

BAB I

PENDAHULUAN

Bab I ini berisikan tentang hal-hal yang melatar belakangi penulis melakukan penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dalam penelitian dan sistematika penulisan laporan tugas akhir ini.

1.1 Latar Belakang

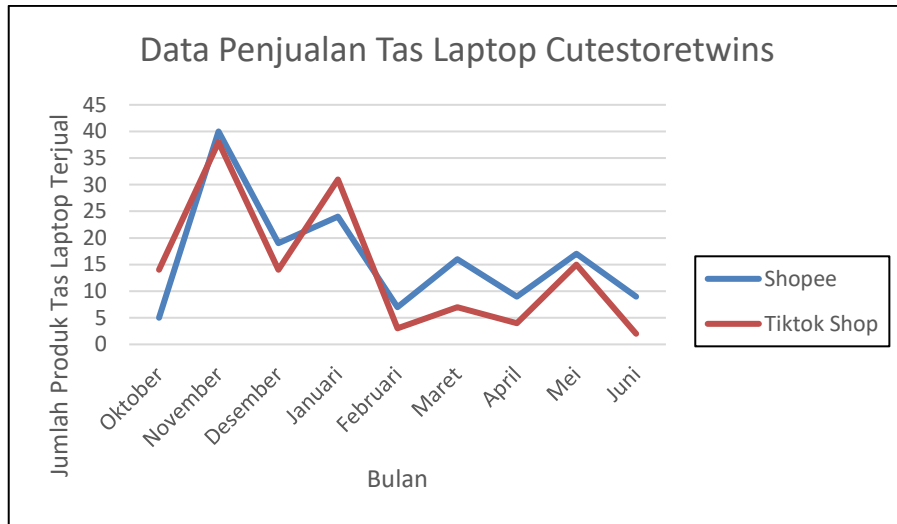
Globalisasi mendorong perubahan signifikan pada berbagai aspek kehidupan masyarakat termasuk pada sektor ekonomi. Hal tersebut dikarenakan adanya perkembangan teknologi dan komunikasi yang membawa kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses segala sesuatu yang diinginkan, sehingga hal tersebut mendukung pertumbuhan ekonomi. Akan tetapi, persaingan pasar menjadi sangat kompetitif semakin ketat, termasuk di sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah), khususnya di bidang industri kreatif yang dituntut untuk terus berinovasi dalam segi produk, kemasan, dan harga. Sehingga, kualitas produk bukan lagi satu-satunya faktor yang memiliki dampak signifikan terhadap penjualan. Produk berperan sebagai *branding* yang membawa daya tarik dalam pemasaran suatu produk. Oleh karena itu, inovasi produk dengan berfokus pada konsumen dapat membangkitkan minat konsumen agar dapat bertahan di era globalisasi ini, salah satunya produk yang mengkombinasikan kegunaan dan desain yang menarik.

Tas merupakan suatu alat untuk membawa barang. Jenis-jenis tas sendiri terdapat banyak macam seperti tas laptop, tas jinjing, tas koper, tas slempang, tas punggung, dan lain-lain. Salah satu yang paling digemari adalah tas jenis tas laptop karena sangat praktis bagi masyarakat dalam membawa laptop. Tas laptop banyak diminati oleh mahasiswa. Namun sekarang para karyawan pekerja lapangan dan pekerja kantor juga sudah menggunakan tas laptop ini karena dinilai lebih nyaman. Menurut laporan IndexBox, pasar komputer laptop dan tablet Indonesia melonjak pada tahun 2021, sebesar 98% dibandingkan tahun sebelumnya. Namun, tingkat

penjualan laptop mengalami penyusutan pada tahun 2022 dibandingkan pada tahun 2021. Statista Market Forecast memperkirakan pasar laptop di Indonesia diproyeksikan tumbuh sebesar 4,33% pada tahun 2023 hingga 2028, sehingga menghasilkan volume pasar sebesar US\$3,3 miliar pada tahun 2028. Selain itu, pasar *e-Commerce* Notebook & Laptop di Indonesia diperkirakan akan mencapai US\$961,3 juta pada tahun 2023, dengan perkiraan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan sebesar 5,7% dari tahun 2023 hingga 2027, sehingga menghasilkan proyeksi volume pasar sebesar US\$1.200,4 juta pada tahun 2027. Perkiraan tersebut menunjukkan adanya tren positif pada penjualan laptop di Indonesia pada tahun 2023, meskipun terdapat sedikit kontraksi pada tahun 2022. Perkiraan peningkatan penjualan laptop pada tahun 2023 hingga 2028 juga dapat mempengaruhi penjualan tas laptop guna memenuhi kebutuhan para pembeli laptop.

Cutestoretwins adalah suatu badan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di Gunung Pangilun, Kota Padang yang bergerak dibidang industri kreatif yang sangat memperhatikan kualitas produk. Sedangkan, produk utama *cutestoretwins* yaitu tas laptop, *totebag*, dan aksesoris seperti cincin dan gantungan kunci. Hasil produksi yang dihasilkan akan dipasarkan ke berbagai tempat dan target utamanya adalah Mahasiswa. Sebagai produk utama, tas laptop, *totebag*, dan aksesoris memiliki penjualan yang tinggi di Mahasiswa. Meskipun begitu, penjualan tas laptop, *totebag*, dan aksesoris mendapat cukup persaingan di pasar yang targetnya Mahasiswa.

Inovasi produk dari *Cutestoretwins* sangat minim dari waktu ke waktu. Setelah melakukan wawancara dengan pihak *Cutestoretwins* didapatkan bahwa penjualan tertinggi adalah tas laptop, pada **Gambar 1.1** maka dapat dilihat data statistik dari penjualan produk tas laptop yang diberikan *Cutestoretwins*. Dilihat dari statistik yang diberikan maka dapat diketahui penjualan pada tas laptop mengalami fluktuasi.



Gambar 1.1 Statistik Penjualan Tas Laptop 2022-2023

Dalam fenomena persaingan yang semakin ketat konsumen memiliki alternatif pilihan atau keputusan pembelian yang semakin banyak, konsumen akan mudah beralih ke produk lainnya jika produk yang di produksi oleh suatu UMKM tidak mampu lagi memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Jika konsumen mulai meninggalkan produk dan beralih ke produk lainnya (produk pesaing) berarti UMKM harus memulai dari bawah lagi untuk mampu mengembalikan konsumen yang telah berpindah ke lain produk. Agar dapat bertahan memenangkan persaingan setiap UMKM berusaha untuk memberikan identitas pada produknya yang akan membedakan dengan produk pesaing. Biasanya identitas yang diberikan oleh perusahaan/UMKM adalah berupa nama merek, slogan dan logo dari perusahaan/UMKM yang identik dengan produk yang ditawarkan.

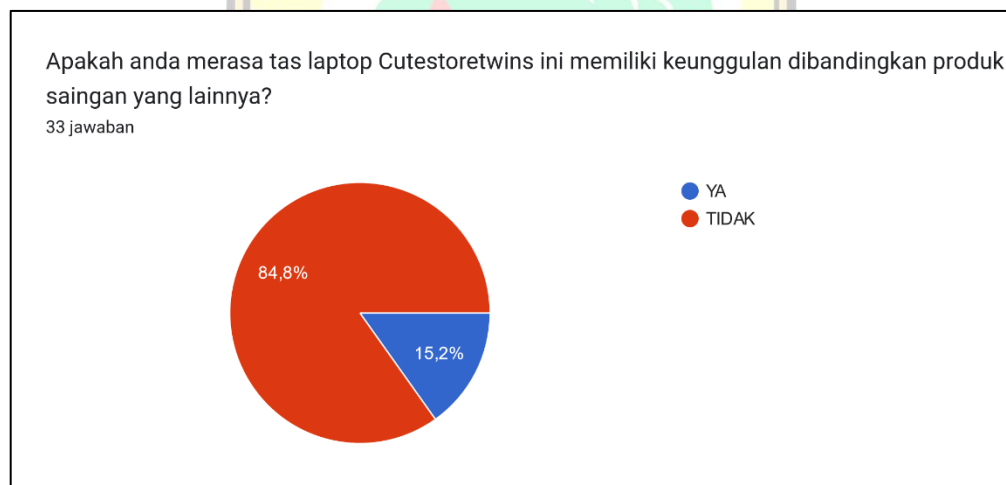
Menurut beberapa artikel banyak hal yang menjadi faktor pengembangan produk sebagai contoh adalah pada artikel *“Why Apple redesign its product”* mereka selalu melakukan perancangan ulang produk secara berkala untuk tetap relevan dan menarik bagi pelanggan, itu termasuk pada perubahan dalam estetika desain, peningkatan dalam fungsionalitas dan penggunaan teknologi terbaru. Hal ini menjadi salah satu yang mempengaruhi tren penjualan tas laptop Cutestoretwins. Birgelen dan Oliver (2000) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respon efektif terhadap pengalaman melakukan konsumsi yang spesifik atau suatu evaluasi kesesuaian atau ketidak sesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan

kinerja aktual produk setelah pemakaian. Kepuasan dipengaruhi oleh tingkat harapan atas produk atau jasa karena itu apabila tetap ingin bertahan atau bahkan memenangkan persaingan perusahaan harus berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk dapat menciptakan kepuasan dari konsumen atas banyaknya persaingan yang berorientasi sama, maka strategi untuk memenangkan pasar salah satunya adalah menerapkan strategi kepuasan konsumen dengan menginovasi produk, yaitu melakukan *redesign* produk.

Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap produk tas laptop tersebut, dapat dilihat bahwa kualitas dari tas laptop yang diproduksi oleh Cutestoretwins masih memiliki banyak kekurangan dari segi desain, kegunaan, dan lain-lainnya. Sehingga peneliti ingin melakukan pengembangan produk pada tas laptop karena tas laptop merupakan produk utama dari Cutestoretwins. Untuk dapat bertahan di pasarnya maka pihak *Cutestoretwins* harus membandingkan cara melakukan pengembangan produk dengan perusahaan yang lebih maju agar tidak tertinggal dalam persaingan pasar. Menurut beberapa sumber juga disebutkan bahwa pengembangan produk atau perancangan ulang produk perlu dilakukan pada suatu perusahaan secara terus menerus karena inovasi merupakan jantung dari sebuah perusahaan untuk menjaga kelangsungan hidup sebuah perusahaan (Trott, 2008). Maka dapat dilihat melakukan pengembangan produk dari faktor lain selain estetika sangat penting apalagi dari segi fungsionalitas dan juga masih banyak aspek lainnya. Perusahaan menginginkan target yang lebih dalam penjualan tas laptop karena melihat tingginya peluang dalam penjualan tas laptop. Maka dilakukan dengan membuat inovasi pengembangan produk pada tas laptop sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga dapat mencapai target pasar penjualan tas laptop yang lebih besar dari sebelumnya.

Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap tas laptop Cutestoretwins apakah konsumen merasa puas atau tidak, dan apakah konsumen merasa tas laptop tersebut merasa produk kompetitif atau tidak, dilakukan lah sebuah survei kepada konsumen tas laptop Cutestoretwins untuk melihat bagaimana pendapat konsumen dan customer need pengguna tas laptop ini. Survei ini menggunakan framework

kuesioner perancangan desain tas dan terdapat 13 atribut dari 4 dimensi produk yang berguna untuk *redesign* produk, yaitu *durability*, *performance*, *aesthetic*, dan *perceived quality* (Sabit et al., 2018). Dari 13 atribut pertanyaan yang diberikan kepada pengguna terhadap *customer needs*, peneliti menambahkan pertanyaan mengenai keunggulan produk dibandingkan pesaing lainnya dari sisi 4 dimensi produk tersebut. Berdasarkan hasil survei, didapatkan bahwa 84,8% responden menjawab produk tas laptop Cutestoretwins tidak memiliki keunggulan dibandingkan produk pesaing lainnya dari sisi 4 dimensi produk. Hal ini cukup membuktikan bahwa data perbandingan produk tas laptop Cutestoretwins ini kurang bersaing dengan pesaing lainnya berdasarkan pengalaman konsumen, dengan kata lain konsumen masih merasa kurang puas terhadap produk tas laptop Cutestoretwins ini. Hasil jawaban responden mengenai keunggulan produk dapat dilihat pada **Gambar 1.2**.



Gambar 1.2 Hasil Jawaban Responden terhadap Keunggulan Produk

Kemudian setelah ditemukan hasil jawaban responden terhadap pendapat konsumen mengenai keunggulan produk, peneliti membandingkan produk yang dijual oleh *Cutestoretwins* dengan beberapa perusahaan/UMKM lainnya, ditemukan bahwa memang benar tas laptop Cutestoretwins masih belum memiliki keunggulan dibandingkan UMKM lainnya. Perbandingan tersebut dapat dilihat perbandingan dari produk pada **Tabel 1.1**. Menurut hasil perbandingan yang dilakukan dari produk tas laptop *Cutestoretwins* dengan perusahaan lainnya yang

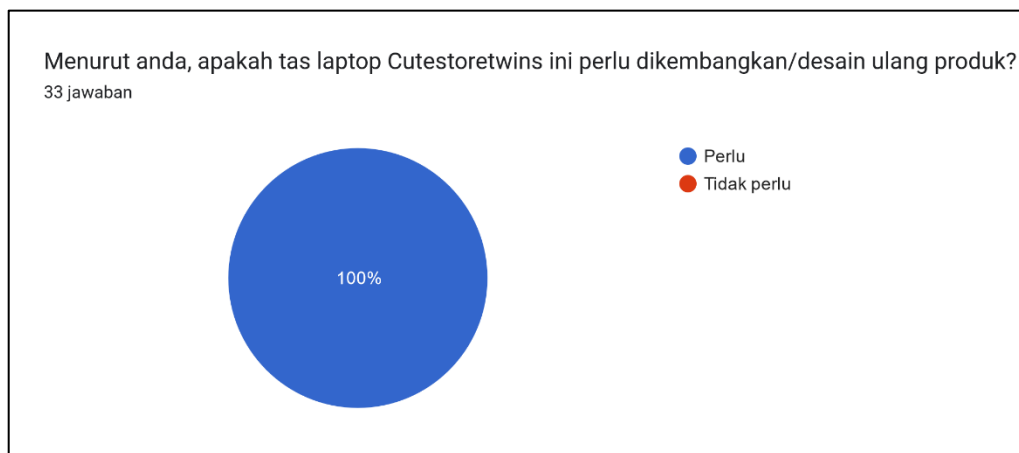
lebih maju maka dapat dilihat banyak ketertinggalan dari beberapa aspek seperti model yang terlihat masih biasa, fungsionalitas yang tertinggal seperti tidak ada saku pada tas laptop, bahan yang kurang menarik untuk dilihat dan beberapa aspek lainnya.

Tabel 1.1 Perbandingan Tas Laptop Cutestoretwins dengan Merk Lain

	Cutestoretwins	CelahLangit	Wearing.basita	Overart Official
Handle Tas	Terdapat <i>handle</i> di salah satu sisi tas	Terdapat <i>handle</i> di salah satu sisi tas	Tas tidak memiliki <i>handle</i>	Tas tidak memiliki <i>handle</i>
Fitur Tas	Tas polos tanpa fitur tambahan	Tas memiliki saku	Tas memiliki penutup atas tas	Tas memiliki penutup atas tas
Bahan Tas	Tas tidak tahan air	Tas tahan air	Tas tahan air	Tas tahan air
Warna Tas	Hanya memiliki satu variasi warna	Memiliki variasi warna beragam	Memiliki variasi warna beragam dan motif	Memiliki variasi warna beragam
Kisaran Harga	Rp. 100.000 – Rp 135.000	Rp. 59.900 – Rp. 72.000	Rp. 70.000 – Rp. 100.000	Rp. 100.000 – Rp. 130.000
Model Tas	Polos	Tas dengan aksesoris saku	Penutup tas unik	Polos
Jenis Tas	<i>Puffy</i>	<i>Puffy</i>	<i>Puffy</i>	<i>Puffy</i>
Gambar Produk				

Dengan demikian, untuk dapat meningkatkan/mempertahankan performa penjualan tas laptop tersebut, *Cutestoretwins* harus memiliki keunggulan dibandingkan produk pesaing dengan harapan memenangkan persaingan. Hal tersebut dilakukan *Cutestoretwins* atas dasar kebutuhan pasar akan produk yang lebih menarik dan lebih berguna. Sehingga berdasarkan pendapat responden terhadap keunggulan produk, responden menginginkan dilakukannya pengembangan produk dengan *redesign* produk. Berdasarkan hasil survei, 100% konsumen sebagai responden menjawab perlu untuk ditingkatkan lebih lanjut produk yang telah ada. Perbaikan produk ini akan didasari oleh kebutuhan

pengguna dan atribut mana yang perlu untuk diperbaiki berdasarkan jawaban responden agar menjawab *customer needs* dan membawa daya tarik suatu produk, sehingga produk tersebut dapat dipasarkan dengan kompetitif dan terjual di berbagai segmen kalangan. Oleh karena itu perlu tas laptop Cutestoretwins perlu di-*redesign* sesuai standar kriteria kebutuhan konsumen dalam upaya mencapai kebutuhan dan harapan konsumen untuk meningkatkan daya beli konsumen terhadap produk.



Gambar 1. 3 Hasil Jawaban Responden terhadap redesign produk

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah bagaimana pengembangan dan perancangan produk tas laptop berdasarkan keinginan dan kebutuhan konsumen untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang ulang produk Tas Laptop Cutestoretwins agar dapat meningkatkan *value* produk dan kebutuhan pengguna

sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengguna terhadap Tas Laptop yang dijual oleh Cutestoretwins.

1.4 Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan hanya pada Cutestoretwins dan hanya produk tas laptop.
2. Penelitian dilakukan hingga prototype 3D sebagai model inovasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam pembuatan laporan tugas akhir sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I ini menjelaskan mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II ini menjelaskan mengenai dasar-dasar teori yang digunakan sebagai landasan penelitian untuk memecahkan masalah serta garis besar metode yang digunakan saat penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III ini menjelaskan mengenai tahapan pelaksanaan penelitian hingga penyelesaian penulisan laporan penelitian tugas akhir.

BAB IV DESIGN THINKING

Bab IV berisikan tentang design thinking process yang dilakukan dalam rangka mendesain ulang tas laptop Cutestoretwins. Design thinking process terdiri dari empat tahap yaitu empathize, define, ideate, dan prototype.

BAB V ANALISIS

Bab V menjelaskan tentang analisis mengenai analisis desain produk, analisis biaya produksi, dan perbandingan rancangan tas dengan produk sebelumnya.

BAB VI PENUTUP

Bab VI berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

