

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan Tritunggal Bangun Sejahtera adalah perusahaan yang memproduksi sandal dengan beberapa brand yang berbeda-beda sesuai dengan karakter produk dan pasar yang dituju. Hingga saat ini ada empat brand yang sudah tersebar dipasaran yaitu : Connec, Cafu, On Top, dan it's U. Berbagai macam sandal pria remaja hingga dewasa tersedia lengkap dari sandal yang memiliki fungsi umum hingga sandal yang memiliki fungsi khusus. Namun dari keempat brand yang beredar dipasaran, hanya satu brand yang menawarkan variasi sandal untuk wanita, brand tersebut adalah Connec.

Connec adalah *brand* yang didesain berdasarkan karakter yang dimiliki oleh target pasarnya yaitu remaja usia menengah. Sehingga pada awal kemunculannya Connec didominasi oleh ragam desain bertemakan *sport* (olah raga). Connec terbagi dua jenis yaitu *connec for men* dan *connec for women*. Perkembangan desain pada *connec for men* telah selangkah maju terdepan, karena regenerasi desain yang terdapat pada divisi tersebut berkembang dengan baik dan selalu mengikuti trend yang sedang berjalan seputar kehidupan laki-laki yang sesuai dengan kategori yang dimaksud. Hal tersebut mengakibatkan ketidakseimbangan terhadap penjualan *brand* connec.

Connec for women adalah satu-satunya brand pada perusahaan ini yang membenderakan sandal-sandal yang diproduksi untuk wanita, khususnya untuk wanita remaja menuju dewasa. Sandal adalah salah satu kebutuhan wanita dibidang *fashion*.

Seperti yang kita ketahui bahwa perkembangan trend *fashion* dunia bergerak sangat cepat. Bukan hanya terhadap perindustrian pakaian, tetapi perkembangan trend dunia juga berpengaruh terhadap perkembangan dunia trend juga berpengaruh terhadap trend dibidang perindustrian alas kaki, karena alas kaki merupakan bagian dari *fashion*.

Untuk mengembangkan dan menyeimbangkan kembali antara brand *connec for men* dan *connec for women* maka, desain pada sandal *connec for women* yang akan diproduksi harus dikembangkan dan mengikuti trend *fashion* dunia yang berlaku saat itu. Adapun tujuan pengembangan produk bagi perusahaan adalah sebagai berikut :

- Untuk menggantikan produk lama yang sudah mulai berkurang pembelinya.
- Untuk mengatasi trend nilai penjualan yang semakin menurun setiap tahunnya.
- Untuk menghadapi dinamisasi pasar, reaksi positif konsumen terhadap produk baru yang dilakukan pesaing, perubahan selera konsumen yang diakibatkan dengan perubahan *trend fashion* dan gaya hidup juga struktur demografi konsumen, perubahan kebijakan

pemerintah terhadap suatu produk dan munculnya peluang pasar baru.

- Untuk memperlihatkan kepada para distributor bahwa brand *connec for women* berkembang sesuai perkembangan *trend* dunia.
- Untuk meningkatkan volume pembelian dan meluaskan pangsa pasar suatu perusahaan.
- Untuk membantu perusahaan dalam menghadapi perdagangan bebas atau AFTA.

Dapat dikatakan bahwa tujuan akhir dari peluncuran produk adalah terjual dipasaran. Untuk itu dalam proses pengembangan produk, hal yang terpenting adalah kepuasan konsumen. Berdasarkan hal ini, maka perlu diadakan suatu penelitian pasar untuk mengetahui keinginan konsumen, perilaku konsumen dan persepsi konsumen terhadap *trend fashion* dunia dan terhadap produk perusahaan juga produk kompetitor perusahaan. Hal-hal tersebut perlu diketahui untuk menentukan arah dan waktu pengembangan dengan penyesuaian terhadap trend pasar saat ini sehingga diperoleh suatu spesifikasi produk yang benar-benar diinginkan oleh konsumen.

Akan tetapi, pengembangan produk bukanlah suatu hal yang dapat dijalankan tanpa suatu resiko kegagalan. Apabila pengembangan tersebut mengarah pada peluncuran produk baru yang tidak tepat guna. Adapun hal yang mungkin menjadi

penyebab kegagalan - kegagalan tersebut adalah sebagai berikut :

- Perubahan selera konsumen.
- Kesalahan menginterpretasikan kebutuhan konsumen.
- Kesalahan strategi dalam memposisikan produk perusahaan.
- Target yang dituju masi terlalu kecil
- Permasalahan pada managemen dan pengorganisasian perusahaan.
- Adanya respon yang cepat dari para pesaing sehingga pesaing memiliki ide yang sama dan lebih cepat dalam pengembangannya atau saja pesaing dengan mudah meniru produk hasil pengembangan tersebut.

Sesuai dengan tujuan pengembangan produk ini, yaitu untuk mengetahui pasar dan peninglatan volume penjualan terhadap brand tersebut, maka untuk menghindari kerugian dan memperkecil resiko kegagalan perlu dilakukan pengaturan strategi pengembangan produk secara teliti dan cermat dan memprediksi trend yang akan diminati kelak berdasarkan dengan data – data yang akurat guna mengetahui peluang pasar serta kebutuhan dari keinginan konsumen, dimana kunci dari penelitian ini dalah data yang di peroleh dari konsumen itu sendiri.

1.2 Identifikasi Masalah

Meyusun Konsep desain produk alaskaki yang baru untuk meningkatkan nilai penjualan PT. Tritunggal Bangun Sejahtera. Sehingga fenomena trend nilai penjualan tidak lagi menurun dengan memaparkan konsep desain sebagai sebab dan nilai penjualan sebagai akibat pada penelitian.

Variabel X : Konsep Desain Produk

Variabel Y : Nilai Penjualan

Variabel Independen (X)

Konsep Desain Produk (X) sering juga disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Variabel bebas ini adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya Nilai Penjualan (Y).

Variabel Dependen (Y)

Variabel ini sering juga disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.



X (Variabel Independen) : Konsep Desain Produk

Y (Variabel Dependen) : Nilai Penjualan

1.3 Batasan Masalah

Pada penelitian ini permasalahan yang ada tidak akan dibahas keluar dari batasan – batasan yang telah ditentukan. Adapun batasan – batasan dari pembahasan adalah sebagai berikut :

- Penelitian dilakukan terhadap *trend fashion* yang sedang berkembang
- Penelitian dilakukan terhadap tingkah laku konsumen yang sudah ditentukan yaitu usia 18 tahun -25 tahun.
- Penelitian dilakukan untuk mengakurasi keterkaitan keinginan konsumen terhadap trend.

Dalam penelitian ini penulis membatasi aspek-aspek penelitian hanya pada studi *Trend fashion* seperti warna, bentuk, material dan remaja wanita sebagai *user*.

Variabel Vm : Remaja Wanita

Variabel Vi : *Trend Fashion*

Selain itu juga terdapat pula aspek-aspek tambahan yang diteliti seperti perkembangan nilai penjualan, dan juga material-material yang cocok untuk produk alaskaki.

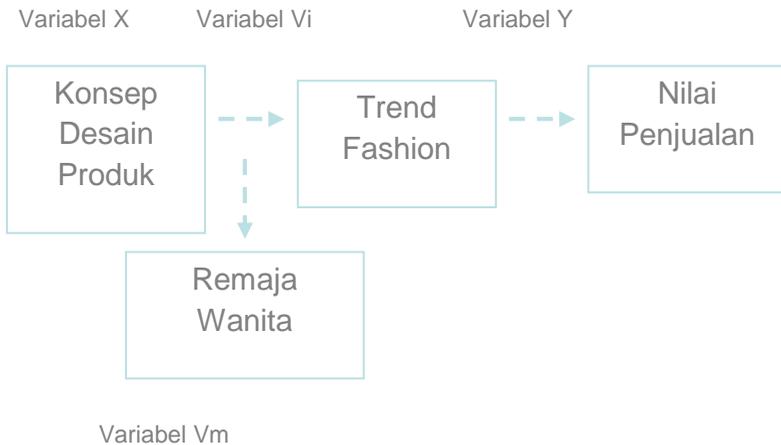
Jadi dalam penelitian ini penulis tidak meneliti kepada aspek-aspek seperti ukuran spek produk, ketahanan material, dan juga harga jual produk.

Variabel Moderator (Vm)

Adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan dependen. Variabel disebut juga sebagai variabel independen kedua.

Variabel Intervening (Vi)

Tuckman (1988) menyatakan " *An intervening variable is that factor that theoretically affect the observed phenomenon but cannot be seen, measure, or manipulate* ". Variabel intervening secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela yang terletak diantara variabel independen dan dependen, sehingga variabel ini tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen



Gambar 1.1 Hubungan antar Variabel

(Sumber: data pribadi)

1.4 Rumusan Masalah

Dikembangkan berdasarkan penelitian menurut tingkat eksplanasi (*level of explanation*), dan dikelompokkan ke dalam bentuk masalah deskriptif, asosiatif dan komparatif:

Rumusan Masalah Deskriptif

Adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel independen (Konsep Desain Produk). Jadi dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan rumusan masalah deskriptifnya berupa:

- Seberapa Besar pengaruh *Trend Fashion* terhadap Konsep Desain Produk?
- Seberapa besar pengaruh Konsep Desain Produk terhadap Nilai Penjualan?

Rumusan Masalah Asosiatif

Adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan rumusan masalah asosiatifnya berupa:

- Adakah hubungan antara Konsep Desain Produk dengan perubahan Nilai Penjualan?
- Adakah hubungan antara Nilai Penjualan pada *Trend Fashion* Remaja Wanita dan Wanita Dewasa?
- Adakah hubungan antara Konsep Desain Produk dengan *Trend Fashion*?
- Adakah hubungan antara Konsep Desain Produk dengan Remaja Wanita?
- Adakah hubungan Remaja Wanita dengan perubahan Nilai Penjualan?
- Adakah hubungan antara *Trend Fashion* dengan Remaja Wanita?

Rumusan Masalah Komparatif

Adalah suatu rumusan masalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua

atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda pula. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan rumusan masalah assosiatifnya berupa:

- Adakah perbedaan Konsep Desain Produk antara pria dengan wanita?
- Adakah perbedaan Trend Fashion dan Nilai Penjualan antara Remaja Wanita dengan Wanita Dewasa?

1.5 Tujuan Penelitian

Terdapat dua tujuan dalam penelitian ini yaitu tujuan yang tidak berhubungan dengan variabel-variabel yang penulis teliti dan yang berhubungan dengan variabel-variabel yang penulis teliti.

Tujuan yang pertama adalah untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Desain jenjang pendidikan strata-1 program studi Desain Industri.

Tujuan yang kedua adalah tujuan yang berkaitan dengan variabel-variabel yang penulis teliti yaitu :

- Mengukur Besar pengaruh *Trend Fashion* terhadap Konsep Desain Produk
- Mengukur besar pengaruh Konsep Desain Produk terhadap Nilai Penjualan
- Mengetahui hubungan antara Konsep Desain Produk dengan perubahan Nilai Penjualan

- Mengetahui hubungan antara Nilai Penjualan pada *Trend Fashion* Remaja Wanita dan Wanita Dewasa
- Mengetahui hubungan antara Konsep Desain Produk dengan *Trend Fashion*
- Mengetahui hubungan antara Konsep Desain Produk dengan Remaja Wanita
- Mengetahui hubungan Remaja Wanita dengan perubahan Nilai Penjualan
- Mengetahui hubungan antara *Trend Fashion* dengan Remaja Wanita
- Mengidentifikasi perbedaan Konsep Desain Produk antara pria dengan wanita
- Mengidentifikasi perbedaan *Trend Fashion* dan Nilai Penjualan antara Remaja Wanita dengan Wanita Dewasa

Tujuan penulis melakukan penelitian pada D2C adalah :

1. Mengembangkan konsep produk sandal sesuai dengan keinginan konsumen yang akan diajukan sebagai performasi produk.
2. Membangkan pola dan sistem pada konsep perancangan produk dengan merk Connec sehingga menjadi lebih baik.

3. Membuat sebuah desain yang dibutuhkan pasar dan juga dapat mengejar ketertinggalan produk dalam pandangan trend dunia saat ini dan kedepan.
4. Mendongkrak penjualan dan menekan harga produksi dengan menggunakan material yang sudah tersedia di perusahaan.

1.6 Manfaat Penelitian

Terdapat dua jenis manfaat dari penelitian ini, yaitu manfaat teoritis atau sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dan manfaat praktis sebagai antisipasi dari masalah yang menjadi objek penelitian. Manfaat teoritis yang dimaksud adalah untuk memperkaya pengetahuan tentang trend produk alas kaki.

Manfaat Praktis terdiri dari dua hal yaitu :

- Produk sandal produksi PT. Tritunggal Bangun Sejahtera memenuhi ekspektasi (selera, harga, mutu) yang diinginkan oleh wanita remaja.
- Meningkatkan nilai penjualan produk sandal wanita produksi PT. Tritunggal Bangun Sejahtera.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memperjelas dan mempermudah penulisan Tugas Akhir ini, digunakan sistematika penulisan yang telah disesuaikan dengan metode pembahasan dan dikelompokkan kedalam beberapa bab, dimana masing – masing bab akan

dibagi lagi kedalam sub bab. Dengan pembagian bab ini, diharapkan dapat memberikan penjelasan secara terperinci mengenai penulisan Tugas Akhir ini. Sistematika penulisan Tugas Akhir ini, adalah sebagai berikut :

BAB I . PENDAHULUAN

Membahas mengenai Latar Belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, tujuan dan sistematika penulisan.

BAB II . TINJAUAN PUSTAKA

Membahas mengenai Landasan teori yang berkenaan dengan variabel-variabel yang diteliti dan membahas hipotesis yang didapatkan oleh penulis mengenai penelitian.

BAB III . PROSEDUR PENELITIAN

Membahas metode dan analisis- analisis yang sesuai dengan data hasil penelitian dari segala aspek-aspek yang menjadi pertimbangan

BAB IV . HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi proses dan ilustrasi desain berdasarkan analisis dan solusi yang didapatkan.

BAB V . KESIMPULAN DAN SARAN

. Berisi kesimpulan dan saran untuk kemajuan perusahaan dan merupakan kesimpulan dari penelitian dan dari kesimpulan tersebut akan dikemukakan saran – saran yang diharapkan dapat berguna bagi yang membacanya