangan, mulai dari pria, wanita, pekerja, anak sekolah, dll. Terdapat berbagai jenis – jenis sepatu (Kumparan.com, 2023), seperti :

- Sepatu Formal: Terbuat dari bahan kulit atau suede, memiliki desain minimalis dan sederhana, cocok untuk acara formal.
- Sepatu Loafers: Sepatu *slip-on* yang cocok dipadukan dengan pakaian kasual seperti celana chino atau *jeans*.
- Sepatu Boots: Mampu menciptakan penampilan yang maskulin dan tangguh, terdapat berbagai jenis seperti chukka boots, chelsea boots, atau work boots.
- Sepatu Sneakers: Cocok untuk berbagai aktivitas sehari-hari, nyaman dan stylish.
- Sepatu Docmart: Sepatu yang populer di kalangan pria, memiliki desain yang khas dan kuat.

Selain jenisnya yang banyak, sepatu juga memiliki bahan – bahan yang bermacam – macam juga :

- Kulit Asli: Bahan utama untuk sepatu formal dan kasual.
- Kulit Suede: Bahan yang lembut dan sering digunakan untuk sepatu kasual.
- Karet: Bahan sintetis yang kuat dan tahan air, umumnya digunakan untuk sepatu kasual.
- Denim: Bahan yang nyaman dan sering digunakan untuk sepatu kasual.
- Canvas: Bahan ringan dan sering digunakan untuk sepatu kasual.

Salah satu sepatu yang paling sering digunakan adalah sepatu jenis *sneakers*.

Sepatu *sneakers* merupakan sepatu yang terbuat dari berbagai macam bahan, seperti kulit, kanvas, atau bahan sintetis. Sepatu ini tidak hanya cocok digunakan dalam keseharian, akan tetapi dapat digunakan untuk berolahraga juga. Berdasarkan jenis bahan – bahan dari sepatu tentu adanya perawatan yang berbeda antar tiap jenis diperlukan agar sepatu tersebut awet.

Cara perawatan berpengaruh terhadap kualitas dan umur sepatu.

Terdapat beberapa cara perawatan sepatu berdasarkan bahan sepatu (Socclean, 2018):

- Kulit Asli atau Suede : Cara perawatannya dapat menggunakan sikat berbulu halus atau sikat gigi dan juga menggunakan produk sabun atau pembersih khusus kulit. Kemudian semir agar lebih mengkilap.
- Karet : Perawatannya cukup dibersihkan dengan kain lembab dan tidak terlalu sering dicuci.

- Denim atau Canvas : Dapat dicuci dengan tangan menggunakan sabun cuci piring dan air hangat, kemudian dikeringkan ditempat teduh dengan cara di angin – anginkan saja.
- Lak atau Kulit Sintetis : Cukup dengan menggunakan kain lembab saja, dan penyimpanannya harus ditempat yang kering. Hindari dari sinar matahari langsung.

Parfum sepatu juga awam digunakan oleh perusahaan cuci sepatu atau *shoes care* ketika melakukan kegiatan *finishing* agar sepatu lebih harum sebelum di *packing* atau disimpan. Parfum sepatu berguna tidak hanya ketika sepatu setelah dibersihkan atau dicuci, akan tetapi dapat juga digunakan hanya untuk menghilangkan aroma yang kurang enak dari sepatu.

Meskipun perawatan sangat penting dalam menjaga kualitas dan memperpanjang umur dari sepatu, tetapi terdapat beberapa permasalahan juga ketika merawat sepatu. Permasalahan yang sering terjadi ketika merawat sepatu :

- Perawatan sepatu yang menggunakan produk yang tidak sesuai dengan bahan dari sepatu tersebut.
- Mencuci sepatu terlalu sering juga dapat menyebabkan penurunan kualitas dan umur dari sepatu.
- Menyimpan sepatu dalam keadaan basah dapat menyebabkan bahan sepatu cepat rusak dan memicu tumbuhnya jamur.

Adapun faktor lain yang memiliki pengaruh dalam perawatan sepatu adalah cuaca yang tidak menentu yang ada dinegara Indonesia.

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki iklim tropis. Iklim tropis adalah salah satu jenis iklim yang diartikan dengan suhu yang tetap tinggi dan kelembapan yang tinggi selama setahun (Gamedia, 2023). Iklim tropis hanya memiliki 2 musim, yaitu musim kemarau dan musim hujan. Pergeseran posisi matahari setiap tahunnya menyebabkan sebagian besar wilayah Indonesia mempunyai dua musim. Musim hujan biasanya terjadi pada periode Oktober – April, sementara musim kemarau terjadi saat matahari berada di utara ekuator. Musim kemarau dapat menyebabkan kualitas udara yang buruk, seperti udara yang kering dan polutan terjebak diudara yang dapat menyebabkan sepatu berbau tidak sedap. Sedangkan ketika musim hujan, udara menjadi lebih lembab dan sepatu sulit kering yang dapat menyebabkan pertumbuhan jamur yang menjadi penyebab bau pada sepatu (Gamedia, 2023). Perawatan sepatu dalam kondisi cuaca yang tidak pasti ini dapat diantisipasi dengan *dry clean* atau pencucian secara kering yang tidak menggunakan air. Solusi lainnya adalah dengan menggunakan produk parfum sepatu agar sepatu tidak berbau dan berjamur yang disebabkan oleh udara yang lembab ketika hujan.

Permasalahan juga didapat dari para pengguna sepatu. Pengguna produk sepatu sering menghadapi beberapa masalah umum, seperti kenyamanan, kualitas material, bau, *durability*, dll. Menyimpan sepatu dalam keadaan basah juga dapat menjadi tempat tumbuhnya jamur dan mengakibatkan bau kaki. Bau menjadi salah satu yang sering menjadi masalah pada sepatu. Parfum sepatu dapat menjadi produk alternatif pencucian sepatu dalam menghilangkan masalah bau pada sepatu. Produk

parfum khusus sepatu ini juga sudah mulai dikenal oleh masyarakat yang peduli akan kondisi sepatu dan memiliki masalah terhadap bau sepatu.

Berikut adalah *Brand* parfum sepatu teratas menurut *Mybest* dan *Idntimes* (2023) :

Tabel 1. 1 Daftar Brand Parfum Sepatu.

NO.	Nama Brand	Produk	Poin Keunggulan
1	Seninkita	Premium Shoe Perfume	Parfum Sepatu dengan kualitas Premium.
2	Bowin	Oxy Activ Spray	Aroma coffee milk, tahan lama dan bahan natural.
3	Octopus	Shoe Refresher	Terdapat 4 varian aroma, travel size, terbuat dari essential oil.
4	Qaiqu	Deodorant Sepatu	Banyak varian aroma dan diklaim mampu menghilangkan bakteri.
5	King Fresh	Shoe Spray	Murah, 2 varian aroma dan anti bakteri.
6	Goop	Deodorant Shoes	Lebih ekonomis dan banyak digunakan oleh laundry sepatu.
7	Foot Step	Shoe Perfume	Komposisinya diklaim ramah lingkungan.
8	Spotless	Spotless Shoe Perfume	Wanginya diklaim dapat bertahan 24 jam.
S9	Vlaktor	Shoe Refresher	Menghasilkan aroma yang tahan lama tanpa menimbulkan bercak noda
10	Dayliee	Shoe Perfume	Banyak digunakan oleh laundry sepatu dan banyak varian aroma.
11	Prodigo	Parfum Shoes	Ampuh membunuh bakteri buruk tanpa merusak sepatu.
12	Talas Indonesia	Refreshener Pump Spray	Terbuat dari bahan organic dan mempunyai banyak varian aroma.

Sumber: Data Lapangan, 2023

Dalam memilih parfum sepatu juga memerlukan pertimbangan seperti komposisi, aroma, dan kemasan. Komposisi yang baik digunakan pada sepatu dari

bahan alami dan memiliki antiseptic untuk mencegah pertumbuhan bakteri penyebab bau. Pemilihan aroma juga perlu diperhatikan seperti aroma – aroma yang menyegarkan. Kemasan memiliki pengaruh yang signifikan dalam pemilihan parfum sepatu, kemasan yang kecil lebih *travel-friendly* cocok untuk penggunaan pribadi, dan kemasan yang lebih besar dapat digunakan pada industri *laundry* sepatu atau *shoes care* (MyBest, 2023). Akan tetapi parfum sepatu yang sudah ada masih menggunakan teknik spray atau dengan cara menyemprotkannya dalam bentuk partikel air/embun pada sepatu yang dapat menyebabkan sepatu lembab meskipun beraroma wangi. Dengan melihat beberapa brand yang sudah ada sebelumnya, peneliti menilai terdapat beberapa kekurangan yang dirangkum dalam table dibawah ini:

Tabel 1. 2 Daftar kekurangan brand terdahulu dan kelebihan brand DRIPP

NO	Kekurangan dari produk parfum sepatu yang sudah ada	Kelebihan Produk DRIPP
1	Masih menggunakan teknik spray dalam penggunaannya.	Membuat konsep parfum kering yang dapat digunakan kepada semua jenis sepatu.
2	Fokus ke aroma yang kuat untuk menutupi bau pada sepatu, seperti arome kopi, bubble gum, dll.	Membuat varian aroma yang lebih segar, menetralkan bau sepatu, dan memberikan efek kesegaran pada sepatu.
3	Penggunaan bahan kimia sebagai bahan baku utama produknya.	Menggunakan bahan – bahan organic sebagai bahan baku utamanya.
4	Ukuran yang cukup besar dan berat.	Ukurannya <i>travel – friendly</i> yang mudah dibawa kemana dan ringan.
5	Harga yang cukup mahal.	Harga yang lebih ekonomis.

Sumber: Data Lapangan, 2023

Peneliti menyusun proyek ini dengan menciptakan sebuah inovasi pada produk parfum sepatu dengan membuat proyek penelitian *dry parfume* atau parfum

kering. Brand produk pada proyek ini dinamakan “DRIPP” atau *Dry Perfume Pouch*. Keunikan dari produk ini adalah konsep parfum sepatu kering dengan aroma rempah – rempah dan kopi yang dikemas dalam *tea bag pouch*. Solusi yang diberikan oleh peneliti dalam proyek ini adalah menghilangkan bau sepatu tanpa cuci dan tetap membuat sepatu kering. Proyek ini juga akan berskala Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Berdasarkan pengalaman peneliti sebelumnya dan berdasarkan diskusi yang dilakukan dengan salah satu dosen, peneliti menilai bahwa masyarakat sudah mulai memperhatikan tentang kebersihan dan kenyamanan ketika menggunakan sepatu.

New Product Development (NPD) adalah proses pengembangan produk baru atau modifikasi produk yang sudah ada. Dikutip dalam tulisan Muhammad Iqbal dan Amalia Suzianti (2021) yaitu konsep NPD memiliki nilai strategis yang tinggi dalam dunia bisnis. Proses pengembangan dan peluncuran produk baru tidak hanya memberikan keunggulan daya saing, tetapi juga menjadi elemen penting dalam pertumbuhan dan kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Proses NPD adalah serangkaian langkah yang terperinci dan dirancang dengan cermat yang menjelaskan bagaimana suatu perusahaan mengubah konsep atau ide produk menjadi produk yang siap dipasarkan.

Proses NPD memiliki tujuan untuk mengubah ide menjadi produk yang dapat dipasarkan dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Inovasi produk termasuk dalam proses NPD, inovasi produk dilakukan untuk memperbaiki, menyempurnakan dan mengembangkan produk yang dihasilkan menjadi produk unggulan. Inovasi produk berfungsi untuk memastikan kelangsungan perusahaan

dengan memperhatikan perubahan-perubahan dalam kebutuhan dan preferensi konsumen, perubahan teknologi, serta persaingan yang semakin ketat baik di dalam maupun luar negeri. Inovasi produk mengindikasikan pengembangan ragam produk, penciptaan produk baru, dan produk yang benar-benar baru (Muhammad Iqbal dan Amalia Suzianti, 2021).

Pemilihan target pasar yang sesuai menjadi salah satu faktor kunci dalam strategi pemasaran produk terutama produk baru. Target pasar harus ditetapkan melalui segmentasi pasar, *targeting*, dan *positioning*. Segmentasi pasar membantu mengidentifikasi kelompok konsumen dengan kebutuhan serupa. *Targeting* mengevaluasi daya tarik masing-masing segmen dan memilih segmen mana yang akan ditargetkan. *Positioning* adalah menempatkan merek dan produk di benak konsumen sasaran. Dengan demikian, target pasar yang sesuai memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan bauran pemasaran 4P (*product, price, place, promotion*) agar sesuai dengan kebutuhan segmen sasaran (Kotler & Keller, 2016).

Target pasar yang jelas memungkinkan perusahaan untuk lebih fokus dalam mengalokasikan anggaran pemasaran dan sumber daya perusahaan lainnya. Target pasar yang terlalu luas dapat menyebabkan strategi pemasaran menjadi kurang efektif. Oleh karena itu, perusahaan perlu memilih target pasar yang spesifik dan terukur berdasarkan analisis mendalam terhadap kebutuhan dan perilaku konsumen (Ferrell & Hartline, 2011).

Penelitian memiliki objek dan ruang lingkup di kota Padang. Objek dipilih berdasarkan tempat ide didapat dan peneliti berdomisili. Adapun tujuan jangka

panjang dari proyek ini adalah penjualan di *e-commerce* dan penambahan skala perusahaan serta jangkauan konsumen keseluruhan Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Peneliti mengemukakan rumusan masalah yang terdapat pada bagian latar belakang yaitu “Bagaimana mengimplementasikan *New Product Development* pada produk parfum khusus sepatu dengan *brand* DRIPP”

1.3 Tujuan

Mengembangkan ide dan produk baru serta inovasi yang dapat diterima oleh target bisnis di Kota Padang.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis adalah pengembangan ilmu dan ide dalam berwirausaha dalam menciptakan inovasi produk yang berkaitan dengan parfum sepatu.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat secara praktis merupakan pemecahan masalah yang ditimbulkan oleh bau sepatu dan kaki serta inovasi yang berhubungan dengan parfum sepatu. Pengembangan bisnis dilakukan juga secara dalam proses penelitian.

- a. Dengan adanya produk baru dari parfum sepatu ini maka dapat menyelesaikan permasalahan bau yang dialami pengguna sepatu.
- b. Meningkatkan minat beli masyarakat terhadap produk.

- c. Menciptakan inovasi produk dengan hadirnya suatu produk yang baru.

1.5 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian adalah Batasan terhadap permasalahan bau sepatu dengan memunculkan inovasi.

- a. Pengembangan produk baru dan inovasi berbasis parfum sepatu.
- b. Memperkenalkan produk baru parfum sepatu kepada masyarakat Kota Padang.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan, proyek ini terdiri dari lima bab sistem penulisan yang disusun dalam beberapa bab. Bab-bab ini dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Menjelaskan latar belakang proyek, rumusan masalah, tujuan, manfaat, dan ruang lingkup.

BAB II : Tinjauan Literatur Proyek

Bagian kedua membahas konsep dan teori yang menjadi landasan dalam penyusunan proyek ini.

BAB III : Metode Pelaksanaan Proyek

Bagian ketiga mencakup desain proyek, objek proyek, metode pengolahan dan proyeksi data, jenis data, instrument data, sasaran, dan defenisi operasional proyek

BAB IV : Implementasi Proyek

Pelaksanaan proyek memuat analisis kelayakan proyek dari deskripsi usaha, strategi bisnis, hasil dan pembahasan wawancara, serta segi pemasaran dan keuangan.

BAB V : Penutup

Berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan kajian dalam pengembangan produk baru pada brand DRIPP.

