

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Keberadaan IKM (Industri Kecil Menengah) di suatu daerah merupakan salah satu peningkatan taraf hidup di suatu daerah tersebut. Beberapa produk yang dihasilkan IKM sangatlah berbeda-beda, ada yang membawa *trend* dari daerah lain untuk dijadikan produk IKM itu sendiri, ada yang membawa *trend* dari luar daerah namun dikembangkan dengan identitas maupun kehidupan sosial daerah tersebut dan ada juga yang membuat karya sendiri dengan hasil produk yang berkaitan dengan daerah itu sendiri sehingga dapat dikenal oleh banyak masyarakat di seluruh daerah dan secara tidak langsung juga sebagai promosi daerah itu sendiri.

Ada banyak produk yang dihasilkan oleh IKM, dan salah satu produk yang dihasilkan oleh IKM adalah baju/kaos. Di berbagai daerah nusantara terdapat beberapa baju/kaos khas dari daerah tersebut. Mereka menjual hasil produk sekaligus mengenalkan daerah maupun budaya mereka sendiri, sebagai contoh Dagadu yang populer di Jogjakarta, adapula Joger dari Pulau Bali yang terkenal hingga mancanegara. Di pulau Madura sendiri terdapat produk yang sama seperti daerah lain dengan ciri khas daerah salah satunya adalah Osngaos *Clothing*. Mereka menjual produk mereka dengan desain baju yang berkaitan dengan daerah mereka yaitu, Madura. Usaha yang ditekuni oleh pengusaha muda ini tidak begitu lama berdiri, namun mereka ingin cepat berkembang dan dapat dikenal masyarakat sehingga dapat bersaing dengan produk–produk yang telah ada.

Pada dasarnya kaos/T-shirt merupakan produk yang *life cyclenya* lama, Hal inilah yang harus dipikirkan produsen untuk dapat menarik konsumen sebanyak banyaknya karena kebutuhan ini adalah kebutuhan primer yang tidak harus terus menerus diganti. Seiring berjalannya waktu kebutuhan konsumen terhadap kaos selalu berubah dan berbeda sesuai dengan keinginannya, pada dasarnya kebutuhan dan kemauan konsumen yang selalu berubah ubah ini dikarenakan beberapa faktor

diantaranya adalah perasaan atau kesan konsumen terhadap produk. Oleh karena itu dilakukan sebuah penelitian dengan pengembangan desain produk yang lebih sesuai dengan keinginan konsumen. Berdasarkan fakta tersebut maka untuk meningkatkan daya beli konsumen terhadap produk dengan mengembangkan produk yaitu dengan metode *Kansei Engineering*.

Kansei Engineering (KE) dalam hal hubungan permintaan konsumen terhadap desain kaos. Menurut Nagamachi (1995) *Kansei Engineering* adalah teknologi yang menterjemahkan perasaan dan citra (*image*) pelanggan tentang suatu produk ke dalam elemen-elemen desain. Dalam konsep *Kansei Engineering* barang atau produk baru dibuat berdasarkan pada perasaan dan permintaan pelanggan (Nagamachi, 1995). Metode KE memungkinkan konsumen untuk mendapatkan produk sesuai keinginan emosionalnya, hal inilah yang menjadikan pelanggan datang untuk membeli produk. Penelitian ini menekankan pada desain kaos yang sesuai permintaan dan kesan konsumen terhadap desain kaos yang diharapkan berdampak langsung pada profit IKM.

Sebelumnya sejumlah mahasiswa dan para ahli di bidangnya banyak melakukan penelitian tentang pengembangan produk menggunakan metode *kansei engineering*. Penelitian yang pertama yaitu Febriono E. A, Sritomo W, Aditya S (2007). Tujuan penelitiannya adalah menciptakan sebuah alat yang dapat membantu memecahkan masalah yaitu dengan merancang gerobak sampah. Hasil penelitiannya adalah setelah menggunakan metode *Kansei Engineering*, didapatkan 2 kata yang paling dominan terhadap elemen fungsi penggerak pada gerobak sampah, yaitu kata sakit dan berat. Penelitian yang ke dua Hayati Zen *et al.* Mengidentifikasi penilaian konsumen terhadap kemasan kipang kacang Laris dan ekspektasi konsumen terhadap kemasan produk melalui kata-kata *kansei* . Merancang sebuah kemasan produk yang baru sesuai dengan ekspektasi konsumen, dengan penerapan metode *Kansei Engineering* dalam konsep detail desain. Hasil penelitiannya adalah Perancangan dan pengembangan kemasan kipang kacang Laris sesuai ekspektasi konsumen dilakukan dengan menggunakan 3 kategori elemen desain, yaitu Elemen Desain Ukuran dan Bentuk Kemasan, Warna Kemasan, Desain Merek dan Label Kemasan

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan yaitu bagaimana menerjemahkan perasaan konsumen dan melakukan pengembangan desain kaos yang sesuai dengan perasaan konsumen sehingga sesuai dengan permintaan konsumen

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini mempunyai beberapa tujuan yang ingin dicapai antara lain :

1. Mengidentifikasi penilaian konsumen terhadap desain kaos menggunakan kata-kata kansei
2. Mengidentifikasi faktor apa saja yang mempengaruhi secara signifikan terhadap desain kaos

1.4. Batasan Penelitian

Pada suatu penelitian perlu diberi batasan masalah agar lebih fokus pada penelitian tersebut. Adapun batasan masalah pada penelitian ini antara lain adalah penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura (UTM).

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat untuk peneliti :
 - a. Dapat mengaplikasikan ilmu dan teori yang telah didapatkan selama perkuliahan.
 - b. Diharapkan dapat memberikan inspirasi untuk penelitian selanjutnya agar lebih baik
2. Manfaat untuk perusahaan
 1. Dapat memberikan usulan alternatif desain kaos baru dan diharapkan dapat mengaplikasikan usulan kebijakan baru untuk perkembangan usaha
 2. Memberikan usulan strategi pengembangan desain

1.6. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian Skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini berisi tentang teori-teori berkaitan dengan perancangan dan pengembangan produk yang diambil dari beberapa literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Teori - teori tersebut menjadi acuan atau pedoman dalam melakukan langkah-langkah penelitian agar benar-benar dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ketiga ini menjelaskan urutan langkah-langkah secara sistematis dalam setiap tahapan penelitian yang akan dilakukan untuk memecahkan masalah. Urutan langkah-langkah yang telah ditetapkan tersebut merupakan suatu kerangka yang dijadikan pedoman dalam pelaksanaan penelitian.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi kumpulan dari berbagai data yang diperoleh yang digunakan sebagai bahan analisis dan pengolahan data yang diperoleh dengan metode untuk pemecahan masalah. Selain itu, bab ini juga membahas hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menghasilkan suatu kesimpulan dan rekomendasinya atau saran yang harus diberikan untuk penelitian lanjut.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil pengolahan data dan saran untuk penelitian selanjutnya.