PENGEMBANGAN POTENSI PRODUK INDUSTRI KECIL MENENGAH (IKM) "LINDA SHOES"

POTENTIAL DEVELOPMENT OF "LINDA SHOES" SMALL INDUSTRIAL PRODUCTS

Kirana Ananda Nurqamarani, Fajar Sadika, S.Ds, M.Ds
Prodi S1 Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom
anandakirana@student.telkomuniversity.ac.id, fajarsadika@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Perancangan ini bertujuan untuk memberi peluang pada industri kecil menengah (IKM) "Linda Shoes" karena dengan adanya potensi yang bisa dikembangkan dengan menjadi latar belakang penelitian ini. Selain itu juga banyak dari produk yang dihasilkan beragam-ragam jenis, mulai dari sneakers, boots, sandal, pantofel dan masih banyak lagi. (Kotler, Bowen dan Makens, 2014). Bahwa minat beli konsumen muncul setelah adanya proses evaluasi alternatif. Tujuannya untuk menambah inovasi baru pada industry kecil menengah agar memiliki peluang untuk konsumen dengan dasar minat beli ataupun merek. Pada perancangan ini menggunakan metode *SCAMPER* metode ini dapat menentukan konsep perancangan sebuah produk dan nantinya akan mendapatkan hasil sketsa hingga *prototype.* Dan dipilih metode *Adapt* (mengadaptasi) dari bagian bawah sepatu yaitu hak dan bagian atas dengan menggunakan material brukat dan jaring dari brand Bella Belle. Dan Modify (memodifikasi) dari bagian aksesoris yaitu strap pada alas kaki yang akan dirancang.

Kata Kunci: Alas kaki, Perancangan, Industri Kecil Menengah

Abstract

This design aims to provide opportunities for the small and medium industry (IKM) "Linda Shoes" because of the potential that can be developed as the background of this research. In addition, there are also many products that are produced in various types, ranging from sneakers, boots, sandals, loafers and many more. (Kotler, Bowen and Makens, 2014). That consumer buying interest arises after an alternative evaluation process exists. The goal is to add new innovations to the small and medium industry in order to have opportunities for consumers on the basis of buying interest or brands. In this design using the SCAMPER method, this method can determine the design concept of a product and later will get the sketch results to the prototype. And the Adapt method was chosen (adapting) from the bottom of the shoe, namely the heel and the upper part, using lace and nets from the Bella Belle brand. And Modify (modify) the accessories part, namely the strap on the footwear that will be designed.

Keywords: Footwear, Design, Small and Medium Industry.**Pendahuluan**

1. Pendahuluan

Bandung memiliki berbagai macam industri kecil menengah atau yang biasa disebut IKM. IKM yang memiliki potensi untuk membuat alas kaki ialah Linda Shoes. IKM ini menyediakan fasilitas kepada konsumen untuk membuat desain sepatu yang diinginkan. IKM Linda Shoes dapat membuat berbagai jenis alas kaki antara lain sepatu casual, sepatu pantofel, dan sandal. Produk yang dihasilkan memiliki teknik produksi dengan metode konvensional, pembeli harus mendatangi langsung ke toko tersebut. Hal ini menyebabkan sering terjadi antrian dan penolakan customer karena waktu pembuatan dan pemesanan membutuhkan waktu. Linda Shoes merupakan perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur yang didirikan pada tahun 1971 dan diteruskan oleh Bapak Cep Rohman sebagai generasi ke-2 mulai dari tahun 1990 sampai sekarang. Pegawai yang bekerja di Linda Shoes ada 7 orang yang dibagi sesuai kemampuan masing-masing pegawai. Peralatan yang digunakan untuk membuat suatu produk ialah cetakan kaki dari kayu, palu, gunting, tang jepit, mesin jahit dan mesin gerinda. Material yang digunakan untuk membuat sepatu terdiri dari kulit asli, *synthetic*, canvas, suede, denim, dan lain-lain sesuai dengan permintaan konsumen. Sedangkan bahan yang digunakan lem putih, lem kuning, kertas pengeras, sol sepatu, pen khusus, benang nilon, dan alas dalam untuk pemasangan kap sepatu.

Trend merupakan gerakan jangka panjang yang memiliki kecenderungan menuju pada satu arah, yaitu naik maupun turun (Atmaja dalam Fitri, 2014). Dan Bahwa minat beli konsumen muncul setelah adanya proses evaluasi alternatif (Kotler, Bowen dan Makens, 2014). Tujuan dalam adanya evaluasi yaitu target user dapat membuat pilihan mengenai produk yang akan dibuat oleh industri kecil menengah atas dasar brand maupun minat beli.

Dan adapun alasan yang mendasari minat pembeli yaitu minat terhadap pengaruh orang lain, dan situasi. alasan tersebut bisa mempengaruhi pembeli terhadap produk tertentu. Situasi ini maksudnya ialah keadaan yang tidak terkendali atau terantisipasi, misalnya dari pembeli itu sendiri apakah dalam membeli produk tertentu yakin dalam memutuskan membeli atau tidak. Dan dalam situasi senang konsumen dapat meningkatkan minat dalam membeli produk. Serta rasa ketidakpuasan biasanya akan menghilangkan rasa untuk membeli produk tersebut. Hal ini dibutuhkan nya hubungan baik antara konsumen dan produsen, untuk mengembangkan potensi yang IKM melalui beberapa hal yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, dimana layanan sebagai produsen yang bisa lebih mengerti konsumen menginginkan produk apa dan bagaimana menyesuaikan apa yang mereka inginkan sehingga menghasilkan produk yang mereka inginkan.

Menurut Kotler & Keller (2009:189) "*Customer Relationship Management* merupakan proses mengelola informasi rinci tentang masing-masing pelanggan dan secara cermat mengelola semua "titik sentuhan" pelanggan demi memaksimalkan kesetiaan pelanggan". Produsen harus lebih mengoptimalkan pembuatan produk secara rinci sebagai kualitas pelayanan. Dan terakhir adalah harga, yaitu sebagai nilai tukar barang atau nilai dari suatu barang untuk bisa dimiliki. Dengan berusaha menjalin hubungan baik dengan pembeli, industri kecil menengah dapat menarik lebih perhatian pembeli dengan memberi kualitas yang baik dan harga yang terjangkau. Fashion adalah bagian yang tidak bisa dilepas dari gaya keseharian pemakainya. Seperti baju, sepatu, celana dan aksesoris lainnya digunakan sebagai penutup tubuh dan hiasan, dapat digunakan untuk memberi identitas pribadi pembeli. Dan dalam perkembangan fashion ada benda-benda fungsional yang dapat dipadu padankan dengan unsur desain lainnya, canggih dan unik. Fashion merupakan awal sebuah identitas yang dapat mengekspresikan diri orang tersebut. Fashion menjadi cara untuk mengekspresikan diri pemakainya. Perubahan penampilan dapat mempengaruhi trend di era industri ini, perubahan yang cepat dan banyaknya pesaing membuat perusahaan seperti industri kecil menengah ini untuk terus menginovasi produk. Perkembangan fashion di era sekarang semakin meningkat terus terutama sepatu. Sepatu fungsinya ialah digunakan sebagai pelindung pada kaki saat berjalan dan dari beberapa faktor seperti telapak kaki terluka, kotor, cidera dan memberi kenyamanan pada kaki saat berjalan.

Berdasarkan pada tinjauan diatas IKM Linda Shoes yang memiliki potensi untuk membuat alas kaki dengan cara permintaan konsumen, ikm akan membuat alas kaki sesuai kemauan konsumen mulai dari desain, material, dan bahan yang digunakan. Pendekatan metode yang akan dilakukan untuk pengembangan potensi ikm ini ialah membuat alternatif rancangan pada alas kaki dengan fungsional dan dapat dipadukan dengan unsur-unsur desain lain yang unik untuk menunjang penampilan si pemakai. Misalnya seperti *high heels*, *boots*, sandal, sepatu.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti akan melakukan perancangan ulang guna untuk mengembangkan potensi ikm tersebut yaitu membuat alternatif rancangan pada alas kaki misalnya material, desain, bahan yang lebih variatif, serta merancang alas kaki guna menarik konsumen untuk membuat alas kaki di ikm Linda Shoes tersebut. Penulis akan membuat alternatif dengan mendesain sepatu pernikahan guna mengembangkan potensi yang dimiliki oleh IKM tersebut.

1. Metode Penelitian

Dalam perancangan alas kaki ini juga membutuhkan data metode ilmiah guna untuk mempermudah peneliti mendapatkan data dan digunakan untuk keperluan penelitian. Berikut penjelasan aspek-aspek tersebut.

1. Pendekatan Penelitian

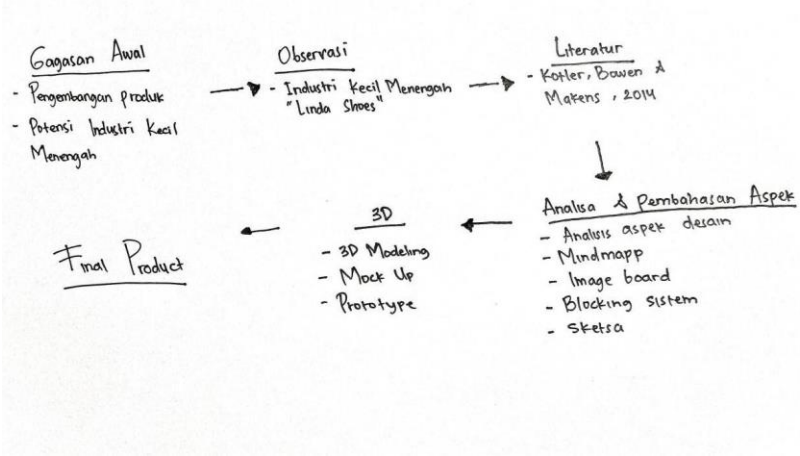
Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode Kotler, Bowen dan Makens, 2014 yaitu berdasarkan data yang ditemukan bahwa minat beli konsumen muncul setelah adanya proses evaluasi alternatif, yaitu membuat rangkaian pilihan mengenai produk yang akan dibeli atas dasar merek ataupun minat. Dan mengembangkan potensi industri kecil menengah dengan proses evaluasi, dengan cara melibatkan user dalam pembuatan dan perancangan design, desain dibuat berdasarkan evaluasi yang dilakukan pada saat eksplorasi.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dibutuhkan untuk perancangan yang akan dilakukan ialah Observasi, dokumentasi, dan literatur. Teknik ini dilakukan guna mendapatkan analisa data agar mendapatkan hasil akhir yang dikembangkan menjadi pembahasan sebuah perancangan alas kaki ini. Berdasarkan data yang ada dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan potensi industri kecil menengah ini membutuhkan design alas kaki yang fungsional serta dapat dipadukan dengan unsur-unsur desain yang lain.

3. Pendekatan Perancangan

Berikut bagian yang menggambarkan tahapan pada metode peranacangan produk alas kaki ini.



4. Teknik analisis data

Dalam perancangan produk ini dibutuhkan metode berupa *SCAMPER (Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to another use, Eliminate*, dan *Reverse)*. Metode ini dapat menentukan konsep perancangan sebuah produk dan nantinya akan mendapatkan hasil sketsa hingga *prototype*. Dalam perancangan ini penulis memilih metode *Adapt* (menyesuaikan), dan *Modify* (memodifikasi) Alas kaki yang sudah ada dan dibuat oleh industri kecil menengah tersebut.

3. Landasan Teori

1. Jenis dan Model Alas Kaki

Berikut beberapa jenis dan model alas kaki pada umumnya yang digunakan oleh masyarakat terutama wanita, yaitu:

1. Sandal
2. Sepatu
3. Boots

2. Material Alas Kaki

Berikut adalah beberapa bahan untuk material alas kaki pada umumnya:

1. *Leather*

Leather (kulit samak) berasal dari:

a Mamalia (binatang menyusui), yang biasa dipelihara misalnya domba, kambing, kuda, kerbau, babi.

b Mamalia (binatang liar) seperti misalnya kangguru, tupai, kijang, anjing laut.

c Reptil contohnya ular, biawak, buaya, katak.

2. *Fabric*/kain

Pada dasarnya *fabric*/kain biasanya berasal dari:

a Tumbuh-tumbuhan: Misalnya kain yang terbuat dari kapas (*cotton*), rami (*flaex*), goni (*jute*), serat nanas (*hemp*).

b Binatang: Kain yang terbuat dari binatang misalnya wool dan sutra.

3. Karet

Karet terbagi menjadi 2 jenis yaitu:

1. Karet alam ialah dari bahan polimer alam yang diperoleh dari *Hevea brasiliensis* atau *Gualuye*.

2. Karet sintetis terbentuk dari bahan yang bersumber dari minyak bumi, batu bara, minyak, gas alam, dan asetilna.

4. Hasil dan Pembahasan

- Konsep Perancangan

Dalam perancangan produk alas kaki ini hasil dari analisis komparasi sebelumnya dapat membantu penulis merancang produk yang dapat mengembangkan potensi IKM tersebut. Perancangan produk ini menggunakan teknik *SCAMPER (Substitute, Combine, Adapt, Modify, Put to another use, Eliminate,* dan *Reverse)*. Dari 7 proses *SCAMPER* dipilih metode *Adapt* (menyesuaikan) dan *Modify* (memodifikasi). Mengadaptasi produk yang sudah pernah dibuat oleh industri kecil menengah dengan brand Bella Belle yang menyesuaikan tinggi hak dengan tinggi 5cm dan bentuk hak yang tebal/lebar agar dapat digunakan sehari-hari dan menggunakan material brukat agar terlihat lebih formal. Memodifikasi dari brand Tac City Goods Co. dengan menambah aksesoris strap pada bagian pergelangan kaki agar pengguna merasa nyaman.

- Mind Map

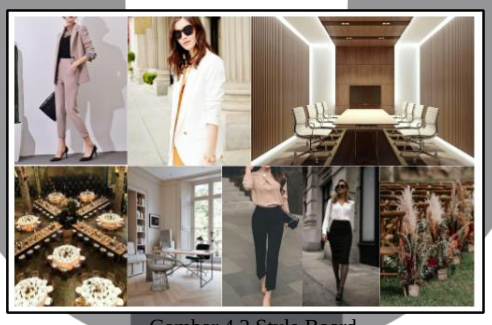
Mind map merupakan langkah awal untuk sebuah ide gagasan dan mengembangkan menjadi suatu gagasan utama dari bagian dengan mencari pertimbangan serta alternatif sebanyak mungkin.

Gambar 4.1 Mind Map

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019

- Style Board

Style board ini digunakan untuk menunjang kebutuhan rupa dalam suatu design . yaitu aspek tekstur, aspek warna, aspek bentuk, dan konsep perancangan pada produk.



Gambar 4.2 Style Board

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019

- Image Chart

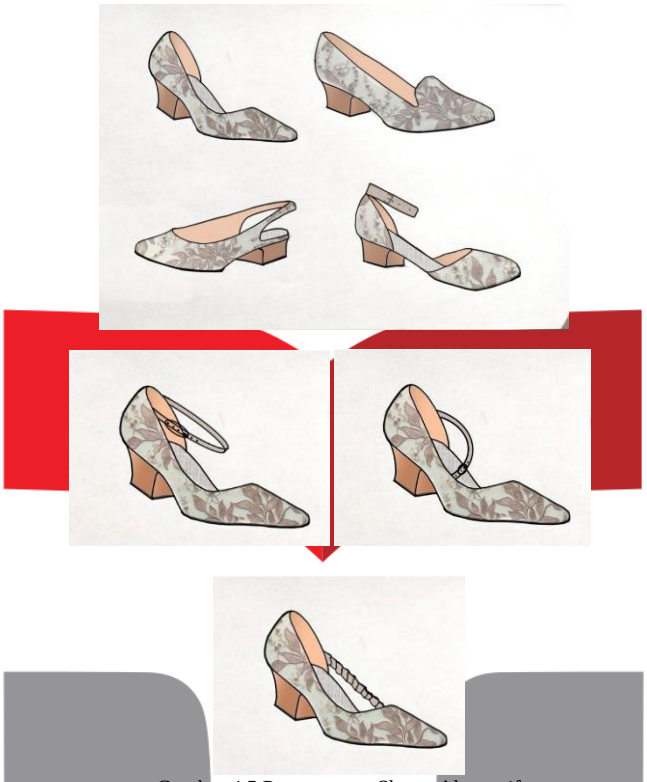
Image Chart ini bertujuan untuk mengacu pada produk yang akan dirancang yaitu *Daily Use* dan Minimalis.

Gambar 4.4 Image Chart

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019

- Perancangan Sketsa

Pada perancangan sketsa ini merupakan gambaran awal dari perancangan yang nantinya diterapkan pada hasil akhir sebuah karya produk.



Gambar 4.5 Perancangan Sketsa Alternatif
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019

- Sketsa Final

Gambar 4.6 Sketsa Final
Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2019

5. Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka berikut beberapa data yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan di Industri Kecil Menengah (IKM) Linda Shoes, guna untuk mencari potensi yang terdapat pada ikm tersebut.
2. Perancangan ulang alas kaki berdasarkan jenis – jenis alas kaki yang sudah ada guna membantu pekerja di ikm tersebut.
3. Masih minimnya pengetahuan tentang fitur-fitur yang terdapat pada alas kaki.
4. Dapat menambah peluang bagi Industri Kecil Menengah (IKM) untuk inovasi baru.
5. Menarik perhatian dari konsumen agar membuat alas kaki pada Industri Kecil Menengah (IKM) Linda Shoes.
6. Konsumen dapat menentukan keinginan untuk membeli atas dasar merek ataupun minat.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang didapat maka saran yang akan diberikan yaitu mencari pengetahuan lebih tentang alas sepatu, menggali dan mengembangkan potensi yang sudah ada agar konsumen lebih tertarik pada hasil yang diinginkan. Menambah variasi produk yang dibuat oleh Industri Kecil Menengah (IKM).

Daftar Pustaka

Hendariningrum, Retno, and Muhammad Edy Susilo. "Fashion dan gaya hidup: identitas dan komunikasi." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 6.1 (2014).

Hendriyana, H. (2019). *RUPA DASAR (NIRMANA) Asas dan Prinsip Dasar Seni Visual (Philosophy and Theory of Fine and Decorative Arts).* Yogyakarta : Penerbit Andi. Isbn: 978-623-01-0228-8.

Sadika, F. (2013). Proses Perancangan Sepatu pada Industri Sepatu Rumahan di Cibaduyut. Jurnal Seni Rupa dan Desain Januari-April 2013, 4(1).

Sadika, Fajar. 2017 Analysis of Product Deaign Development Process (Study Case Ministry of Trade Republic of Indonesia Strategic Plan). BCM 2017 Proceedings.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Terjemahan oleh Benyamin Molan. Edisi Keduabelas. Jilid 1. Jakarta: Indeks.

Terbit Setya Pambudi, Dandi Yunidar, Asep Sufyan M.A, 2015, Indonesian Community Understanding on Sustainable Design Concept Critical Analysis Regarding Sustainable Development in Indonesia. Proceeding Bandung Creative Movement.