

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tas digunakan oleh semua kalangan, baik kalangan atas maupun kalangan bawah, pria maupun wanita di segala usia. Selain untuk menaruh barang, tas juga berfungsi untuk mendukung penampilan. Untuk memilih produk *fashion* seperti tas, memang tidak mudah. Selain kenyamanan, desain yang selalu mengikuti zaman adalah hal yang penting. Sama halnya dengan pakaian, pemakaian tas yang tepat juga mampu menunjang penampilan seseorang. Di sisi lain kehadiran produk yang menarik dan trendi dapat meningkatkan *prestige* atau *image* bagi yang memakainya.

Berbagai koleksi tas terkini ditawarkan para produsen dengan harga yang beragam dan bersaing serta terjangkau. Tas dibuat dengan desain, pola, model, dan gambar yang menarik dan banyak variasinya supaya dapat memenuhi kebutuhan pemakainya. Pada setiap musim, selalu dihadirkan tas dengan desain-desain yang memadukan antara simple, modern, kualitas, kreativitas, dan fungsional. Dengan adanya persaingan seperti ini, sebagai pelanggan tentu saja bisa mengambil manfaat dari hal tersebut. Pelanggan bisa memilih dan membandingkan produsen tas yang menjual tas produksinya dengan harga yang murah namun berkualitas, yang nantinya akan menjadi pilihan terbaik bagi pelanggan.

Tiara *collection* adalah salah satu produsen tas yang ada di Sukoharjo yang sudah memulai usaha rumahan dalam pembuatan tas dari tahun 2012. Tiara *collection* didirikan oleh Ibu Agustin yang berlokasi di Perum Griya Laban Indah Blok A No 13, Jatiteken RT 03 RW 05, Laban, Mojolaban, Sukoharjo. UKM ini memproduksi tas untuk dijual secara eceran dan grosir. Selain itu, Tiara *collection* juga melayani produk pesanan dengan skala besar maupun kecil. Kapasitas produksi Tiara *collection* untuk model yang sederhana 30 pcs/3hari dan untuk model baru bisa memproduksi 40

pcs/minggu. Jenis tas pesanan yang diproduksi di Tiara *collection* di antaranya adalah tas jinjing, tas samping, dan lain-lain sesuai pesanan.

Dalam usahanya, Tiara *collection* dibantu oleh beberapa karyawan untuk memenuhi target produksi ataupun pesanan yang diterima. Bahan yang digunakan di Tiara *collection* sangat beragam, di antaranya adalah kain perca (batik), jeans, imitasi, dan lain-lain. Harga tas di Tiara *collection* diatur sesuai dengan permintaan pemesan, yaitu meliputi bahan baku yang digunakan, asesoris tambahan, dan tingkat kesulitan desain yang diinginkan.

Perkembangan usaha kerajinan tas yang pesat menimbulkan kompetisi yang semakin ketat. Persaingan antar sesama pengusaha tentunya akan timbul jika jenis produk yang diproduksi memiliki ragam yang serupa. Perusahaan harus bisa menghasilkan produk yang bersaing di pasaran. Menurut Suyanto (2007), produk merupakan bauran pemasaran yang paling mendasar. Produk bukan hanya merupakan obyek fisik, tetapi juga seperangkat manfaat atau nilai yang dapat memuaskan pelanggan, baik manfaat secara fungsional, psikologis, maupun sosial. Produk meliputi kualitas, keistimewaan, desain, gaya, keanekaragaman, bentuk, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan, dan pengembalian. Pemasaran dapat dibangun dari keunggulan elemen-elemen produk tersebut. Oleh sebab itu, Tiara *collection* perlu untuk menciptakan desain produk yang menarik dan berkualitas sehingga produk yang dihasilkan memenuhi selera pelanggan.

Hal yang perlu menjadi perhatian pengusaha tas dalam upayanya memenuhi kebutuhan pelanggan tas adalah mengetahui fungsi tas bagi pelanggan. Ada beberapa fungsi umum dari sebuah tas (Velacia, 2016), yaitu:

- a. Sebagai tempat untuk menyimpan sesuatu seperti dompet, berbagai berkas, dan arsip penting lainnya.
- b. Sebagai alat untuk membawa barang atau benda-benda penting yang diperlukan pada saat berpergian seperti tas umum yang banyak dipakai yaitu tas ransel, tas koper, dan lainnya.
- c. Sebagai tempat barang pada saat berbelanja, biasanya tas yang dipakai terbuat dari plastik, kain, maupun dari kertas.

d. Sebagai pelengkap dalam berbusana untuk menunjang penampilan yang sudah menjadi bagian dari gaya hidup (*life style*).

Keberadaan sebuah tas bagi seseorang terutama wanita sudah menjadi suatu keharusan. Saat ini, pasar untuk tas wanita masih sangat luas karena tas merupakan salah satu kebutuhan wajib wanita. Umumnya wanita selalu menyertakan tas untuk melengkapi penampilannya, terutama saat mereka sedang berpergian. Untuk menunjang *stylish* wanita, ada banyak jenis tas yang berbeda ukuran dan modelnya yang wanita gunakan di setiap aktivitas. Salah satunya tas selempang, berukuran besar dan kecil, tas selempang mempunyai tali panjang sehingga bisa digunakan kapanpun dimanapun seseorang pergi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan tas selempang wanita. Dalam penelitian ini, metode pengembangan produk yang digunakan adalah rekayasa nilai. Rekayasa nilai merupakan proses meletakkan atribut-atribut bernilai tinggi ke dalam produk yang sedang dirancang (Kaufman, 2002:4). Rekayasa nilai digunakan untuk mencari suatu alternatif atau ide yang bertujuan untuk memberikan nilai tambah. Tahapan rekayasa nilai terdiri dari tahap informasi, tahap kreatif/spekulasi, tahap analisis, tahap pengembangan, dan tahap penyajian atau presentasi (Soeharto, 1995). Pengembangan performansi pada penelitian ini berdasarkan keinginan pelanggan dilakukan dengan metode FAST (*Function Analysis System Technique*).

1.2 Perumusan Masalah

Semakin banyak industri tas baru yang bermunculan menghadirkan pesaing baru bagi Tiara *collection*. Oleh karena itu diperlukan alternatif rancangan desain tas yang dapat memberikan nilai tambah dan nilai jual yang tinggi. Perlu suatu upaya untuk mendengarkan pelanggan. Selain itu, keberhasilan suatu produk tergantung dari bagaimana produk tersebut memenuhi harapan pelanggan. Poin utama penelitian ini adalah mengetahui desain tas selempang wanita yang disukai pelanggan.

1.3 Batasan Masalah

Guna menghindari pembahasan yang terlalu luas dan tidak terarah serta menimbulkan penafsiran yang berbeda-beda dari pembahasan nantinya, maka dalam penelitian ini, batasan masalahnya adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini dilakukan di Tiara *collection*.
- b. Fokus penelitian hanya dilakukan untuk pengembangan desain produk tas selempang wanita dengan menggunakan metode rekayasa nilai.
- c. Penelitian hanya dilakukan sampai diketahui pembentukan produk usulan dari rancangan desain tas tersebut (tidak sampai menghitung tingkat penjualan dari produk yang sudah direkomendasikan).

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Mengetahui atribut kebutuhan pelanggan pada produk tas selempang wanita.
- b. Mengetahui tingkat performansi dan nilai (*value*) dari konsep produk tas selempang wanita yang dikembangkan sesuai kebutuhan pelanggan.
- c. Memilih alternatif konsep produk tas selempang wanita yang terbaik.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah konsep produk tas selempang wanita yang mampu memenuhi keinginan pelanggan dengan nilai (*value*) terbaik, sehingga dapat dijadikan sebagai rekomendasi produk baru untuk Tiara *Collection*.

1.6 Sistematika Penulisan

Gambaran umum dalam sistematika penulisan Tugas Akhir pada setiap bab dijelaskan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi Latar Belakang, Perumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini membahas tentang teori-teori yang mendukung penelitian terkait keberagaman produk tas, pengembangan produk, metode rekayasa nilai, dan teori statistika yang berasal dari berbagai literatur, serta tinjauan pustaka yang berasal dari berbagai hasil penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini diuraikan mengenai obyek penelitian, teknik pengumpulan data, prosedur penelitian, dan pemecahan masalah.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Tahap Informasi

Mengumpulkan keseluruhan data dan mendefinisikan fungsi tas selempang wanita dari wawancara dan kuesioner.

2. Tahap Kreatif

Menampilkan beberapa alternatif desain tas selempang wanita yang memenuhi kriteria yang dijelaskan dalam tahap informasi.

3. Tahap Analisis

Melakukan analisis terhadap alternatif-alternatif yang ada dengan metode *zero-one* dan matriks evaluasi.

4. Tahap Pengembangan

Dilakukan perhitungan *value* pada alternatif-alternatif tersebut dan dipilih alternatif dengan *value* tertinggi.

5. Tahap Presentasi

Melakukan presentasi terhadap alternatif terpilih.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berisi tentang hasil yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan.