



TUGAS AKHIR - RD184838

## DESAIN MOTIF KULIT SAPI UNTUK TAS WANITA

OTTIDILIA NUR LAILY  
0831134000140

Dosen Pembimbing  
Eri Naharani Ustazah, ST MDs

Departemen Desain Produk  
Fakultas Arsitektur Desain dan Perencanaan  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
2019





**TUGAS AKHIR – RD184838**

**DESAIN MOTIF KULIT SAPI UNTUK TAS WANITA**

**Mahasiswa :**

**Ottidilia Nur laily**

**NRP 08311340000140**

**Dosen Pembimbing :**

**Eri Naharani Ustazah, ST, MDs**

**NIP. 197304272001122001**

**DEPARTEMEN DESAIN PRODUK**

**FAKULTAS ARSITEKTUR DESAIN DAN PERENCANAAN**

**INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER**

**SURABAYA**

**2019**

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

**LEMBAR PENGESAHAN**

**DESAIN MOTIF KULIT SAPI UNTUK TAS WANITA**

**TUGAS AKHIR (DP 184838)**

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Desain (S.Ds)

Pada

Program Studi S-1 Departemen Desain Produk

Fakultas Arsitektur, Desain, dan Perencanaan

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:

**Ottidilia Nur laily**

**NRP. 08311340000140**

Surabaya, 30 Januari 2019

Periode Wisuda 119 (Maret 2019)

Mengetahui,

Kepala Departemen Desain Produk



**Elva Zulaikha, S.T., M.Sn., Ph.D.**

**NIP. 19751014 200312 2001**

Disetujui,

Dosen Pembimbing

**Eri Naharani Ustazah, ST, MDS**

**NIP. 197304272001122001**

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya mahasiswa Departemen Desain Produk, Fakultas Arsitektur, Desain, dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, dengan identitas:

Nama : **Ottidilia Nur laily**

NRP : **08311340000140**

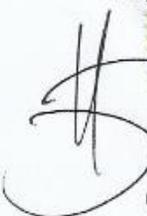
Dengan ini menyatakan bahwa laporan tugas akhir yang saya buat dengan judul “**DESAIN MOTIF KULIT SAPI UNTUK TAS WANITA**” adalah:

1. Orisinal dan bukan merupakan duplikasi karya tulis maupun karya gambar atau sketsa yang sudah dipublikasikan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan atau tugas-tugas kuliah lain baik di lingkungan ITS, universitas lain ataupun lembaga-lembaga lain, kecuali pada bagian sumber informasi yang dicantumkan sebagai kutipan atau referensi atau acuan dengan cara yang semestinya.
2. Laporan yang berisi karya tulis dan karya gambar atau sketsa yang dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan data hasil pelaksanaan riset.

Demikian pernyataan ini saya buat dan jika terbukti tidak memenuhi persyaratan yang telah saya nyatakan di atas, maka saya bersedia apabila laporan tugas akhir ini dibatalkan.

Surabaya, 30 Januari 2019

Yang membuat pernyataan


Ottidilia Nur Laily

0831134000140

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena dengan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul “Desain Motif Kulit Sapi untuk Tas Wanita” dengan sebaik-baiknya dan tepat pada waktunya. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan mata kuliah Tugas Akhir Desain Produk (RD184838) Departemen Desain Produk, Institut Teknologi Sepuluh Nopember. Penyusunan laporan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Ibu Maidah, Almarhum Bapak Linda, serta kakak penulis, Aulia Nur Veiny, yang selalu memberikan dukungan finansial, moral dan doa.
2. Ibu Ellya Zulaikha, ST, M.Sn., Ph.D. selaku Kepala Departemen Desain Produk Industri, Fakultas Arsitektur Desain dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya
3. Ibu Eri Naharani Ustazah, ST, MDs selaku Dosen Pembimbing dalam mata kuliah Tugas Akhir, Bapak Waluyo Hadi, S.Sn, dan Ari Dwi Krisbianto, S.T., M.Ds selaku dosen penguji. Terima kasih atas ilmu dan dukungan penuh yang telah diberikan.
4. Bapak Arif, selaku narasumber utama dalam mengajarkan ilmu dan pengalaman di bidang industri kulit dalam penelitian ini.
5. Terima kasih kepada teman-teman alumni SMA Taruna Dra Zulaeha yang terus-menerus memberi dukungan dan doa untuk kelancaran pengerjaan penelitian ini.
6. Teman-teman pejuang wisuda 119 dalam dukungan dan kebersamaannya.

Dengan ini diharapkan agar laporan yang telah disusun oleh penulis dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 30 Januari 2019

Penulis

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## **ABSTRAK**

### **DESAIN MOTIF KULIT SAPI UNTUK TAS WANITA**

**Nama** : Ottidilia Nur Laily

**NRP** : 08311340000140

**Jurusan** : Desain Produk Industri-FADP, ITS

**Dosen Pembimbing** : Eri Naharani Ustazah, ST MDs

Kualitas kulit di Indonesia telah diakui oleh dunia sebagai kulit dengan kualitas terbaik. Pernyataan tersebut tak lepas dari terbebasnya Indonesia dari penyakit kulit dan mulut yang menjadi faktor terbesar turunnya kualitas kulit hewan di dunia. Meski begitu, Indonesia memiliki beberapa kendala yang sedang dihadapi, yaitu kurangnya pasokan kulit berkualitas untuk memenuhi kebutuhan kulit dalam negeri. Bahkan, beberapa industri masih impor bahan-bahan (kimia maupun bahan baku) dari luar, sehingga berpengaruh terhadap harga dan ketersediaan bahan. Kebanyakan, kualitas kulit yang rendah yang beredar di pasaran sehingga menurunkan citra dari produk yang dibuat dari kulit. Oleh karena itu, penulis berusaha mengangkat citra dari sebuah kulit yang berkualitas rendah menjadi sebuah produk yang bernilai tinggi di dalam maupun luar negeri. Dalam penelitian ini, penulis bereksperimen terhadap berbagai jenis kulit sapi untuk menciptakan desain motif yang dapat mengangkat nilai sebuah produk.

Kata kunci ;Penyakit kulit, impor, harga, kualitas

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## ABSTRACT

### DESAIN MOTIF KULIT SAPI UNTUK TAS WANITA

**Student** : Ottidilia Nur Laily

**NRP** : 08311340000140

**Department** : Industrial Product Design-FADP, ITS

**Lecturer Conselor** : Eri Naharani Ustazah, ST MDs

*Indonesian leather was confirmed as world`s finest leather quality. The statement can not be separated from the release of Indonesia from skin and mouth diseases that become the biggest factor of the decline in animal skin quality in the world.*

*Those disease are being the mind problem of leather quality in the world. However, Indonesia facing some problems such as namely the lack of quality leather supply to meet the needs of domestic skin. In fact, some industries still import materials (chemicals and raw materials) from the outside, thus affecting the price and availability of materials. Mostly, the low quality of leather on the market reduces the image of a product made from leather. Therefore, the author tries to lift the image of a low quality leather into a product of high value at home and abroad. In this study, the authors experimented on different types of cowhide to create design motifs that can lift the value of a product.*

*Keywords : skin and mouth diseases, import, value, quality*

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Batasan Masalah.....</b>	<b>4</b>
<b>1.4 Tujuan.....</b>	<b>4</b>
<b>1.5 Manfaat.....</b>	<b>4</b>
<b>BAB 2 .....</b>	<b>5</b>
<b>2.1 Kulit Hewan.....</b>	<b>5</b>
<b>2.1.1 Kulit Sapi.....</b>	<b>5</b>
<b>2.2 Industri Kulit.....</b>	<b>6</b>
<b>2.2.1 Penyamakan Kulit .....</b>	<b>6</b>
<b>2.3 Kualitas Penyamakan Kulit .....</b>	<b>13</b>
<b>2.3.1 <i>Visual Appearance</i> .....</b>	<b>13</b>
<b>2.3.2 <i>Physical Properties</i> .....</b>	<b>14</b>
<b>2.4 Motif.....</b>	<b>15</b>
<b>2.4.1. Pengertian Ornamen.....</b>	<b>15</b>
<b>2.4.2 Jenis-jenis Ornamen atau Ragam Hias.....</b>	<b>16</b>
<b>BAB 3 .....</b>	<b>19</b>
<b>3.1 Skema Metode Perancangan.....</b>	<b>19</b>
<b>3.2 Metode yang Digunakan .....</b>	<b>20</b>
<b>3.2.1 Metode Diagram Afinitas .....</b>	<b>20</b>

3.2.2 <i>Moodboard</i> .....	21
3.2.3 <i>Persona</i> .....	21
3.2.4 <i>Imageboard</i> .....	21
<b>BAB 4</b> .....	<b>23</b>
<b>STUDI DAN ANALISIS</b> .....	<b>23</b>
<b>4.1 Analisis Pasar</b> .....	<b>23</b>
4.1.1 <i>Analisis User</i> .....	23
4.1.2 <i>Analisis Eksisting</i> .....	25
4.1.3 <i>Analisis Segmentation, Targetting, Positioning</i> .....	29
<b>4.2 Persona</b> .....	<b>33</b>
<b>4.3 Muse</b> .....	<b>36</b>
<b>4.4 Studi Aktivitas</b> .....	<b>36</b>
<b>4.5 Diagram Afinitas</b> .....	<b>41</b>
<b>4.6 Analisis Material dan Motif</b> .....	<b>44</b>
4.6.1 <i>Alat dan Peralatan yang dibutuhkan</i> .....	44
4.6.2 <i>Eksperiment Material</i> .....	46
<b>4.7 Analisis Tren</b> .....	<b>52</b>
4.7.1 <i>Pielcolor</i> .....	52
4.7.2 <i>Vogue</i> .....	53
<b>4.8 <i>Square Idea Board</i></b> .....	<b>56</b>
a. <i>Be Different</i> : .....	57
b. <i>Fleksibel</i> .....	57
c. <i>Long Lasting</i> .....	57
d. <i>Nature</i> .....	57
e. <i>Elegance</i> .....	57
f. <i>Exclusive</i> .....	57
g. <i>Independent</i> .....	57
h. <i>Unique</i> .....	58
<b>4.8 Studi Lapangan</b> .....	<b>58</b>
4.8.1 <i>Lingkungan Industri Kulit di Magetan</i> .....	58
4.8.2 <i>Industri Kulit Warno</i> .....	61

4.8 Analisis Bisnis .....	68
<b>BAB 5 .....</b>	<b>73</b>
<b>KONSEP DESAIN DAN PENGEMBANGAN DESAIN .....</b>	<b>73</b>
5.1 Konsep Desain .....	73
5.1.1 Konsep Desain untuk Karakter Desain yang Ingin Ditonjolkan .....	73
5.1.2 Konsep Desain Berdasarkan Permasalahan .....	73
5.2 Konsep Branding .....	74
5.4 Studi dan Alternatif Desain.....	78
5.4.1 Brainstorming (Thumbnail) .....	78
5.4.2 Alternatif .....	88
5.5 Final Desain .....	92
5.6 Model .....	94
5.6.1 <i>Office Bag</i> / Tas Kerja.....	94
5.6.2 Sling Bag.....	97
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>101</b>
6.1 KESIMPULAN.....	101
6.2 SARAN.....	104
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>105</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>111</b>
<b>BIODATA PENULIS .....</b>	<b>113</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perbedaan Anilin, Semi Anilin, dan Kulit Pigmented .....	3
Gambar 3. 1 Skema Metode Perancangan .....	19
Gambar 4. 1 Segmentasi User .....	29
Gambar 4. 2 Gambar Affinity Diagram .....	41
Gambar 4. 3 Gambar Affinity Diagram yang Telah Terseleksi .....	42
Gambar 4. 4 Gambar Alat dan Bahan untuk Recoloring .....	44
Gambar 4. 5 Gambar Alat dan Bahan untuk Pulled String .....	45
Gambar 4. 6 Gambar Alat dan Bahan untuk Bleaching .....	45
Gambar 4. 7 Gambar Eksperimen 1 dengan Teknik Tuang Cat .....	46
Gambar 4. 8 Gambar Eksperimen 2 dengan Teknik pengolesan dengan Spons .....	46
Gambar 4. 9 Gambar Eksperimen 3 dengan Teknik Pengolesan dengan Spons .....	47
Gambar 4. 10 Gambar Eksperimen 4 dengan Teknik Tuang Cat .....	47
Gambar 4. 11 Gambar Eksperimen 5 dengan Teknik Pengolesan dengan Spons .....	48
Gambar 4. 12 Gambar Eksperimen 6 dengan Teknik Tuang Cat .....	49
Gambar 4. 13 Gambar Eksperimen 7 dengan Teknik tarik Benang .....	49
Gambar 4. 14 Gambar Eksperimen 8 dengan Teknik Printing .....	50
Gambar 4. 15 Gambar Eksperimen 9 dengan Teknik tarik Benang .....	50
Gambar 4. 16 Gambar Eksperimen 10 dengan Teknik Bleaching .....	51
Gambar 4. 17 Gambar Eksperimen 11 dengan Teknik tarik Benang .....	51
Gambar 4. 18 Gambar Eksperimen 12 dengan Teknik Bleaching .....	52
Gambar 4. 19 Trend Summer and Spring 2018-2019. Sumber : Pielcolor .....	53
Gambar 4. 20 gambar Square Idea Board .....	56
Gambar 5. 1 Jenis Logo untuk Most wanted .....	74
Gambar 5. 2 Desain logo yang dipilih .....	75
Gambar 5. 3 logo dengan bahan akrilik. Sumber: Laily, 2019 .....	76
Gambar 5. 4 logo dengan bahan kulit sapi. Sumber: Laily, 2019 .....	76

Gambar 5. 5 logo dengan bahan <i>stainless steel</i> . Sumber: Laily, 2019.....	77
Gambar 5. 6 Thumbnail brainstorming. Sumber: Laily, 2019.....	79
Gambar 5. 7 Thumbnail brainstorming. Sumber: Laily, 2019.....	80
Gambar 5. 8 Thumbnail brainstorming. Sumber: Laily, 2019.....	81
Gambar 5. 9 Thumbnail brainstorming. Sumber: Laily, 2019.....	82
Gambar 5. 10 Thumbnail brainstorming. Sumber: Laily, 2019.....	83
Gambar 5. 11 Thumbnail brainstorming. Sumber: Laily, 2019.....	84
Gambar 5. 12 Thumbnail brainstorming. Sumber: Laily, 2019.....	85
Gambar 5. 13 Thumbnail brainstorming. Sumber: Laily, 2019.....	86
Gambar 5. 14 Thumbnail brainstorming. Sumber: Laily, 2019.....	87
Gambar 5. 15 3D Model alternative 1. Sumber: Laily, 2019 .....	88
Gambar 5. 16 : Prototype alternative 1. Sumber: Laily, 2019 .....	89
Gambar 5. 17 3D Model alternative 2. Sumber: Laily, 2019 .....	90
Gambar 5. 18 :3D Model alternative 3. Sumber: Laily, 2019 .....	91
Gambar 5. 19 Foto Model untuk Advertising final desain. Sumber: : Laily, 2019.....	92
Gambar 5. 20 : 3D Model Final Desain. Sumber: Laily, 2019.....	92
Gambar 5. 21 Gambar urai Final desain. Sumber : laily, 2019 .....	93
Gambar 5. 22 Gambar Prototype Final Desain. Sumber : Laily, 2019 .....	93
Gambar 5. 23 Model Office Bag dengan 2 kantong depan dan belakang yang menjadi varian dari Most wanted. Sumber : Laily. 2019 .....	94
Gambar 5. 24 Varian dari Office Bag dengan 1 kantong di depan dan terdapat ritsleting. Sumber : Laily, 2019.....	96
Gambar 5. 25 Gambar Model Sling Bag varian 1 .....	97
Gambar 5. 26 dimensi tas. Sumber : Laily, 2019.....	98
Gambar 5. 27 dimensi tas. Sumber : Penulis .....	98
Gambar 5. 28 Gambar Sling Bag varian 2. Sumber : Laily, 2019 .....	99
Gambar 5. 29 dimensi tas. Sumber : Laily, 2019.....	100
Gambar 5. 30 dim\ensi tas. Sumber : Laily, 2019 .....	100

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4. 1 Tabel Calon User.....	23
Tabel 4. 2 Tabel Activity, Interest, dan Opinion User 24	
Tabel 4. 3 Tabel Eksisting Produk Kalyana.....	25
Tabel 4. 4 Tabel Pengeluaran User Per Bulan .....	30
Tabel 4. 5 Tabel Benchmarking dari Tas Wanita.....	32
Tabel 4. 6 Tabel Kegiatan Sehari-Hari Siti Huraira .....	37
Tabel 4. 7 Tabel Daftar Barang yang Dibawa User .....	38
Tabel 4. 8 Tabel Peralatan Eksperiment .....	44
Tabel 4. 9 Tabel Eksperiment .....	46
Tabel 4. 10 Tabel Studi Lapangan LIK .....	58

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Letak Tingkatan Kulit .....	105
Lampiran 4 1 Contoh Produk Kalyana dengan Metode Grafir .....	105
Lampiran 4 2 Contoh Produk Kalyana dengan Metode Printing .....	106
Lampiran 4 3 Contoh Produk Nitnot dengan Metode Printing .....	106
Lampiran 4 4 Contoh Produk Benchmarking 1 .....	107
Lampiran 4 5 Contoh Produk Benchmarking 2.....	107
Lampiran 4 6 Gambar Persona 1, Siti Huraira .....	108
Lampiran 4 7 Gambar Persona 2, Kris Dayanti .....	108
Lampiran 4 8 Daftar Barang yang Dibawa User Setiap Harinya .....	109
Lampiran 4 9 Peta Lokasi LIK .....	109



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industri kulit di Indonesia memasuki babak prioritas yang menjadi sorotan khusus pemerintah di Indonesia. Melalui Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) 2015-2035, industri kulit menjadi bagian dari enam segmen industri andalan dan 10 segmen industri prioritas negara untuk dikembangkan selama periode 2015-2035. Hal tersebut dinilai karena industri kulit memiliki daya saing internasional yang tinggi dan menyerap tenaga kerja paling tinggi daripada segmen industri lainnya.

Perkembangan industri penyamakan di Indonesia mengalami pemerosotan sejak tahun 2010. Menurut data dari Kementrian Perindustrian, dalam daring resminya, menyebutkan bahwa industri penyamakan kulit skala sedang hingga besar, berkembang hampir 1% setiap tahunnya (periode tahun 2010-2013). Berbeda dengan periode tahun sebelumnya, yaitu antara tahun 2006-2009 yang mencapai angka 9,72% dalam perkembangannya setiap tahun. Data tersebut berpengaruh besar dengan industri penunjang dan beberapa industri yang menggunakan kulit samak sebagai bahan bakunya.

Namun, memasuki kuartal I pada tahun 2017, industri kulit meningkat pesat sebesar 7,41%. Bahkan, angka ini lebih tinggi dibandingkan total pertumbuhan industri pengolahan nonmigas pada periode yang sama, yaitu sebesar 4,71 persen. Direktur Jendral Industri Kimia, Tekstil dan Aneka Kementerian Perindustrian (Kemenperin) Achmad Sigit Dwiwahjono mengatakan bahwa nilai ekspor kulit dan barang jadi kulit sampai dengan kuartal I 2017 mencapai US\$ 162 juta dan menyerap 192 ribu orang sebagai tenaga kerja di dalamnya.

Kualitas kulit di Indonesia pun telah diakui dunia sebagai kulit yang memiliki kualitas terbaik daripada negara lain. Hal tersebut dikarenakan bahwa Indonesia adalah negara yang bebas dari penyakit endemik menular mulut dan kulit. Sehingga, penyakit yang menjadi momok dari industri perkulitan dunia tersebut tidak menjadi kendala pada industri kulit di Indonesia.

Meski begitu, nyatanya industri perkulitan di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala, seperti masih banyaknya kulit yang rusak sehingga menurunkan kualitasnya. Rusaknya kulit tersebut disebabkan oleh beberapa factor, yaitu faktor luar dan faktor dalam. Faktor dalam, yaitu rusaknya kulit yang didapat selama hewan tersebut hidup. Misalnya karena luka akibat bertarung atau sobeknya kulit karena terkena benda tajam selama hidup. Kulit yang luka selama hewan hidup akan mengeras dan tidak dapat disembuhkan kembali. Selain luka, hewan dapat terkena penyakit atau parasit yang hinggap di tubuh hewan selama hidup. Misalnya adanya kutu yang menyebabkan kulit hewan memiliki banyak benjolan dan kulit mengeras. Benjolan dan mengerasnya kulit karena kutu, juga tidak dapat dipulihkan. Atau dari larva yang masuk ke dalam tubuh hewan sehingga menyebabkan kulit hewan tersebut berlubang.

Faktor luar yang menyebabkan menurunnya kualitas kulit hewan samak yaitu dari sumber daya manusia (SDM) yang menguliti hewan tersebut atau perlakuan dari manusia selama proses menuju kulit samak. Kurangnya keterampilan manusia sebagai tenaga operasional, sangat memungkinkan untuk membuat kulit rusak atau cacat.

Banyaknya kulit samak yang memiliki kualitas yang rendah, membuat berbagai industri memutar otak untuk tetap memperoleh keuntungan dari kulit yang turun kualitasnya, sehingga pelaku industri tidak merugi karena proses sortiran. Ada 3 tingkatan yang ada pada kulit, yaitu tingkat A, B, dan C. Tingkat A (*full grain*) merupakan lapisan teratas dari kulit, tingkat B (*top grain*) merupakan lapisan antara kulit atas dan daging, sedangkan tingkat C (*split*) merupakan lapisan yang paling dekat dengan daging. Semakin mendekati daging, kualitas kulit menurun, karena kandungan yang terdapat dalam kulit yang mendekati daging, memiliki banyak kandungan anilin (sejenis lemak dengan unsur air yang banyak). Gambar dapat dilihat pada lampiran 1.

Sedangkan dari segi kualitas, kulit dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu anilin, semi anilin, dan *pigmented* (sumber: *Leather Technician`s Book oleh J.H Sharpshouse B.Sc*). Kualitas anilin merupakan kualitas teratas dari kulit karena tidak mengalami koreksi selama prosesnya. Sedangkan kualitas semi-anilin yaitu kulit yang telah dilapisi dengan lapisan tipis zat pewarna atau pelindung kulit yang bertujuan untuk meningkatkan daya tahan kulit dan melindunginya dari noda dan kotoran, namun masih mempertahankan penampilan alami dari kulit tersebut.

Sedangkan kualitas kulit *pigmented* yaitu kulit yang mengalami berbagai koreksi karena beberapa cacat (tebal kulit tidak merata, terdapat luka pada kulit, kulit rusak, dan lain sebagainya). Perlakuan koreksi yang dimaksud pada kulit yang terkoreksi yaitu embose dan pelapisan pigmen guna menutupi kecacatan kulit. Berikut perbedaan dari kulit pigmented dengan anilin.

<b>PIGMENTED LEATHER</b>	<b>SEMI-ANILIN / ANILIN LEATHER</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kulit pigmented akan fokus maintenance warna pada kulit.</li> <li>- Kulit pigmented akan meminimalisir kerusakan pada kulit yang disebabkan oleh minyak, paparan sinar matahari, atau kerusakan lainnya.</li> <li>- Menyamarkan cacat yang ada di kulit sehingga meningkatkan nilai kulit itu sendiri</li> <li>- Kulit pigmented memiliki tempat tersendiri di pasar, tapi bukan untuk yang kualitas tinggi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Semi-Anilintelah dicelup dan dilapisi dengan film tembus cahaya, dimana film tersebut masuk dalam lapisan berpigmen</li> <li>- Proses pencelupan anilin hanya untuk kualitas top grain dan full grain, dimana meminimalisir cacat dan ketidaksempurnaan</li> <li>- Kulit anilin dianggap berkualitas tinggi karena mengedepankan keindahan struktur atau motif asli kulit itu sendiri, yaitu mengkilap.</li> </ul>

Gambar 1. 1 Perbedaan Anilin, Semi Anilin, dan Kulit *Pigmented*. Sumber : Laily,2019

Penggunaan kualitas kulit untuk *aniline leather* atau *full grain*, digunakan untuk tas-tas bermerk besar dan untuk keperluan *ekspor*. Sangat jarang *eksportir* mengeksport barang dengan kualitas kulit dibawah *full grain*, maksimal di *top grain*. Untuk kulit *pigmented*, telah dikuasai oleh negara Australia, Amerika, sampai Afrika yang notabene memiliki peternakan sapi terbesar (*sumber : detik.com, 2015*) meskipun kualitas kulit Indonesia lebih unggul daripada ketiga negara tersebut. Namun, ketersediaan kulit yang jarang membuat harga kulit di Indonesia lebih tinggi daripada negara lain. Selain itu, berbagai alat dan kimia untuk keperluan penyamakan, mayoritas berasal dari Negara China, dimana tidak semua alat mampu dibeli oleh industri kulit di Indonesia, terutama untuk industri kulit yang berbasis industri rumah tangga. Oleh karena itu, daya beli masyarakat untuk produk kulit cenderung menurun di dalam negeri maupun di luar, terutama untuk keperluan ekspor dan bersaing di dunia Internasional.

Oleh karena itu, berbagai perlakuan pun dilakukan guna meningkatkan kembali kualitas dari kulit yang telah tersortir. Melalui penelitian ini, penulis melakukan berbagai percobaan dan perlakuan guna meningkatkan kualitas dari kulit samak yang telah menurun kualitasnya.

## 1.2 Rumusan Masalah

- a. Kualitas kulit yang rendah belum mampu bersaing dalam industri skala Internasional
- b. Hanya sedikit pelaku industri produk olahan kulit yang memanfaatkan kulit kualitas rendah untuk diolah menjadi produk dengan taraf Internasional
- c. Kualitas produk yang memanfaatkan produk kulit dengan kualitas rendah kurang dilirik di kancah Internasional

## 1.3 Batasan Masalah

- a. Bahan baku kulit berupa kulit sapi
- b. Produk yang akan dihasilkan adalah produk tas wanita berupa Hand Bag, Clutch, dan Sling Bag
- c. Target pasar adalah kalangan menengah ke atas.
- d. Objek kulit berupa kulit sapi dengan kualitas B

## 1.4 Tujuan

- a. Menghasilkan inovasi produk berbahan dasar kulit samak berkualitas B, menjadi produk yang bernilai sangat tinggi
- b. Mengangkat industri lokal untuk bersaing di kancah Internasional

## 1.5 Manfaat

- a. Sebagai bahan informasi perancangan desain tas kedepannya.
- b. Penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan untuk tugas perancangan sejenis dimasa yang akan datang
- c. Meningkatkan *image* industri kulit yang ada di Jawa Timur

## BAB 2

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kulit Hewan

Kulit hewan adalah lapisan luar tubuh binatang yang termasuk dalam kerangka luar dari hewan itu sendiri, juga sebagai tempat bulu hewan itu tumbuh. Dalam Ensiklopedia Indonesia, dijelaskan bahwa kulit hewan adalah lapisan luar badan yang melindungi badan atau tubuh hewan dari pengaruh-pengaruh luar misalnya panas, pengaruh yang bersifat mekanis, kimiawi, serta merupakan alat penghantar suhu. Semasa hewan hidup, kulit memiliki fungsi sebagai indra perasa, tempat pengeluaran hasil pembakaran, pelindung dari kerusakan bakteri kulit, sebagai *buffer* terhadap pukulan, sebagai penyaring sinar matahari, serta sebagai alat pengatur peralatan tubuh hewan (Sunarto, 2001) dalam (Raffy, 2012).

Kulit segar yang baru dilepas dari tubuh binatang memiliki beberapa unsur berikut (Sunarto, 2001) dalam (Raffy, 2012):

- *Collagen* : 30% - 32%
- Lemak : 2% - 5%
- *Epidermis* : 0,2% - 2%
- Mineral : 0,1% - 0,3%
- Air : 60% - 65%

Dari keseluruhan produk sampingan hasil pemotongan ternak, maka kulit merupakan produk yang memiliki nilai ekonomis yang paling tinggi. Berat kulit pada sapi, kambing dan kerbau memiliki kisaran 7-10% dari berat tubuh. Secara ekonomis kulit memiliki harga berkisar 10-15% dari harga ternak (Gazali, 2011).

##### 2.1.1 Kulit Sapi

###### *Sapi*

Kulit sapi adalah kulit yang paling umum dan sering digunakan karena mudah ditemukan. Tapi meskipun begitu, kulit sapi tetap punya tekstur dan permukaan seperti kerikil-kerikil kecil yang bagus dan menarik. Kulit sapi juga tahan air dan debu serta mudah dirawat. Selain itu, kulit sapi juga cukup tebal, membuatnya menjadi kulit yang cukup kuat dan tahan lama, tapi juga berat.

Kulit sapi digunakan untuk membuat hampir semua produk *handmade*, mulai dari pakaian seperti jaket, sepatu, tas, dan aksesoris seperti dompet, sarung tangan, ikat pinggang, dan sebagainya.

### ***Banteng***

Bahan kulit banteng sebenarnya memiliki tampilan yang kurang lebih sama dengan kulit sapi. Hanya saja tekstur kulit banteng cenderung lebih kuat, tebal, dan memiliki pola yang lebih jelas dibandingkan dengan kulit sapi. Karena memiliki karakteristik yang sangat kuat bahan kulit ini lebih banyak digunakan untuk membuat sepatu, karpet, permadani, dan jaket.

## **2.2 Industri Kulit**

Industri penyamakan kulit adalah industri yang mengolah berbagai macam kulit mentah, kulit setengah jadi (kulit piket, kulit *wetblue*, kulit kras) menjadi kulit jadi (Sri Waskito, 1998). Industri penyamakan kulit dapat dimasukkan dalam industri kimia, karena 90% dari proses penyamakan menyangkut dan/atau mempergunakan bahan-bahan kimia (Balai Penelitian Kulit-Depperin Yogyakarta, 1980) sehingga usaha ini akan menghasilkan limbah cair yang mengandung berbagai polutan organik dari bahan baku dan polutan kimia dari bahan pembantu proses. Di samping itu juga dihasilkan limbah padat dari hasil pembersihan daging, bulu dan gumpalan lemak. Limbah padat juga banyak mengandung kapur, garam dan bahan kimia pembantu dalam proses penyamakan.

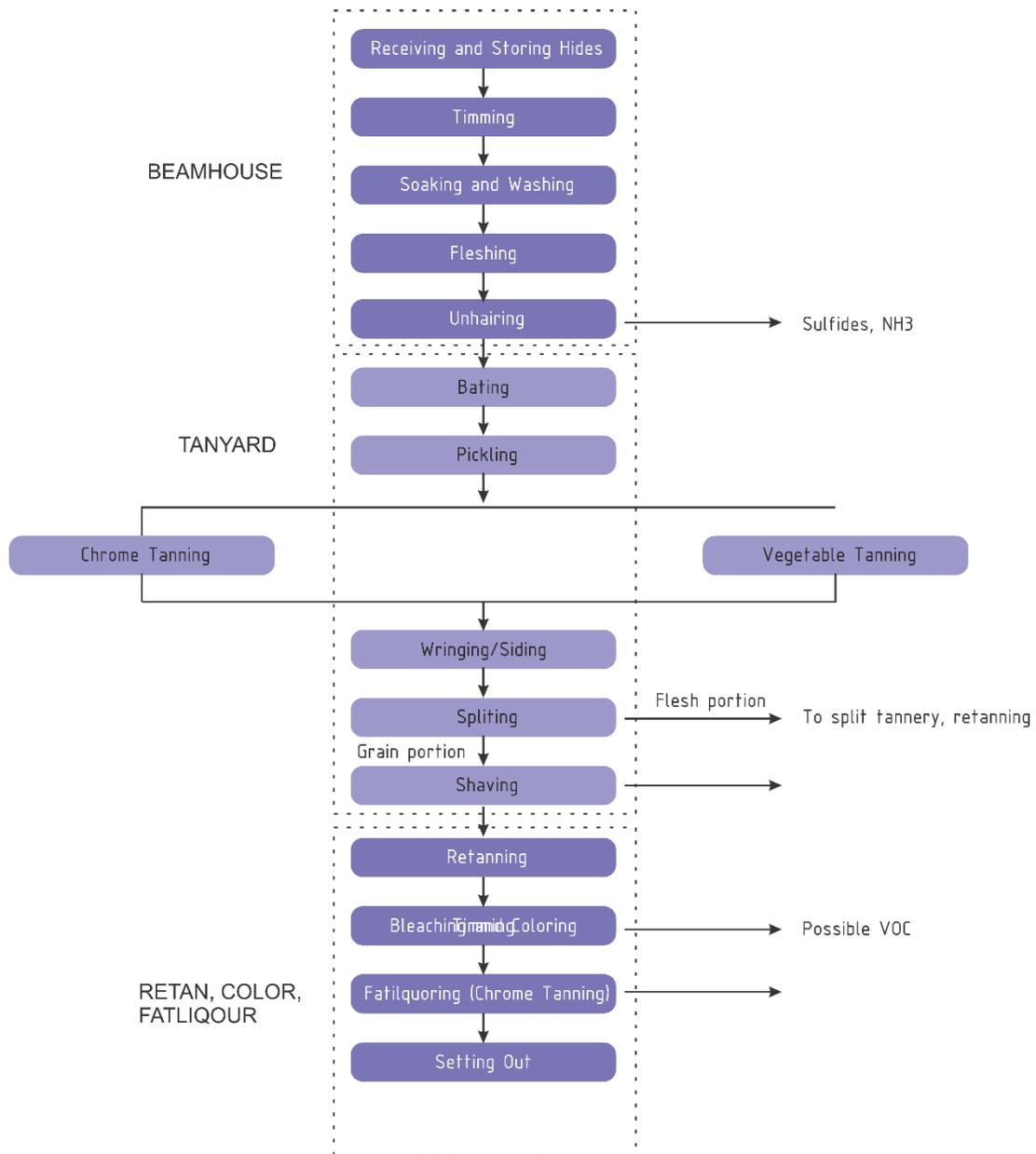
### **2.2.1 Penyamakan Kulit**

Penyamakan adalah proses konversi protein kulit mentah menjadi kulit samak yang stabil, tidak mudah membusuk, dan cocok untuk beragam kegunaan. Penyamakan biasanya dilakukan dengan garam basa *krom trivalen*. Reaksi garam-garam krom dengan grup karboksilat dari protein kulit (kolagen) menjadikan kulit tersebut memiliki stabilitas hidrotermal tinggi, yaitu memiliki suhu pengerutan ( $T_s$ ) lebih tinggi daripada 100°C, dan tahan terhadap serangan mikroorganisme. Setelah penyamakan krom, kulit hewan disebut *wet blue* atau *blue crust* (Heidemann, 1993 dan Covington, 1997). Penyamakan merupakan tahap paling penting dalam produksi kulit samak. Selama penyamakan, kolagen akan memfiksasi bahan penyamak pada situs-situs reaktifnya (Heidemann, 1993 dan Bossche et al., 1997).

Pada dasarnya penyamakan kulit itu ada 4 macam (Raffi, 2012), yaitu penyamakan nabati, penyamakan minyak, penyamakan sintetis dan penyamakan mineral. Penyamakan nabati

menggunakan bahan penyamak dari kulit kayu antara lain gambir, akasia, mangrove, quebraco, tara, dll (Sri Waskito, 1998). Penyamakan ini tidak menggunakan bahan penyamak buatan, cukup dengan merendam kulit dalam air yang dicampur dengan bahan penyamak dalam beberapa minggu sampai kulit masak. Dengan demikian, limbah utama dari proses penyamakan kulit tersebut adalah bahan-bahan organik yang mudah untuk didegradasi secara biologis (Iswahyuni, 1997 dalam Hatibi, 1998).

Penyamakan Minyak dilakukan dengan menggunakan bahan penyamak dari minyak ikan. Biasanya sebelum kulit disamak dengan bahan penyamak minyak, terlebih dahulu disamak dengan formalin. Penyamakan sintetis dilakukan dengan menggunakan bahan penyamak sintetis (*syntans*) yang dibuat dari bahan-bahan kimia organik yaitu merupakan kondensasi asam *phenolsulfonic* dan *formaldehyde*. Bahan penyamak ini dapat memberikan warna putih atau kuning tua pada kulit jadinya (*finish leather*). Penyamakan mineral menggunakan bahan penyamak Krom (Cr) dan Aluminium. Bahan penyamak Cr, biasanya menggunakan garam Cr basa yang mempunyai valensi III. Hasil dari proses penyamakan mineral antara lain : kulit *upper* (kulit boks), kulit jaket, kulit glase, kulit suede, dan lain-lain (Ir. Sri Waskito, 1998). Berikut merupakan bagan penyamakan kulit dan proses finishing:



Bagan 2. 1 Tahap Penyamakan. Sumber : Laily, 2019

Penyamakan kulit mineral terdiri dari 3 tahap yaitu: *Beam house*, *Tanning*, dan *Finishing* (Iswahyuni, 1997 dalam Hatibi,1998). Bahan baku yang digunakan adalah kulit binatang (sapi, kerbau, kambing dll) terutama hasil dari rumah potong hewan (RPH) (KLH, 2002). Berdasarkan Penelitian KLH (2002), secara garis besar proses penyamakan dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Pra-Penyamakan (*Beam house*)**

Proses yang ada pada pra-penyamakan adalah sebagai berikut:

- Pencelupan kulit dalam air selama satu malam untuk menghilangkan darah, kotoran, larutan garam dan protein.
- Menghilangkan bulu dengan perendaman dalam kapur, proses pengapuran pada prinsipnya untuk menghilangkan bagian kulit yang tidak diperlukan (Sharphouse, 1989 dalam Hatibi, 1998) dan sodium sulfida sebagai bahan pembengkak kulit.
- Pengolahan menggunakan kapur kembali (*reliming*).
- Pencukuran dan penghilangan mekanis jaringan ekstra dari sisi daging kulit, selanjutnya pemisahan (menggunakan kapur) 2/3 lapisan atas dari bagian bawah.
- Penghilangan kapur dengan menggunakan asam lemah (*lactic acid*) dan pemukulan/*bating* dengan menggunakan bahan kimia pembantu untuk menghilangkan sisa-sisa bulu dan protein yang hancur.
- Pengawetan memakai larutan garam dan asam sulfur untuk pengasaman sampai pH tertentu guna mencegah pengendapan garam-garam krom pada serat kulit.

### **Penyamakan (Tanning)**

Penyamakan krom dilakukan dengan menggunakan krom sulfat. Proses ini untuk menstabilkan jaringan protein (*Collagen*) dari kulit.

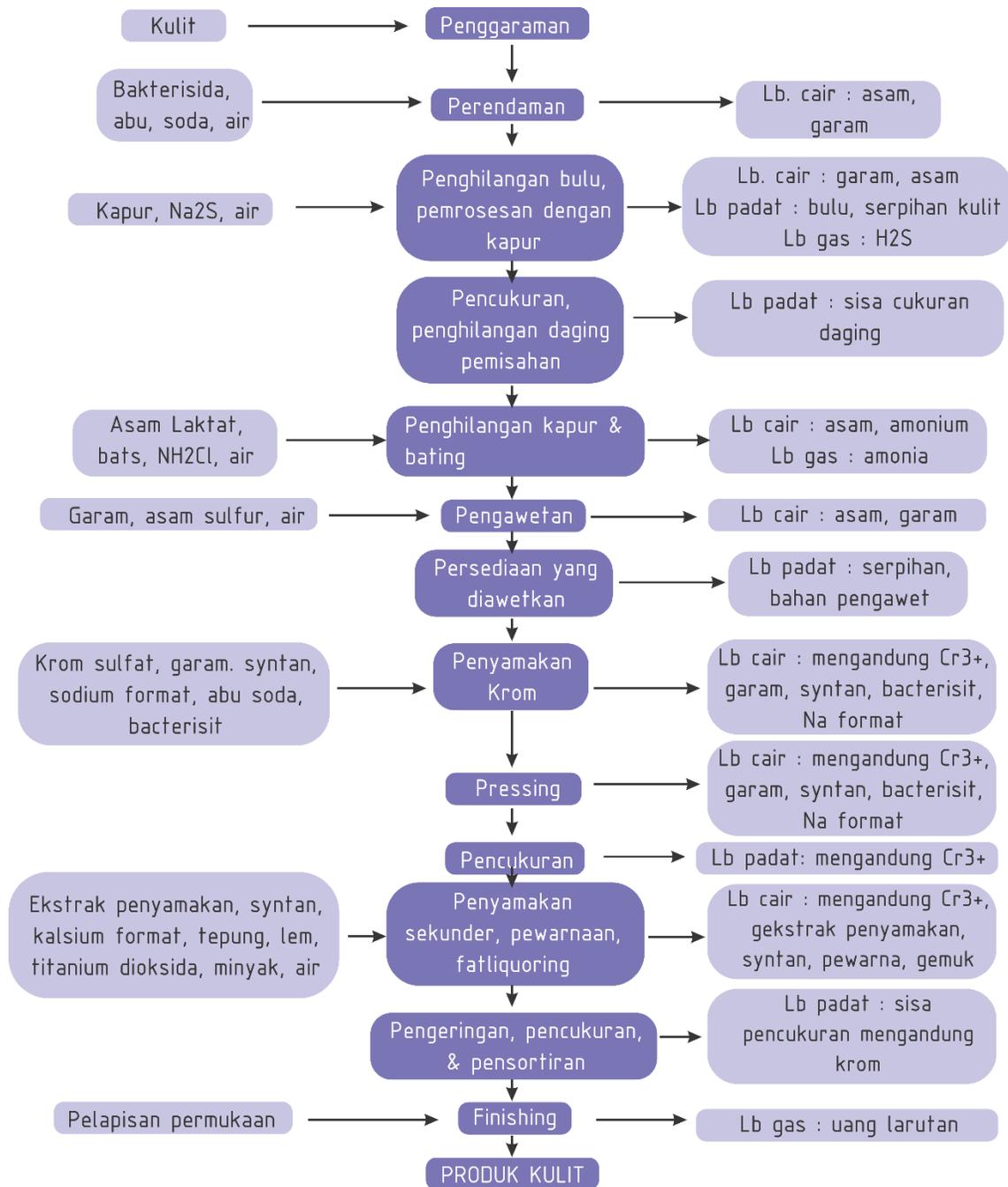


Gambar 2 1 Proses *Milling* di dalam drum

#### . **Pasca Penyamakan (Finnishing)**

Proses yang ada pada pasca penyamakan adalah sebagai berikut :

- *Pressing (sammying)* untuk menghilangkan kelembaban kulit segar.
- Pencukuran (*shaving*)
- Pewarnaan dan pelembutan kulit yang sudah disamak dengan menggunakan minyak-minyak emulsi (*fatliquoring*), didahului dengan sekali-sekali penyamakan sekunder menggunakan tanin sintesis (*syntans*) dan ekstrak penyamakan.
- Pengeringan dan pencukuran akhir.
- Pelapisan permukaan dan buffing (*finishing*)



Bagan 2. 2 Detail Proses Penyamakan

Pada bagan tersebut, lebih dijelaskan kembali alur dan proses penyamakan kulit yang lebih lengkap, disertai dengan hasil buangnya (limbah). Berikut adalah hasil dari penyamakan kulit, atau produk samak 100%

a. *Full Grain/Full Top Grain Leather*

Dikatakan demikian bila tidak diratakan atau tidak dihaluskan pada bagian atasnya. Jadi ketika bagian luar kulit secara utuh masih alami dipertahankan selama proses penyamakan dinamakan Full Grain Leather.

***b. Corrected Grain Leather***

Kulit yang memiliki permukaan tambahan/buatan yang diemboss ke dalamnya setelah dihaluskan lebih bagian luar kulit yang kurang bagus.

***c. Nappa Leather***

Mulanya hanya kulit domba yang dinamakan Nappa. Tetapi belakangan ini kata 'Nappa' menjadi istilah kulit lain yang berarti 'lembut' seperti kulit sapi Nappa.

***d. Patched Leather***

Setelah kulit disamak, dicelup dan melalui proses akhir (*finishing*) sesuai keinginan, pengrajin yang terlatih kemudian memilih kulit yang cocok dalam warna dan teksturnya. Masing-masing lembaran kulit kemudian dipotong dengan tangan ke dalam ukuran yang berbeda-beda, lalu dijahit ke dalam corak-corak berbentuk mosaik menjadi produk akhir yang berbeda dari lainnya.

***e. Patent Leather***

Ketika kulit sapi dikerjakan dengan bahan akhir yang protektif seperti cat acrylic atau bahan tahan air untuk memproduksi hasil akhir yang sangat mengkilap.

***f. Nubuck Leather***

Kulit aniline penuh yang telah dihaluskan/diratakan untuk menciptakan bintik (*naps*). Nubuck termasuk *Top Grain Leather* sehingga tak bisa dikategorikan sebagai *Split* atau *Suede*. Permukaan kulit aniline Nubuck disikat untuk menciptakan tekstur seperti beludru, sehingga seringkali dikira suede. Suede adalah bagian dalam dari potongan kulit, sedangkan Nubuck adalah efek yang timbul dari pengerjaan di bagian luar kulit.

***g. Suede Leather***

Ketika kulit di-finish melalui penghalusan dengan roda emory untuk menciptakan suatu permukaan yang berbintik (naps). Suede terbuat dari lapisan yang dipisahkan dari bagian top grain suatu kulit.

#### ***h. Pull-up Leather***

Kulit yang memperlihatkan efek warna meretak bila kulit ditarik ketat. Kulit ini menggunakan bahan celup full aniline, dan sebagai tambahan memiliki sejenis minyak dan/atau wax aplikasi, yang menyebabkan warna menjadi terlihat lebih muda ketika kulit ditarik.

### **2.3 Kualitas Penyamakan Kulit**

Kualitas penyamakan kulit terbagi menjadi dua kriteria, yaitu *visual appearance*, dan *physical properties*

#### **2.3.1 Visual Appearance**

Dalam industri penyamakan kulit, terdapat beberapa kriteria dalam menentukan beberapa kualitasnya dan terbagi menjadi 4 kriteria, yaitu A, B, C, dan D (Sharphouse, 1995). Keempat kriteria tersebut ditinjau berdasarkan tingkan kerusakannya, yaitu:

##### ***a. Scretching***

Stretching atau bentangan yaitu seberapa kuat kulit hewan tersebut saat dibentang. Kulit akan dibentang dan dilihat, sejauh mana bentangan kulit terjaga, tidak rusak atau rapuh.

##### ***b. Tick***

Tick atau kutu yaitu penyakit kulit pada umumnya. Kutu kulit pada hewan meninggalkan beberapa jejak, antara lain lubang pada kulit, kulit mengeras, ketebalan kulit berbeda, dan lain sebagainya

##### ***c. Vein***

Vein atau urat yaitu sejumlah urat yang masih tertinggal pada kulit sehingga meninggalkan bentuk garis yang memanjang dan dianggap sebagai kecacatan dalam kualifikasi kualitas kulit

Setelah mengetahui faktor-faktor penilaian dalam kualitas kulit, maka dalam satu bentangan kulit akan dihitung, berapa persen tingkat kerusakannya. Berikut pengelompokannya :

Grade	Tingkat Kerusakan
A	0 – 15%
B	15 – 20%
C	20 – 25%
D	25 – 30%
Reject	> 30%

Tabel 2. 1 Tabel Tingkat Grade Berdasarkan Tingkat Kerusakan.

Sumber: Laily,

2019

### 2.3.2 Physical Properties

Physical Properties yaitu kualifikasi kualitas kulit berdasarkan kelayakannya secara fisik. Beberapa tes menggunakan alat ataupun tangan kosong menjadi penentu dalam physical properties ini, diantaranya:

a. *Rapping*

*Rapping* atau jumlah ketukan yang dimaksud yaitu seberapa kuat kulit tidak pecah ketika ditekuk. Uji *rapping* menggunakan alat khusus untuk menghitung jumlah ketukan masing-masing kulit. Semakin tinggi jumlah ketukannya, kualitas kulit semakin tinggi

b. *UV Resistance*

*UV Resistance* juga testing menggunakan mesin khusus, dimana kulit akan dimasukkan ke dalam mesin khusus untuk mengetahui, seberapa lama kulit tidak berubah warna ketika terpapar sinar UV.

c. *Tear Strength*

*Tear Strength* akan diuji dengan mesin dimana mesinnya akan menarik bentangan kulit. Semakin kuat kulit, maka kualitas kulit semakin bagus. Sebaliknya, semakin kulit rapuh atau mudah sobek, makin rendah juga kualitasnya.

d. *Elongation*

*Elongation* untuk test seberapa elastis kulit tersebut.

e. *Softness*

Biasa juga disebut sebagai master skin. Dimana dalam uji softness ini merupakan uji kualitatif (menggunakan indera manusia. Diraba, ditekuk, digulung, dan lain sebagainya). Selain softness, uji kualitatif juga berupa *smoothness*, *roundness* (bisa digulung seperti apa), *fullness* (kulit akan terasa kosong atau penuh ketika dipegang), *tightness* (menghitung kelendutan kulit)

f. *Tickness*

g. *Addesion*

Addesion untuk menguji seberapa kuat lapisan kulit (*chemical*) menempel pada kulit atau seberapa kulit lapisan terluar kulit tidak terkelupas. Uji *Addesion* bisa secara manual maupun menggunakan mesin. Untuk uji manual secara sederhana, bisa menggunakan lakban yang ditembel pada kulit. Jika ketika lakban ditarik tidak ada kulit sisa yang menempel, maka kulit memiliki kualitas yang bagus. Sebaliknya, jika terdapat kulit sisa saat lakban ditarik, maka kualitas kulit semakin menurun.

h. *Water Proof*

*Water proof* untuk menguji seberapa kuat atau tahan kulit dengan air. Terdapat dua macam cara uji *water proof*, yaitu tes fisik dan *maeser water test*. Test fisik menggunakan alat *belitometry* dimana kulit akan diuji dengan air kurang lebih selama empat jam. Sedangkan uji *maeser water* yaitu uji air dengan alat tertentu. Satuan : *flexing*.

## 2.4 Motif

### 2.4.1. Pengertian Ornamen

Ornamen merupakan nama lain dari istilah ragam hias yang sering digunakan ilmu perabatkkan di Indonesia. Ragam berarti beraneka macam dan hias berarti hiasan, sehingga ragam hias secara sempit adalah beraneka macam atau beragam hiasan. Sedangkan ornamen memiliki beberapa pengertian dalam arti yang lebih khusus sesuai dengan sudut pandang yang diambil. Ragam hias atau ornamen (dalam seni arsitektur), secara etimologis berasal dari bahasa Yunani, yaitu dari kata yang artinya hiasan atau menghias (Melamba, 2012:205). Menghias berarti mengisi kekosongan suatu permukaan bahan dengan hiasan, sehingga permukaan yang

semula kosong menjadi tidak kosong lagi karena terisi oleh hiasan. Melamba (2012:205) juga mengemukakan bahwa:

Ragam hias merupakan hasil karya seni dari manusia yang pada dasarnya tidak dapat membiarkan tempat atau bidang kosong terhadap segala sesuatu yang dipakainya dan di tempat dimana ia tinggal, ragam hias yang ada pada pakaian pada hakikatnya memiliki nilai estetik, simbolik, dan religius. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:1112) dijelaskan bahwa ornamen adalah hiasan; lukisan; perhiasan; hiasan yang digambar atau dipahat pada candi, gereja, dan sebagainya. Hal ini sesuai dengan pendapat Supriyadi (2008:106) bahwa ornamen merupakan hiasan yang terdapat pada elemen bangunan baik yang dilekatkan maupun yang menyatu dengan elemen bangunan tersebut.

Ornamen juga merupakan setiap detail pada bentuk, tekstur dan warna yang sengaja dimanfaatkan atau ditambahkan agar menarik bagi yang melihatnya. Menurut Iswanto (2008:91), ragam hias merupakan suatu bentuk tambahan pada suatu bangunan dengan lebih mementingkan estetika dan tanpa mempengaruhi fungsi. Beberapa pengertian di atas menitik beratkan tinjauan yang dilihat dari ilmu bangunan atau arsitektur.

Sedangkan, menurut Sila dan Budhyani (2013:160), ornamen atau ragam hias dimaksudkan untuk menghias suatu bidang atau benda, sehingga benda tersebut menjadi indah. Dalam batik, ornamen adalah motif utama sebagai unsur dominan dalam motif batik. Pada ornamen ini terdapat gambar atau pola yang jelas dan membentuk motif tertentu sehingga menjadi fokus dalam kain batik tersebut (Lisbijanto, 2013:49).

Ragam hias adalah bagian tak terpisahkan dari ciri tekstil Indonesia. Ragam hias juga menggambarkan adanya perbedaan suku bangsa ataupun daerah (Hasanudin, 2001: 13). Dari beberapa pengertian di atas maka dapat diambil kesimpulan pengertian ornamen atau ragam hias secara umum adalah hiasan yang terdapat pada permukaan suatu benda yang berfungsi untuk menambah keindahan pada benda tersebut.

#### **2.4.2 Jenis-jenis Ornamen atau Ragam Hias**

##### **a. Menurut Budhyani**

Dalam jurnal ilmu sosial dan humaniora, pada dasarnya jenis ragam hias itu terdiri atas:

- Motif geometris berupa garis lurus, garis patah, garis sejajar, lingkaran, dll.

- Motif naturalis berupa tumbuh-tumbuhan, binatang, manusia, unsur-unsur alam, dan lain sebagainya, dengan demikian ragam hias lahir menjadi simbol-simbol atau perlambangan tertentu.

b. Melamba (2012:205)

Melamba juga menggolongkan ragam hias menjadi 2 macam, yaitu:

- Ragam hias ilmu ukur atau geometris
- Ragam hias naturalis atau non geometris, berupa ragam hias tumbuhan seperti bunga.

c. Moedjiono (2011:19)

Menurut Moedjiono, ornamen dalam arsitektur Cina dapat dikelompokkan ke dalam 5 kategori yaitu:

- Hewan (fauna)

Ragam hias ini melambangkan pembawa keselamatan dan pembawa nasib baik.

- Tumbuhan (flora)

Motif atau ragam hias ini melambangkan harapan panjang umur, kebijakan dan kesabaran.

- Fenomena Alam

Fenomena alam yang digambarkan dalam ragam hias Cina adalah angin, hujan, api, bintang dan langit, serta matahari dan bulan.

- Legenda

Ragam hias ini menceritakan tentang kisah-kisah legenda pada zaman dahulu.

- Geometri

Ragam hias yang digambarkan biasanya tidak mengacu pada suatu bentuk melainkan pola suatu permainan tertentu.

Pada sisi lain dalam sebuah bangunan juga terdapat beberapa macam ornamen atau ragam hias. Untuk ragam hias pada pendopo ataupun bangunan yang lain pada rumah tradisional Jawa, terdapat 5 bentuk ragam hias berdasarkan motif yang terdapat pada ragam hias yaitu : Flora, Fauna, Alam, Agama dan Anyam anyaman (Iswanto, 2008:91).

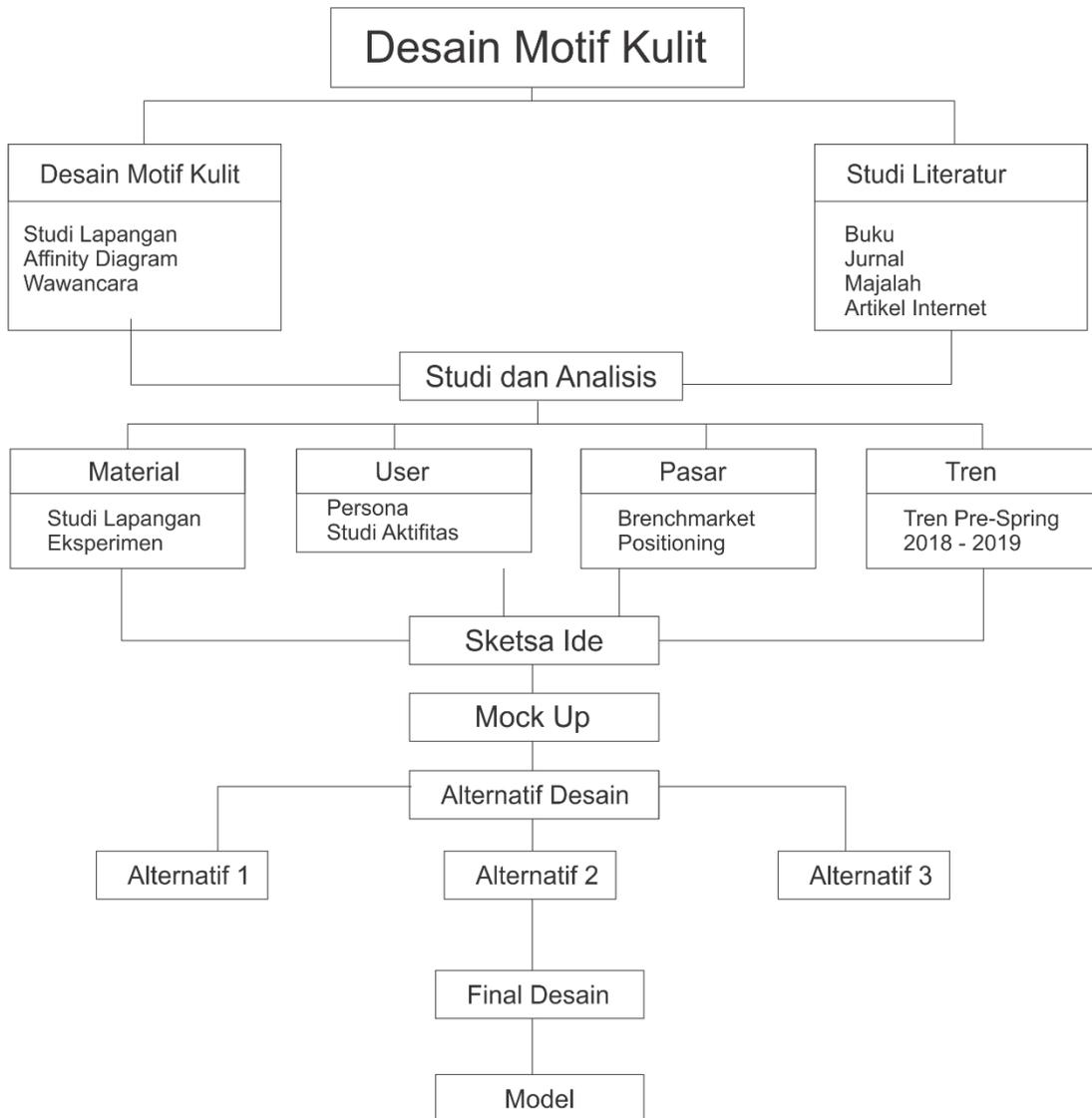
Sedangkan dalam sejarah perbatikkan, ragam hias batik telah mengalami pertumbuhan dari berbagai aspek. Pertama, batik sebagai kegiatan sambilan wong cilik. Kedua, Batik sebagai mata dagangan. Ketiga, batik sebagai kegiatan tradisi dari kalangan bangsawan. Keempat, batik sebagai usaha dagang sebagian orang Cina dan Belanda-Indo, yang ragam hias dan fungsinya semula ditujukan untuk kalangan terbatas. Kelima, sebagai kebutuhan seni atau desain dengan konstelasi konsep kontemporer. (*Hasanudin, 2001: 16*).

Ragam hias memang sangat identik dengan dunia perbatikkan. Ragam hias pada batik memiliki makna filosofi tertentu dalam setiap bentuk dan jenisnya. Hal ini menjadi kepercayaan pada masyarakat kuno. Namun, seiring dengan perkembangan zaman, ragam hias ini cenderung pada kebebasan mencipta. Maksudnya kebebasan dalam membuat bentuk ragam hias sesuai selera seniman atau pembuat, karena itulah sekarang kain yang identik dengan ragam hias di dalamnya itu menjadi tren di berbagai kalangan masyarakat

## BAB 3 METODE RISET

### 3.1 Skema Metode Perancangan

Dalam melakukan aktifitas perancangan diperlukan metode-metode yang sesuai. Hal tersebut bertujuan untuk efektifitas dan efisiensi dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan. Berikut skema metodologi perancangan yang menjadi landasan perancangan :



Gambar 3. 1 Skema Metode Perancangan. Sumber: Laily, 2019

Dari skema diatas, kemudian akan dijabarkan sebagai berikut :

1. **Problem** : merupakan kegiatan merumuskan permasalahan yang menjadi landasan proposal ini diajukan. Untuk menemukan problem tersebut, dilakukan beberapa kegiatan yaitu studi lapangan, *Focus Group Discussion*, dan wawancara. Kegiatan tersebut merupakan pelengkap untuk data primer.
2. **Studi Literatur** : merupakan kegiatan mencari data untuk memperkuat permasalahan yang diajukan. Pada tahap ini studi literatur didapat dari buku, jurnal, majalah, dan artikel yang merupakan landasan pelengkap dari data sekunder dan tersier.
3. **Analisis** : Dalam Perancangan Desain Konseptual ini, kegiatan analisa merupakan kegiatan melakukan olah data dari hasil studi dan problem yang diolah menjadi 4 analisa lainnya, yaitu Analisis Material, Analisis *User*, Analisis Pasar, Analisis Tren. Analisis material dilakukan berdasarkan studi lapangan dan eksperimen penulis. Analisa user dilakukan berdasarkan studi persona, studi aktifitas, studi ergonomi. Analisis pasar dilakukan dengan cara *benchmarking* produk dan *positioning* produk. Analisis tren berdasarkan tren *spring summer* 2018 dan 2019.
4. **Sketsa Ide** : kegiatan ini merupakan *quick sketch* untuk mendapatkan beberapa bentuk yang bisa dibuat *mock up* awal dan membuat alternatif desain.
5. **Mock Up** : Dalam Tahap ini sudah menganalisa proses produksi, cara membuat motif pada kulit, membuat tekstur pada kulit.
6. **Alternatif Desain**: Setelah mencoba membuat *mock up* terdapat beberapa revisi yang akan dibuatkan alternative desain 1,2, dan 3.
7. **Final Desain** : merupakan kegiatan mendetailkan desain yang telah dipilih. Kemudian memberi *branding* produk hingga menghitung biaya produksi dan penjualan produk.

### **3.2 Metode yang Digunakan**

Berikut ini merupakan metode-metode yang digunakan dalam perancangan untuk membantu menemukan permasalahan, ide hingga konsep, sebagai berikut:

#### **3.2.1 Metode Diagram Afinitas**

Menurut buku Universal Method of Design, Metode Diagram Afinitas merupakan proses yang digunakan untuk mengetahui makna dari observasi riset, dan diolah dalam sebuah data.

Metode ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan, menemukan petunjuk, menemukan ide konsep, mengelompokkan masalah.

### **3.2.2 Moodboard**

*Moodboard* merupakan metode yang digunakan untuk menjelaskan *mood* atau karakteristik dari desain yang akan diambil.

### **3.2.3 Persona**

Persona merupakan metode yang digunakan untuk menjelaskan tipe user dengan informasi usia, pekerjaan, nama fiktif, penghasilan,, aktifitas, *brand* favorit, dan desain yang disukai. Tujuan dari metode ini untuk mengetahui segmen pasar, menemukan target user, mengetahui selera pasar yang sesuai dengan segmen dan target konsumen, dan mengetahui kebutuhan konsumen.

### **3.2.4 Imageboard**

Menurut buku Universal Method of Design, *Imageboard Method* merupakan metode desain dengan cara mengumpulkan beberapa gambar atau ilustrasi yang dikelompokkan sesuai dengan karakter gambar yaitu estetika, *style*, dan aspek desain. Tujuan dari metode ini yaitu untuk menemukan *style* yang sesuai dengan konsumen.

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## BAB 4

### STUDI DAN ANALISIS

#### 4.1 Analisis Pasar

##### 4.1.1 Analisis User

Analisis user dilakukan dengan teknik wawancara dengan calon user. Dalam tahap ini calon user yang dituju yaitu kolektor dan pemerhati tas branded, Dewi Dwiranti. Seorang pengusaha di bidang Analisis Masalah Dampak Lingkungan (AMDAL) yang telah mengoleksi puluhan tas branded sejak 20 tahun yang lalu. Dalam wawancara tersebut, terdapat beberapa hal yang menjadi poin penting, yaitu demografi *user*, psikografi, dan kriteria tas kulit yang harus terpenuhi.

- Demografi

Segmentasi berdasarkan demografi dapat membantu menemukan pasar yang tepat. Informasi demografis merupakan cara efektif untuk menentukan harga produk yang akan dipasarkan berdasarkan pendapatan dan pengeluaran. Juga sebagai salah satu cara untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen yang berbeda-beda pada setiap *variable* yang dikelompokkan berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan dan lain-lain. Berikut *table* untuk *user* yang dituju

Tabel 4. 1 Tabel Calon *User*

Umur	20 tahun – 65 tahun
Jenis Kelamin	Perempuan
Pekerjaan	Pengusaha, Pejabat Pemerintah, Pejabat Perusahaan, CEO perusahaan, Owner perusahaan
Pendapatan	Rp 20,000,000-Rp 150,000,000 / bulan
Pengeluaran	Rp 15,000,000-Rp 150,000,000 / bulan
Status	Menikah, Janda, Belum Menikah
Agama	Semua agama

- Psikografi

Karakteristik psikologi merujuk ke sifat-sifat dari konsumen perorangan yang merepresentasikan *variable* gaya hidup, nilai, dan kepribadian. Berikut ini merupakan psikografi *user* yang ditampilkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4. 2 Tabel *Activity, Interest, dan Opinion User*

AIO		
Activity	Interest	Opinion
- Bekerja	- Tren	- Gaul
- Meeting	- Fashion	- Update
- Arisan	- Info	- Simple
- Travelling	- Social Media	- Detail
- Shopping	- Branding	- Nyaman
- Membaca	- Kuliner	- Exclusive
- Berkebun	- Kualitas	- Unik
- Olahraga	- Pamor	- Different
		- Elegant

Kesimpulan :

Berdasarkan data yang dihimpun dari *interview* dan pengamatan, terdata bahwa *user* adalah wanita berumur di atas 30 tahun yang aktif melakukan kegiatan, *mobile* (sering mengunjungi tempat 1 ke tempat lainnya dalam satu hari), dan memiliki selera desain yang tinggi. Dalam aktifitasnya tersebut, *user* sangat memperhatikan penampilan, terutama kepada sesama teman maupun *client* yang dihadapi. *User* juga aktif dalam kegiatan olahraga seperti meditasi, yoga, ataupun berenang. *User* merupakan seorang wanita yang sangat mandiri, pekerja keras, dan memiliki ambisi yang tinggi. *User*

merupakan pimpinan sebuah perusahaan atau orang penting dalam sebuah perusahaan tempatnya bekerja. Memiliki otoriter tertentu dalam perusahaan.

- Kriteria tas *branded*

Berikut beberapa kriteria tas *branded* menurut Dewi Dwirianti.

- a. Aksesoris : Aksesoris tas harus memiliki kualitas maksimal karena yang pertama dilihat oleh kolektor tas yaitu aksesoris tas. Aksesoris tas yang dimaksud yaitu ritsleting, ring, kepala ritsleting, gantungan, dan identitas *branding*. Kualitas yang baik, menurut Dewi yaitu material yang murni dari logam 100% . Misalnya dalam aksesoris ritsleting, menggunakan merk ykk yang notabene *full* logam dan mengkilap.
- b. Fitur : Fitur-fitur tas yang dimaksud yaitu kantong-kantong yang ada pada tas. Menurut Dewi, kantong yang minimal ada pada tas yaitu kantong ritsleting, kantong *handphone* dan barang-barang kecil seperti koin, *charger*, dan *headset*.
- c. Desain Tas : Untuk tas khusus wanita karir atau *user*, diperlukan model tas yang mudah dalam penggunaan, sederhana, luas, awet, dan tidak terlalu berat.

#### 4.1.2 Analisis Eksisting

a. Kalyana

Tabel 4. 3 Tabel *Eksisting* Produk Kalyana

Foto	Jenis Treatment	Keterangan
(Gambar Terlampir Pada Lampiran 4.1)	Grafir dan pewarnaan manual	Lama pengerjaan 4-5 hari dengan mayoritas pengerjaan menggunakan tangan (hampir 70%, mulai

		dari melipat kulit, stiching, pewarnaan ulang (memakan waktu paling lama, yaitu 2-3 hari), dan lain sebagainya)
(gambar Terlampir pada Lampiran 4.2)	Printing dan pewarnaan ulang	Lama Pengerjaan 3 hari (membuat pola, printing, pewarnaan ulang (2-3 hari) hingga finishing).

Pembahasan:

Kalyana memiliki pasa hingga ke luar negeri, beberapa butiknya telah dibuka di Amerika dan Australia. Lama pengerjaan untuk 1 tas Kalyana antara 4-5 hari tergantung kerumitan dari tas situ sendiri. Untuk pengerjaan grafir, Kalyana hanya menggrafir bagian terluar kulit saja, sehingga kulit bagian dalam dilakukan *recoloring* atau *repainting* menggunakan *manual treatment* dan dilakukan secara berkala (2-3 kali). Kalyana juga menerima order dari beberapa butik di luar negeri dengan produk tanpa merk (rebranding ulang oleh produk luar). Tidak semua tas Kalyana menggunakan *treatment* grafir atau *printing*, adapun beberapa tas Kalyana yang polos (tanpa motif), guna menjamah pasar yang lebih luas lagi.

b. Nitnot

Tabel 4. 4 Tabel *Eksisting* Produk Nitnotz

Foto	Treatment	Keterangan
(Gambar terlampir pada lampran 4.3)	<i>Printing</i> dan manual batik	Tas wanita dengan jenis clutch

Pembahasan :

Nitnot menggunakan kombinasi material, yaitu antara kain, kulit, dan kulit sintetis. Untuk dasar batik itu sendiri, nitnot banyak menggunakan kain dan kulit sintetis. Menggunakan teknik *printing* ataupun batik tulis.

d. Fossil

Tabel 4. 5 Tabel *Eksisting* Produk Fossil

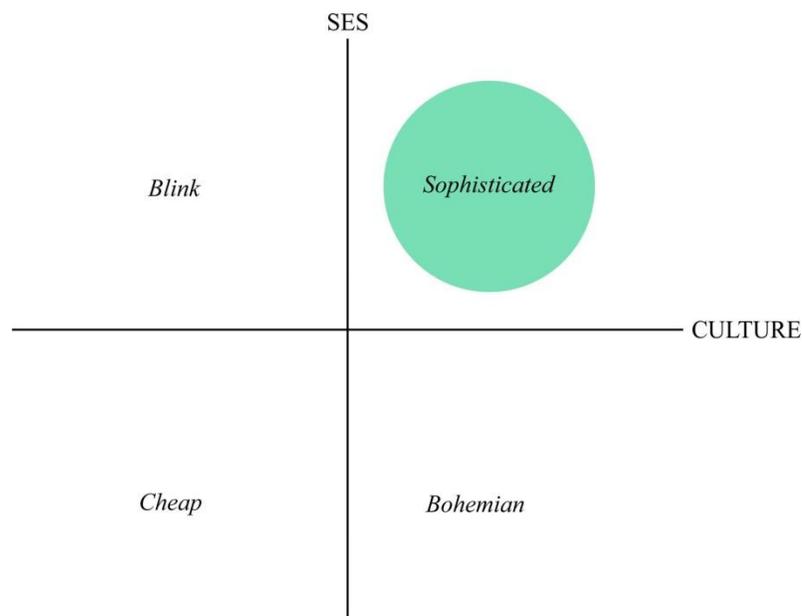
Foto	Jenis Treatment	Keterangan
 <p data-bbox="269 798 662 934">Gambar 4. 1 Tas Merk Fossil tampak depan. Sumber : Laily, 2019</p>  <p data-bbox="269 1276 662 1413">Gambar 4. 2 Tas merk Fossil bagian dalam. Sumber : Laily, 2019</p>	Tenun	Fossil Colector edition ini merupakan kolaborasi antara kulit sapi dan kain tenun yang terintegrasi dalam satu desain

Pembahasan:

Fossil tipe *collector edition* ini merupakan kombinasi dari kain tenun dan kulit sapi samak. Namun, sisi keasliannya menjadi berkurang karena adanya kombinasi material. Meski begitu, tas tipe ini masih diminati oleh berbagai koleksi tas fossil.

### 4.1.3 Analisis Segmentation, Targetting, Positioning

#### a. Segmentation



Gambar 4. 3 Segmentasi *User*

Seperti yang terlihat pada gambar di atas, target konsumen diklasifikasikan dalam kategori *Sophisticated*, yakni konsumen dengan SES (*Socioeconomic Status Office*) menengah ke atas dan memiliki *culture* yang tinggi. Untuk pengguna dibagi menjadi dua kategori yakni *direct* dan *indirect*. *Direct* yang dimaksud yaitu *coworker* atau asisten *user* yang membantu membawakan tas *user* ke manapun *user* pergi. Sedangkan *Indirect* yaitu *owner* atau pemilik produk itu sendiri. Pemilik produk yang menjadi penentu produk mana yang akan dibeli (sesuai selera *indirect user*). Meskipun begitu, terkadang *indirect user* juga menggunakan sendiri tas yang dipakainya.

#### b. Targetting

Target yang dituju untuk perancangan ini yaitu *owner* atau pemilik tas yang memiliki selera tertentu terhadap suatu desain. *User* berupa golongan menengah ke atas yang memiliki pendapatan rata-rata Rp 20.000.000 – Rp 100.000.000 per bulannya.

Tabel 4. 6 Tabel Pengeluaran *User* 1 Per Bulan

Jumlah	Jenis Belanja	Keterangan
Rp 35.000.000	Cicilan rumah / kontrakan / kendaraan	Masih terlibat dalam cicilan rumah atau mobil mewah yang dimiliki
Rp 3.000.000	Sumbangan yayasan	Aktif dalam kegiatan sosial lainnya
Rp 10.000.000	Investasi	Investasi berupa pembukaan bisnis baru, menjadi investor di bisnis teman, dan bergabung dengan investasi lainnya termasuk menabung di bank
Rp 9.000.000	Kebutuhan sehari-hari	Makan, minum, kebutuhan dapur
Rp 10.000.000	Kartu Kredit	Belanja <i>fashion, home</i> dekor, dan lain sebagainya
Rp 17.000.000	Operasional	Berupa gaji asisten rumah tangga, gaji tukang kebun, gaji sopir, listrik, air, internet, dan lain sebagainya
Rp 35.000.000	Biaya Pendidikan keluarga	Anak, kursus bagi diri sendiri ataupun keluarga

Wawancara dengan *user* pertama, yaitu Siti Huraira, seorang desainer tas yang masih memiliki beberapa tanggungan cicilan. Dengan kapasitas penghasilan antara 80-135 juta per bulan, Hurairah memiliki kapasitas yang sangat besar untuk membeli produk *fashion* dengan harga di atas 2 juta, bahkan puluhan juta.

Untuk target *user* yang kedua, berada di golongan menengah, dimana pendapatan per bulannya antara Rp 20.0000.000 – Rp 30.000.000. Berikut beberapa daftar pengeluaran setiap bulannya.

Tabel 4. 7 Tabel Pengeluaran *User 2* Per Bulan

umlah	Jenis Belanja	Keterangan
Rp 500.000	Sumbangan yayasan	Aktif dalam kegiatan sosial lainnya
Rp 5.000.000	Investasi	Investasi berupa pembukaan bisnis baru, menjadi investor di bisnis teman, dan bergabung dengan investasi lainnya termasuk menabung di bank
Rp 3.000.000	Kebutuhan sehari-hari	Makan, minum, kebutuhan dapur
Rp 4.000.000	Kartu Kredit	Belanja <i>fashion</i> , <i>home</i> dekor, dan lain sebagainya
Rp 3.800.000	Operasional	Berupa gaji asisten rumah tangga, gaji tukang kebun, gaji sopir, listrik, air, internet, keperluan transportasi, dan lain sebagainya

User kedua bernama Dewi Dwirianti, seorang pengusaha di bidang lingkungan dengan pendapatan antara Rp 20.000.000-Rp 30.000.000 sebulan. Dewi memiliki berbagai aktifitas di dalam kantor dan seorang kolektor tas brand tertentu, seperti Fossil, Louis Vuitton, dan Channel. Dewi memiliki kapasitas untuk membeli produk-produk fashion, terutama tas dengan rentang harga Rp 2.000.000 – Rp 11.000.000.

e. **Positioning**

Analisis *positioning* diperoleh berdasarkan data produk-produk eksisting dari brand tas yang sudah ada. Kemudian dilakukan *benchmarking* untuk membandingkan produk-produk eksisting berdasarkan fitur dan harga sehingga didapatkan analisis fitur dan harga produk yang akan dirancang. Berikut adalah *benchmarking* produk-produk yang akan dirancang.

Tabel 4. 8 Tabel *Benchmarking* dari Tas Wanita

Eksisting	Bentuk	Fitur			Harga
		Materi al	Treatme nt	jenis	
(gambar Terlampir pada Lampiran 4.4) <b>KALYANA</b>	Tas untuk <i>travelling</i> ,	Nappa Leather	Grafir	Duffle	Rp 4.250.000

Ashadewi Large - Black	bepergian , maupun kerja. Dirancan g dengan kesan tegas, dan elegant				
(gambar terlampir pada Lampiran 4.5) <b>HURAIRA LEATHER BAG</b> Seweru Waterfall Silver	Dengan konsep yang unik bertema waterfall	Kulit sapi	Milling aluminium foil dengan scratch sapu besi	Hand Bag	Rp 4.500.00 0

Kesimpulan:

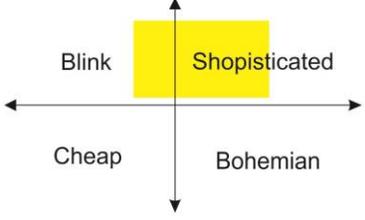
Berdasarkan *positioning* di atas, didapat bahwa tas yang akan didesain memiliki kesan *elegant* yang *glamour* dan unik. Dengan kesan tegas dan berbeda dengan yang lain. Material yang digunakan merupakan kulit sapi dengan *treatment* tertentu, seperti grafik, pelapisan aluminium foil, dan lain sebagainya. Harga yang ditawarkan berada di atas Rp 4.000.000 rupiah.

#### 4.2 Persona

Persona merupakan metode yang digunakan untuk menjelaskan tipe *user* dengan informasi usia, pekerjaan, nama fiktif, penghasilan,, aktifitas, brand favorit, dan lain-lain.

##### Persona 1

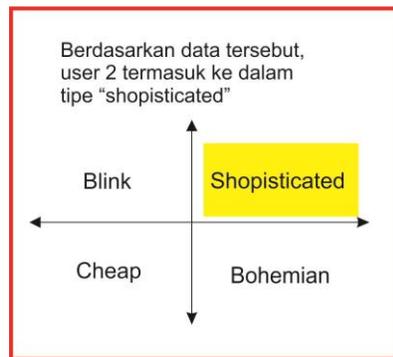
(Foto user terlampir pada lampiran 4.6)	Demografi
	Nama : Siti Huraira Usia : 57 Tahun

<p>Berdasarkan data tersebut, user 1 termasuk ke dalam tipe "shopisticated"</p> 	<p>Gender : Wanita</p> <p>Pekerjaan : Pengusaha</p> <p>Pendidikan : Fakultas Hukum</p> <p>Penghasilan : Rp 120,000,000</p> <p>Status : Menikah</p> <p>Lokasi : Surabaya</p> <p>“kerja keras dan inovatif”</p> <p>Hobi: Melukis, Menyanyi</p> <p>Koleksi:</p> <p>Tas branded, Perhiasan, sepatu</p> <p>Aktifitas sehari-hari:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bekerja sebagai desainer</li> <li>- Mengunjungi yayasan</li> <li>- Menghadiri pameran, seminar, workshop, dan lain sebagainya</li> <li>- Bertemu dengan <i>buyer</i></li> </ul>
---	---

**Persona 2**

	Demografi
--	-----------

(Gambar Persona 2 terlampir pada lampiran 4.7)



Nama : Kris Dayanti

Usia : 43 Tahun

Gender : Wanita

Pekerjaan : Singer, entertainment

Pendidikan : Design Grafis

Penghasilan : Rp 350,000,000-Rp  
500,000,000 / bulan

Status : Menikah

Hobi :

Koleksi :

Tas *Branded*

Perhiasan / *Accessories*

Sepatu

Aktivitas Sehari-hari:

- Menyanyi (konser, latihan)
- Olahraga
- Bertemu dengan klien
- Hangout dengan teman

Kesimpulan: Berdasarkan kedua user tersebut, dapat diperkirakan bahwa tipe *user* untuk perancangan ini adalah "*sophisticated*". Kebanyakan tipe tersebut memiliki status ekonomi menengah hingga menengah ke atas. Karakteristik tipe tersebut yaitu *user* memiliki selera yang baik terhadap produk dan memiliki daya beli yang cukup tinggi.

### 4.3 Muse

Muse digunakan untuk mencari tokoh yang sesuai dengan presentasi produk yang dibuat. Dengan membandingkan karakter dan keseharian tokoh yang sesuai dengan karakter desain yang dibuat.



RALINE RAHMAT SHAH

Dalam kariernya, Raline Shah memulai debut film pertamanya pada usia 7 tahun dalam film yang berjudul *Bibir Merah*. Pada tahun 1998, Raline juga mengambil peran dalam film *Jihny Oh Jihny* dan pada tahun 2012, ia mengambil peran dalam film 5 cm. Setelah itu, sederet film langsung membayarnya, antara lain *Surga yang Tak Dirindukan* pada tahun 2015, *Surga yang Tak Dirindukan 2* pada tahun 2016, *99 Cahaya di Langit Eropa* (2013), *99 Cahaya di Langit Eropa 2* (2014) dan *99 Cahaya di Langit Eropa The Final Edition* (2014). Ia juga membintangi film *Supernova* (2014) dan *Terpana* (2016). Bereskan film tersebut menginspirasi Raline untuk meraih penghargaan penerim *Pemilihan Terpuji* dalam Festival Film Bandung (FFB) 2015 untuk perannya sebagai *Mer Rose di Surga yang Tak Dirindukan*.

Karena kesuksesannya dalam meraih penghargaan tersebut, Raline kemudian ditunjuk sebagai jajaran direktur *Air Asia* untuk persanan *Initial Public Offering (IPO)*. Perannya tersebut sempat terungkap dalam akun Instagram pribadi milik CEO *Air Asia*, *Tony Fernandes* pada Agustus 2017 silam.



MUSE

Raline juga dikenal sebagai aktris dan model yang peduli pendidikan. Setelah tamat *SMP di Medan*, Raline langsung melanjutkan sekolahnya di *Singapore*, di *Straits View International School* pada tahun 1998-2000. Setelah tamat *SHA*, Raline tak langsung pulang ke Indonesia, namun kembali melanjutkan studinya di *Malaysia* dan meraih gelar *B.S in Political and New Media & Communication* (lulusan *Political Science*) dari *Universiti Teknologi Mara* di *Malaysia*. Setelah itu, ia mendirikan suatu perusahaan bernama *Shah's*, yang sudah mulai berkegiatan dan ditunjukkan oleh mahasiswa lain. Raline juga sering terlibat dalam kegiatan-kegiatan sosial lainnya. Misalnya dalam hal penggalangan dana di antara-antara penerimaah untuk disalurkan kepada anak-anak di Indonesia yang membutuhkan dalam hal pendidikan.

**Nama Lahir** : Raline Rahmat Shah  
**Nama Panggilan** : Raline Shah  
**Tempat, Tanggal Lahir** : Jakarta, 4 Maret 1995  
**Warga Negara** : Indonesia  
**Pekerjaan** : Aktris, Model

Dikenal sebagai *Miss Independent*, karena sejak usia 12 tahun, ia hidup sendiri dan janda yang memiliki tiga anak. Raline juga pernah menjadi *Miss Indonesia* dan pernah menjadi *Miss Indonesia* untuk *Miss Indonesia* di provinsi *Sumatera Utara*. Memiliki pengalaman untuk bekerja di *Keludus RI* sebagai *MC for Tourist Event*. Pengalaman tersebut berhasil mengantarkannya ke dalam kesuksesan meraih penghargaan *Gold International Youth Award* pada tahun 2014 dalam usia 19 tahun.

Gambar 4. 4 Raline Shah sebagai muse produk MW. Sumber: Laily, 2019

### 4.4 Studi Aktivitas

Studi aktifitas dilakukan untuk salah satu user bernama Siti Hurairah, seorang desainer tas yang juga pengoleksi tas-tas *branded*. Selain itu, Hurairah juga seorang Ibu dari dua orang anak yang telah dewasa. Berikut tabel kegiatan yang dilakukan oleh Siti Huraira setiap harinya

Tabel 4. 9 Tabel Kegiatan Sehari-Hari Siti Huraira. Sumber: laily, 2019

Waktu	Kegiatan	Keterangan
04.15-05.00	Bangun, Solat subuh, mengaji	Terkadang <i>user</i> juga kembali sketsa gambar atau mengurus beberapa urusan sebelum istirahat kembali
05.00-09.00	Tidur	Kembali istirahat
09.00-10.30	Bangun tidur, siap-siap berangkat	Dalam jam ini <i>user</i> juga diselingi dengan ibadah sholat dhuha atau mengecek semua persiapan sebelum berangkat
11.00-13.00	Ke yayasan	User memiliki beberapa yayasan dibawah naungannya bersama beberapa rekannya. Tidak setiap hari ke yayasan. Terkadang dalam seminggu hanya 1-2 kali saja
13.00-17.00	Ke <i>workshop</i>	User memantau langsung proses

		pembuatan tas dengan datang langsung ke <i>workshop</i> atau bengkel (bengkel dengan rumah utama terpisah jauh, sehingga memerlukan waktu beberapa lama untuk sampai ke lokasi)
17.00-19.00	Pulang, istirahat	
19.00-21.00	Menemui tamu	Beberapa tamu penting yang juga sebagai <i>customer user</i> (pejabat dan relative) datang ketika malam ke rumah user. Sehingga <i>user</i> biasanya menemui mereka pada malam hari.
21.00-00.00	Sketsa gambar, desain	Pada jam-jam ini <i>user</i> menggunakannya untuk mendesain beberapa model tas baru untuk yang dipakai setiap 3 bulan sekali.
00.00-04.00	Istirahat	

Tabel 4. 10 Tabel Daftar Barang yang Dibawa *User*. Sumber : Laily, 2019

Barang yang dibawa oleh user		
(Gambar Terlampir pada Lampiran 4.8)	Handphone	2 <i>handphone</i> selalu dibawa,

		yaitu Samsung galaxy grand prime (2 buah)
(Gambar Terlampir pada Lampiran 4.8)	Tab	Tab merk apple (9.7 E)
(Gambar Terlampir pada Lampiran 4.8)	Dompot	Dompot Gucci
(Gambar Terlampir pada Lampiran 4.8)	Bolpoint	Bolpoint tinta untuk keperluan tanda tangan dan sedikit catatan ketika meeting dengan <i>client</i> .
(Gambar Terlampir pada Lampiran 4.8)	Note kecil / kertas	Nota catatan kecil untuk mencatat point-point ketika meeting dengan <i>client</i>
(Gambar Terlampir pada Lampiran 4.8)	Dokumen	Berada di tas terpisah dengan tas utama. Biasanya dibawa oleh asisten pribadi <i>user</i>

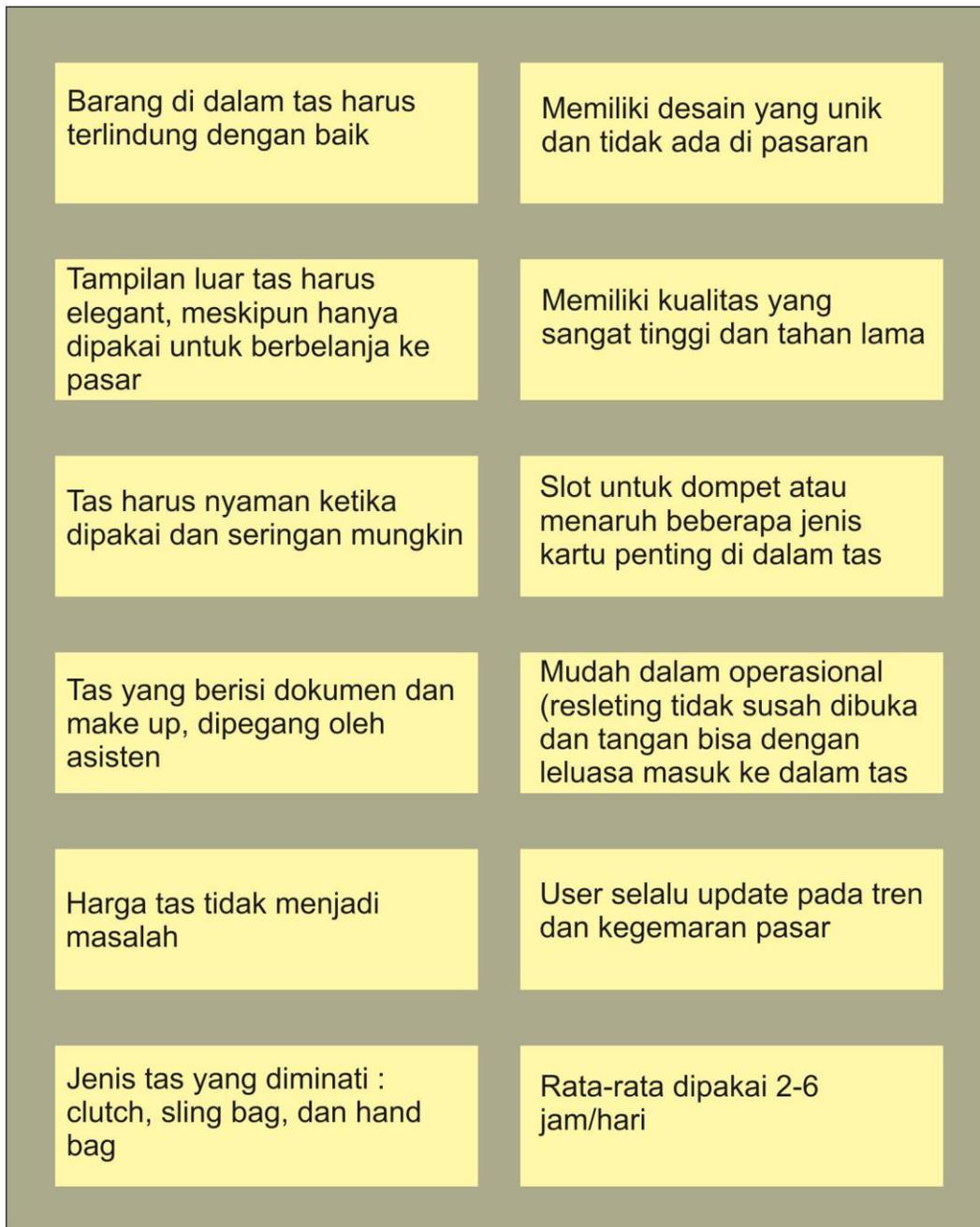
**Kesimpulan:**

Berdasarkan daftar aktivitas dan barang-barang yang dibawa, Huraira memiliki aktifitas yang cukup padat dan sering berpindah-pindah tempat dalam satu hari. Dalam sehari, Huraira bisa mengunjungi 2-4 tempat seperti ke *workshop*, ke yayasan, ke bank, ke kantor tertentu, dan lain sebagainya. Selain itu, Huraira memiliki usaha tentang tas yang dia desain sendiri. Usahanya telah

merambah ke luar negeri, sehingga selera desainnya telah terjamin. Tas-tas yang Huraira jual berkisar antara 1-7 juta per *pieces* dengan penghasilan per bulan mencapai 150 jutaan. Dalam hal tas, Huraira berkesimpulan bahwa tas yang fungsional, mudah dalam mengoperasikannya, dan ringan menjadi daya tarik tersendiri dari *customer-customernya*. Jika tasnya telah memiliki beban yang berat, biasanya *customer* enggan untuk membeli.

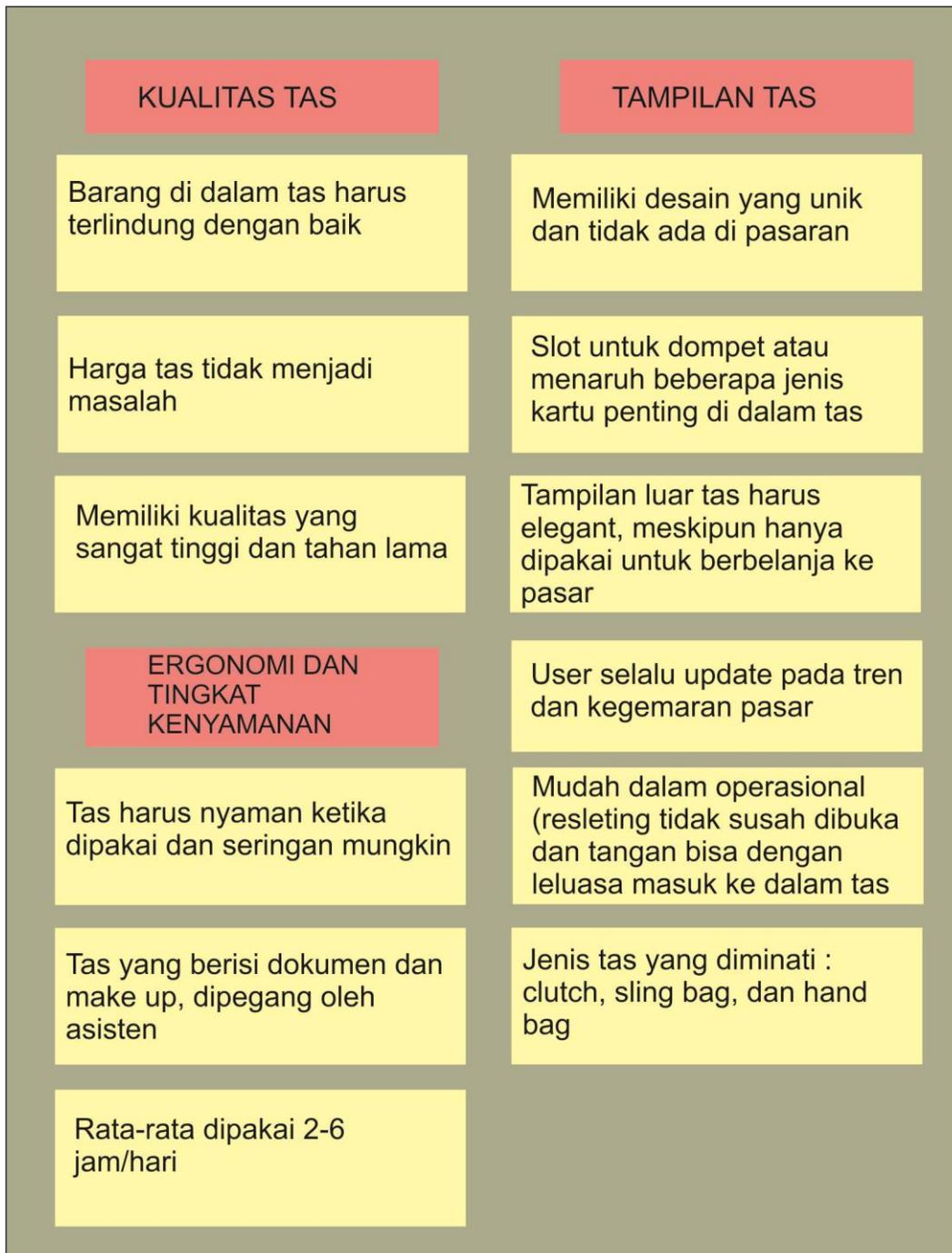
#### 4.5 Diagram Afinitas

Berikut merupakan point-point dari diagram afinitas yang akan ditampilkan.



Gambar 4. 5 Gambar Diagram Afinitas. Sumber: Laily, 2019

Kemudian poin-poin tersebut dikelompokkan menjadi beberapa kategori yang memiliki kesamaan untuk menjadi konsep desain perancangan ini, sebagai berikut:



Gambar 4. 6 Gambar Diagram Afinitas yang Telah Terseleksi. Sumber : Laily, 2019

Kesimpulan:

Berdasarkan kegiatan Diagram Afinitas tersebut penulis menghasilkan 3 pengelompokan, yaitu:

### 1. Kualitas Tas

Dalam hal ini, penulis melihat *user* merupakan *shopisticated* dan memiliki modal untuk membeli berbagai barang mahal. Sehingga, *user* akan lebih mementingkan kualitas daripada harga. *User* yang merupakan pengamat tas, sudah mengetahui mengenai berbagai kualitas tas. Dalam hal ini, kualitas tas juga berupa mudah dalam mengoperasikannya. Jika tas bagus namun susah dalam mengoperasikannya, misalnya resleting macet atau tangan susah menjangkau barang-barang yang ada di dalam tas, maka kualitas tas cenderung menurun.

### 2. Rupa/ Desain

*User* atau segmentasi dari perancangan ini menyukai desain yang berbeda dari yang lain dan desain sesuai dengan selera mereka. Selain itu desain tas juga harus sesuai dengan tren saat ini. Disamping itu ada beberapa jenis tas yang lebih sering dibeli dan digunakan yaitu *hand bag*, *clutch*, dan *slink bag*.

### 3. Ergonomi dan Tingkat Kenyamanan

*User* mempunyai 2 jenis tas yang selalu dibawa ke berbagai daerah di dalam kota, yaitu tas yang dibawa oleh dirinya sendiri, dan tas yang dibawa oleh asistennya. Tas yang dibawa oleh dirinya sendiri haruslah ringan dan mudah dalam pengoperasiannya. Sehingga, bahan yang dipilih tidak terlalu tebal, namun tetap mengedepankan *style* dan *elegant*.

#### 4.6 Analisis Material dan Motif

Analisis material dan motif dilakukan melalui berbagai eksperimen yang penulis lakukan.

Beberapa *eksperimen* tersebut melibatkan beberapa bahan dan peralatan yang terlampir pada table 4. Berikut :

##### 4.6.1 Alat dan Peralatan yang dibutuhkan

Berikut beberapa alat yang digunakan selama eksperimen berlangsung:

Tabel 4. 11 Tabel Peralatan *Eksperimen*. Sumber: Laily, 2019

Foto	<i>Treatment</i>	Nama Bahan	Kegunaan
 <p data-bbox="256 1150 639 1297">Gambar 4. 7 Gambar Alat dan Bahan untuk <i>Recoloring</i>. Sumber : Laily, 2019</p>	<i>Recolor /</i> pewarnaan ulang.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Pigment</i> (merah, biru, mustard, putih, hitam)</li> </ul>	Memberi warna pada kulit
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Binder</i> (ML 2806)</li> </ul>	Bahan pencampur pigment kulit
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Addesion</i> (1020 UR)</li> </ul>	Bahan Pelarut Pigment kulit
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Spons</li> </ul>	Alat bantu pengecatan
	<i>Pulled String /</i> Tarik Benang	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Pigment</i> (Merah, Kuning, Hitam, Putih, Biru)</li> <li>- Benang kasur</li> </ul>	Pemberi warna pada kulit



Gambar 4. 8 Gambar Alat dan Bahan untuk *Pulled String*.

Sumber : Laily, 2019



Gambar 4. 9 Gambar Alat dan Bahan untuk *Bleaching*

*Bleaching/*  
*Dyeing/*  
Pelunturan

- Plat Motif

Cetakan motif pada kulit

- Pemutih Pakaian

Zat peluntur warna kulit

- Papan Penopang

Penopang antara kulit dan plat

- penjepit

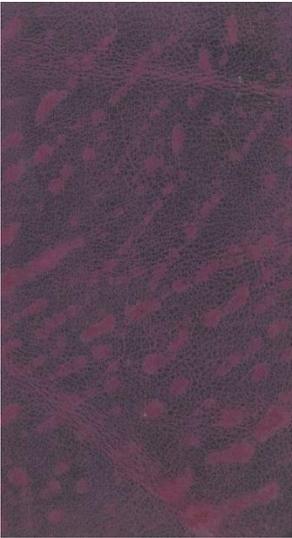
Penjepit antara plat, papan penopan, dan kulit

Dari daftar peralatan eksperimen tersebut, didapat beberapa hasil eksperiment, antara lain :

#### 4.6.2 Eksperiment Material

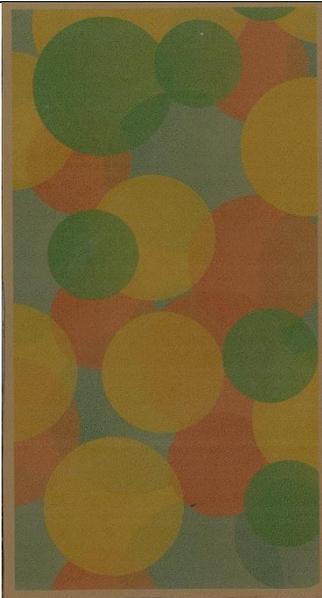
Tabel 4. 12 Tabel *Eksperiment*. Sumber: Laily, 2019

Foto	Keterangan	<i>Treatment</i>	Kesimpulan
 <p data-bbox="261 869 651 1016">Gambar 4. 10 Gambar <i>Eksperiment 1</i> dengan Teknik Tuang Cat</p>	<p data-bbox="695 348 899 821">Material : Kulit sapi (<i>no buffing</i>), ketebalan 3mm Perlakuan : Teknik tuang cat (cat dari pigmen-pigmen kulit)</p>	<p data-bbox="922 348 1078 384"><i>Recoloring</i></p>	<p data-bbox="1101 348 1289 432">Teknik Tuang Cat</p>
 <p data-bbox="261 1587 651 1734">Gambar 4. 11 Gambar <i>Eksperiment 2</i> dengan Teknik pengolesan dengan <i>Spons</i></p>	<p data-bbox="695 1064 899 1642">Material : Kulit sapi dengan ketebalan 4 mm Perlakuan : teknik pengolesan cat dengan menggunakan spon</p>	<p data-bbox="922 1064 1078 1100"><i>Recoloring</i></p>	<p data-bbox="1101 1064 1289 1211">Pewarnaan menggunakan spons</p>

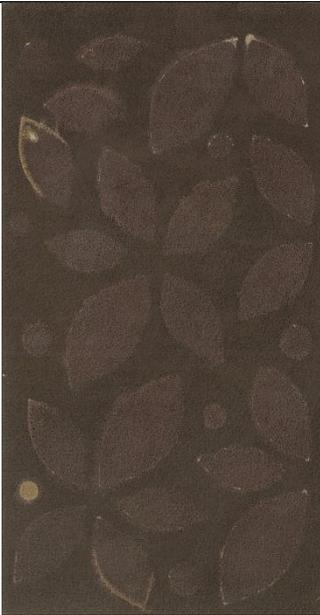
 <p data-bbox="261 764 651 909">Gambar 4. 12 Gambar <i>Eksperiment 3</i> dengan Teknik Pengolesan dengan <i>Spons</i></p>	<p data-bbox="695 155 894 737">Material: Kulit sapi dengan ketebalan 4 mm Perlakuan: Teknik pengolesan cat dengan menggunakan spons</p>	<p data-bbox="922 155 1078 191"><i>Recoloring</i></p>	<p data-bbox="1101 155 1289 296">Pewarnaan Menggunakan Spons</p>
 <p data-bbox="261 1591 651 1736">Gambar 4. 13 Gambar <i>Eksperiment 4</i> dengan Teknik Tuang Cat</p>	<p data-bbox="695 957 889 1486">Material : Kulit sapi (no buffing), ketebalan 6 mm Perlakuan : Teknik tuang cat (cat dari pigmen- pigmen kulit)</p>	<p data-bbox="922 957 1078 993"><i>Recoloring</i></p>	<p data-bbox="1101 957 1289 1045">Teknik Tuang Cat</p>

 <p data-bbox="261 772 651 919">Gambar 4. 14 Gambar <i>Eksperiment 5</i> dengan Teknik Pengolesan dengan Spons</p>	<p data-bbox="695 153 894 737">Material: Kulit sapi dengan ketebalan 4 mm Perlakuan: Teknik pengolesan cat dengan menggunakan spons</p>	<p data-bbox="922 153 1078 184">Recoloring</p>	<p data-bbox="1101 153 1289 296">Pewarnaan Menggunakan Spons</p>
---	---	--	--

 <p data-bbox="261 716 651 856">Gambar 4. 15 Gambar <i>Eksperiment 6</i> dengan Teknik Tuang Cat</p>	<p data-bbox="695 155 894 688">Material : Kulit sapi (no buffing), ketebalan 6 mm Perlakuan : Teknik tuang cat (cat dari pigmen-pigmen kulit)</p>	<p data-bbox="922 155 1078 191">Recoloring</p>	<p data-bbox="1101 155 1284 239">Teknik Tuang Cat</p>
 <p data-bbox="261 1465 651 1606">Gambar 4. 16 Gambar <i>Eksperiment 7</i> dengan Teknik tarik Benang</p>	<p data-bbox="695 905 894 1157">Perlakuan : Menggunakan benang sebagai media pencetak motif</p>	<p data-bbox="922 905 1024 1108">Pulled String/ Tarik Benang</p>	<p data-bbox="1101 905 1284 1213">Benang yang telah tercelup pigmen ditarik dan membentuk pola</p>

 <p data-bbox="261 772 651 915">Gambar 4. 17 Gambar <i>Eksperiment 8</i> dengan Teknik <i>Printing</i></p>	<p data-bbox="695 153 805 186">Printing</p>	<p data-bbox="922 153 1032 186">Printing</p>	<p data-bbox="1101 153 1211 186">Printing</p>
 <p data-bbox="256 1596 654 1738">Gambar 4. 18 Gambar <i>Eksperiment 9</i> dengan Teknik tarik Benang</p>	<p data-bbox="695 966 898 1218">Perlakuan : Menggunakan benang sebagai media pencetak motif</p>	<p data-bbox="922 966 1027 1163">Pulled String/ Tarik Benang</p>	<p data-bbox="1101 966 1295 1272">Benang yang telah tercelup pigmen ditarik dan membentuk pola</p>

 <p data-bbox="250 789 660 932">Gambar 4. 19 Gambar <i>Eksperiment 10</i> dengan Teknik <i>Bleaching</i></p>	<p data-bbox="695 155 857 407">Alat : pemutih pakaian dan plat cetakan motif</p>	<p data-bbox="922 155 1057 191">Bleaching</p>	<p data-bbox="1101 155 1247 239">Pelunturan warna</p>
 <p data-bbox="250 1566 660 1709">Gambar 4. 20 Gambar <i>Eksperiment 11</i> dengan Teknik tarik Benang</p>	<p data-bbox="695 980 894 1232">Perlakuan : Menggunakan benang sebagai media pencetak motif</p>	<p data-bbox="922 980 1024 1178">Pulled String/ Tarik Benang</p>	<p data-bbox="1101 980 1295 1289">Benang yang telah tercelup pigmen ditarik dan membentuk pola</p>

 <p data-bbox="250 785 659 926">Gambar 4. 21 Gambar <i>Eksperiment 12</i> dengan Teknik <i>Bleaching</i></p>	<p data-bbox="695 155 857 407">Alat : pemutih pakaian dan plat cetakan motif</p>	<p data-bbox="922 155 1057 186">Bleaching</p>	<p data-bbox="1101 155 1247 239">Pelunturan warna</p>
---	--	---	---

#### 4.7 Analisis Tren

Analisis trend diperlukan guna memprediksi desain yang akan dipakai pada produk *fashion* di masa yang akan datang, sehingga desainer memiliki waktu yang cukup untuk merancang desain sesuai prediksi tersebut. Analisis tren bisa didapat dari berbagai sumber terpercaya, misalnya dari salah satu *brand fashion* ternama, atau dari perusahaan yang bergerak di bidang industri kreatif. Untuk merancang tas motif wanita kulit ini, tren yang digunakan mengacu pada dua sumber, yaitu Pielcolor dan Vogue

##### 4.7.1 Pielcolor

Tren yang digunakan yaitu tren warna serta motif kulit yang akan digunakan pada tahun 2019 mendatang. Pada tren yang dikeluarkan oleh Pielcolor, terdapat warna-warna *summer* (musim panas) dan *Spring* (musim Semi), juga beberapa motif yang akan menjadi tren kulit di tahun 2019 mendatang.



Gambar 4. 22 *Trend Summer and Spring 2018-2019*. Sumber : Pielcolor

#### Kesimpulan:

Dalam gambar tersebut penulis menyimpulkan beberapa *point* terkait *trend*, yaitu a. warna-warna yang digunakan merupakan warna-warna pastel (banyak unsur putih) dengan warna dasar warna-warna alam (matahari, laut, hutan, daun muda, pohon, tanah, batuan, dan lain sebagainya). Kata kunci yang penulis simpulkan berdasarkan gambar tersebut yaitu *elegant*.

#### 4.7.2 Vogue

Analisis trend yang diambil dari Vogue yaitu dari Pre-Spring 2018/2019 dari Louis Vuitton.



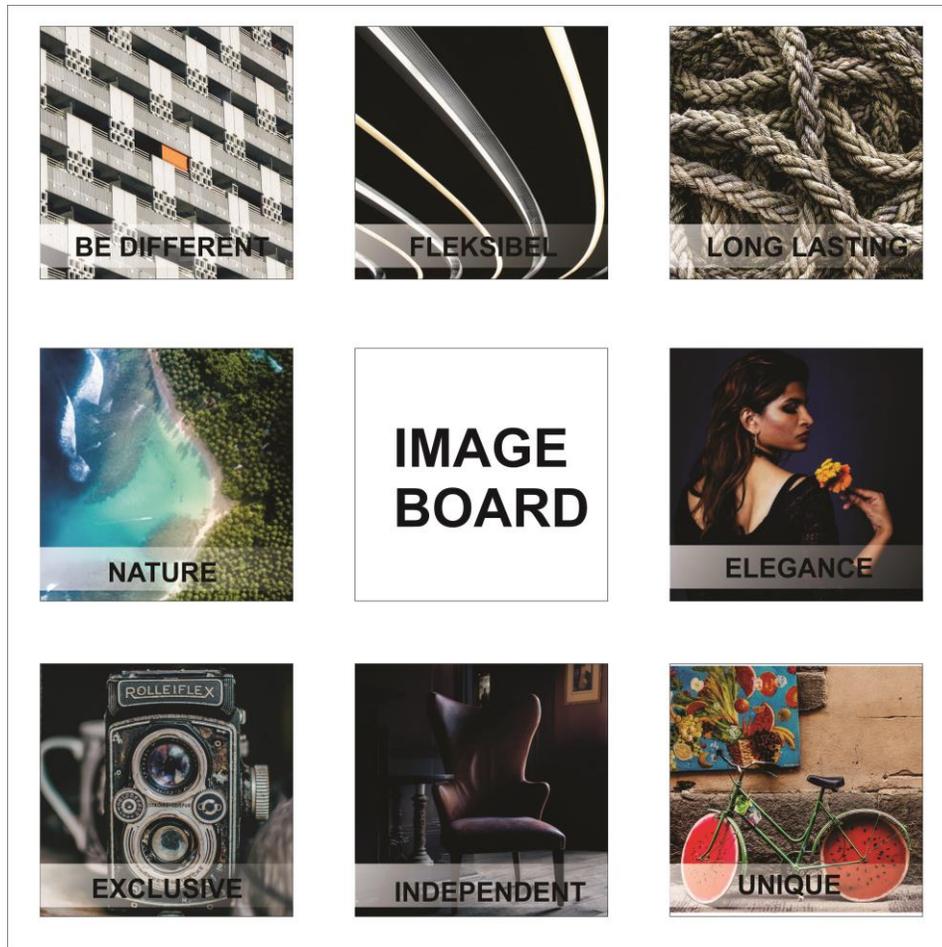
Gambar 4. 23 *Trend Forecasting Louis Vuitton Pre Spring 2018/2019*



Gambar 4. 24 *Trend Forecasting Louis Vuitton Pre Spring 2018/2019*

Kesimpulan : Dari tren Louis Vuitton 2018/2019 yang diambil, didapat beberapa kesimpulan, yaitu warna *fashion* yang digunakan mayoritas menggunakan warna-warna formal dan tidak menyala, seperti putih, mocca, coklat muda, abu-abu, hitam, ungu muda, dan lain sebagainya. Sedangkan desain yang digunakan banyak berupa bentuk-bentuk dasar seperti kotak, persegi panjang, dan lekukan sederhana. Namun, motif yang digunakan mengandung motif-motif alam seperti bulu burung, bunga, dan warna-warni batuan alam.

#### 4.8 *Square Idea Board*



Gambar 4. 25 gambar *Square Idea Board*

Kesimpulan :

a. *Be Different* :

*User* akan mencari sesuatu yang berbeda dengan orang lain, karena produk yang dibeli cenderung mahal dan *user* memiliki level social yang bagus di depan rekan maupun orang lain. Sehingga sangat penting bagi *user* untuk memiliki produk yang berbeda dengan yang lain.

b. *Fleksibel*

Produk yang digunakan harus fleksibel dan mudah dibawa ke mana saja, dapat diletakkan dan dipegang kapan pun *user* inginkan.

c. *Long Lasting*

Long lasting atau tahan lama yaitu produk harus tahan terhadap beberapa gangguan, seperti sinar matahari, debu, kelunturan, maupun goresan. Selain itu, produk harus tahan terhadap jamur, kutu, maupun parasit lain yang dapat memperpendek usia produk

d. *Nature*

*User* lebih menyukai konsep-konsep *nature*. Entah itu dari segi warna, konsep, maupun motif yang dipilih. *User* yang berusia 30 tahun ke atas, kurang menyukai konsep-konsep yang liar atau *colorfull*.

e. *Elegance*

Produk harus mampu menampilkan sisi *elegant* yang diinginkan oleh *user* dengan usia 30 tahun ke atas. *Elegant* yang dimaksud yaitu dari segi warna, *tekstur*, konsep, dan terutama *impresi* yang ditonjolkan dalam produk itu sendiri.

f. *Exclusive*

Hampir sama dengan konsep *be different*. *User* menginginkan sebuah produk yang *limited edition*, tidak diproduksi masal atau banyak, karena harga produk cenderung lebih mahal. Didukung dengan *impresi* yang lain seperti *elegant*, unik, dan *different*.

g. *Independent*

*User* merupakan wanita-wanita karir yang mengedepankan profesionalitas dalam bekerja. Tak jarang dari mereka sangat mengandalkan diri mereka sendiri dalam melakukan berbagai bidang, daripada meminta bantuan orang lain. Bagi *user*, jika dikerjakan diri sendiri hasilnya lebih baik, maka mereka akan memilih mengerjakannya sendiri.

*h. Unique*

Unik yang dimaksud yaitu memiliki ciri khas tertentu sehingga ketika orang lain melihat produk tersebut, langsung dapat terkesan unik (dari bentuk dan motif).

#### 4.8 Studi Lapangan

##### 4.8.1 Lingkungan Industri Kulit di Magetan

Lingkungan Industri Kecil (LIK) merupakan sebuah tempat berkumpulnya komunitas penyamak untuk melakukan aktifitas penyamakan serta merupakan tempat berlangsungnya proses kemitraan antara komunitas. Penyamak dengan UPT Industri Kulit dan Produk Kulit Magetan. Lokasi LIK terletak di Dusun Tulung Desa Ringinagung Kecamatan Magetan Kabupaten Magetan. Peta Lokasi Lingkungan Industri Kulit (LIK) Magetan terlampir pada lampiran 4.9.

Tabel 4. 13 Tabel Studi Lapangan LIK. Sumber: Laily, 2019

Kegiatan	Foto	Keterangan
Bahan yang akan ditreatment		Kulit berupa kulit nabati dengan ketebalan 8-10 mm, berupa kulit crust yang difinishing awal dengan emboss.
Tempat penyimpanan berbagai zat kimia yang digunakan untuk proses <i>finishing</i> kulit		

<p>samak pada salah satu perusahaan yang berada di dalam Lingkungan Industri Kulit Magetan</p>		
<p>Lokasi penyimpanan di area workshop (bengkel), hanya beberapa botol yang berisi beberapa zat kimia, seperti <i>addesion</i>, <i>lack</i>, pigmen putih, dan lain sebagainya</p>		
<p>Detail isi drum pada lokasi penyimpanan (gudang) pada salah satu perusahaan di Lingkungan</p>		

<p>Industri Kulit (LIK) Magetan</p>		
<p>Proses pencampuran bahan-bahan dilakukan secara manual dengan takaran yang sudah pasti (menggunakan timbangan)</p>		
<p>Proses <i>finishing</i>. Dilakukan pada</p>		<p>Teknisi atau operator akan</p>

<p>drum dengan cara <i>milling</i> (drum diputar beberapa jam menggunakan mesin pendorong),</p>		<p>mengecek setiap beberapa waktu akan kondisi kulit di dalam drum. Jika dirasa kurang akan suatu zat, makan akan ditambah secara manual.</p>
---	--	---

#### 4.8.2 Industri Kulit Warno

Industri Kulit Warno merupakan home industri khusus *reptile* yang berlokasi di Kecamatan Sumberkedawung, Desa Leces, Kabupaten Probolinggo. Didirikan oleh Suwarno, 60 tahun pada tahun 2010 silam. Bahan baku yang diambil berasal dari perusahaan pengeksport daging reptile untuk kebutuhan obat yang berlokasi di Desa Leces juga, bernama Andira. Jenis reptil yang dimaksud yaitu ular, buaya, dan biawak. Pada Industri Kulit Warno, *finishing* yang dilakukan yaitu *pigmented* dan nabati (alami).

Tabel 4. 14 : studi lapangan pada Industri Kulit Warno di Leces, Probolinggo, Jawa Timur. Sumber: Laily, 2019

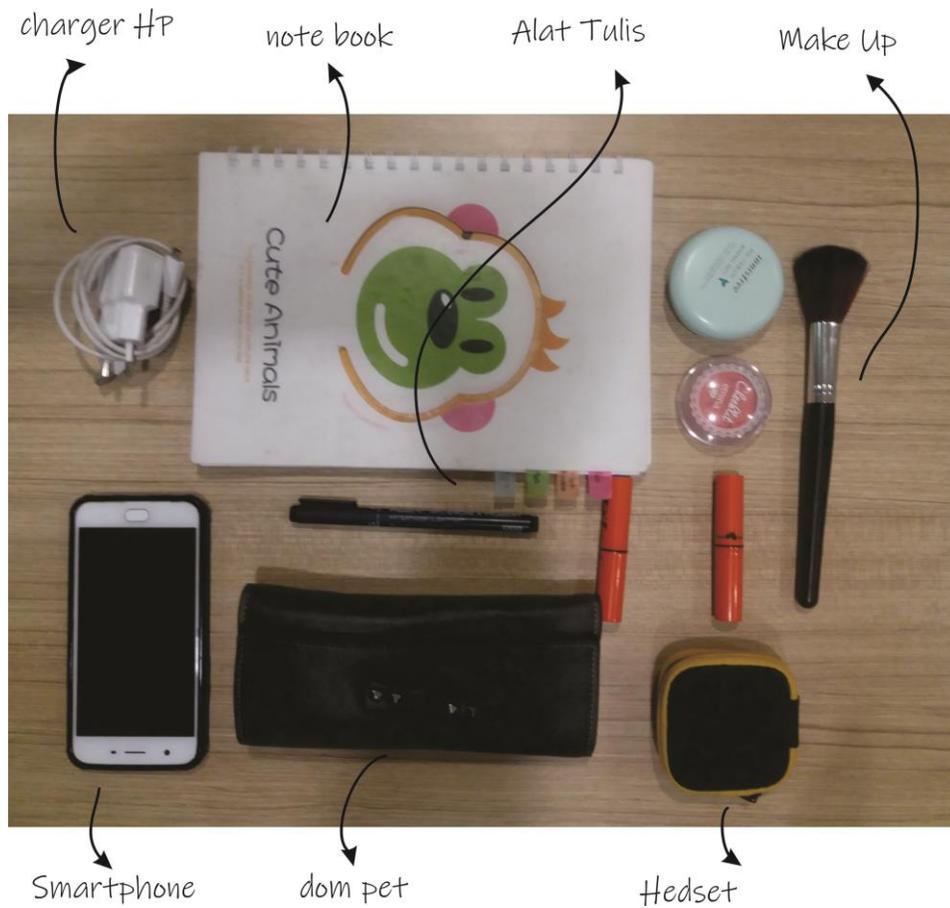
Kegiatan	Foto	Keterangan

<p>Proses <i>Milling</i> kulit, menjadikan kulit setengah matang menjadi kulit matang di dalam drum penggiling.</p>		<p>Kulit akan ditambah dengan beberapa obat untuk mempercepat pematangan kulit di dalam drum. Drum akan berputar secara otomatis selama 4 jam</p>
<p>Proses <i>Buffing</i>, pengampelasan sisa-sisa kotoran seperti daging ataupun benjolan-benjolan yang lain.</p>		<p>Tujuan dari <i>buffing</i> ini yaitu meratakan tekstur kulit yang tidak rata. Beberapa bagian kulit terkadang memiliki ketebalan yang berbeda-beda.</p>
<p>Proses <i>buffing</i> lebih dekat</p>		
<p>Pengentasan kulit yang telah melalui proses <i>finishing</i> dengan</p>		<p>Kulit yang dipigmented dengan cara <i>spray</i> dengan pigmen hitam.</p>

<p>cara <i>pigmented</i> menuju proses penjemuran</p>		
<p>Proses penjemuran</p>		<p>Kulit akan dibentangkan pada sebuah papan dan dipaku pada ujung-ujungnya untuk dijemur selama beberapa waktu.</p>

#### 4.9 Studi Model

Studi model dilakukan untuk menganalisis bentuk, ruang, dan kebutuhan yang diperlukan *user* selama penggunaan tas. *User* yang merupakan wanita pekerja keras, ulet, dan aktif di kesehariannya, membutuhkan sebuah tas yang nyaman dipakai dan memuat semua kebutuhan dasarnya. Berikut beberapa barang dasar kebutuhan *user* yang wajib dibawa di dalam tas:



Gambar 4. 26 daftar barang yang dibawa *user* di dalam tas. Sumber : Laily, 2019

a. Dompet

Dompet berisi beberapa uang tunai, kartu kredit, dan kartu debit. Serta beberapa kartu akses lainnya.

b. Smartphone

Smartphone digunakan untuk komunikasi dengan *client* ataupun komunikasi pribadi. Setiap wanita memiliki jumlah atau merk HP yang berbeda-beda. Namun, *user* desain Tas Eksperimen Kulit ini menggunakan minimal 2 buah HP, dimana masing-masing memiliki fungsi dan kegunaan yang berbeda-beda. Pembagian tersebut berdasarkan kebutuhan *user*. Misalnya Handphone A dengan fitur android untuk komunikasi dengan *client* dan *handphone* B dengan fitur iOS untuk komunikasi pribadi (keluarga, saudara, teman terdekat). Untuk *handphone* pribadi, *user* memilih HP dengan fitur yang lebih lengkap daripada HP yang digunakan untuk komunikasi dengan *client*.

c. Headset

*Headset* digunakan untuk mendengarkan beberapa lagu atau komunikasi saat di mobil atau di luar kantor atau rumah. Di samping itu, *user* memiliki selera tertentu terhadap musik, sehingga musik memungkinkan untuk menjadi *mood booster* bagi *user* dikala jenuh akan pekerjaan.

d. *Note Book* dan alat tulis

*Note Book* digunakan *user* untuk mencatat berbagai informasi penting saat rapat atau di lokasi tertentu. *User* juga sering menuangkan ide-idenya pada *note book* yang selalu dibawanya. Ide-ide akan pekerjaannya biasanya muncul tak terduga di mana saja, sehingga *note book* menjadi media yang sangat penting dalam menuangkan ide tersebut.

e. *Make up*

*User* juga menaruh perhatian lebih pada penampilan, terutama wajah. Tak heran jika *user* selalu membawa *make up* kemana pun *user* pergi. Misalnya ada *meeting* mendadak dengan *client*, *user* akan berdandan di dalam mobil sebelum bertemu dengan *client* tersebut.

f. *Charge HP*

*Charger HP* atau *power bank* menjadi barang yang sangat penting dibawa oleh *user*, mengingat banyak aktifitas *user* yang berada di luar kantor atau rumah, sehingga *power bank* mampu menyelamatkan HP yang sedang *low bat*.

g. Lain-lain

Selain kebutuhan dasar yang telah disebutkan, ada beberapa barang yang juga sering dibawa *user*, namun tidak menjadi barang wajib dibawa, yaitu:

- Obat-obatan

Obat-obatan yang biasanya dibawa *user* antara lain : obat sakit kepala, obat demam, obat alergi, dan vitamin.

- Tab

Meskipun tidak semua *user* membawanya, namun tab juga tidak kalah penting dengan barang-barang dasar. Selain tab, bisa juga laptop atau *notebook*. Ketiga barang tersebut biasa digunakan untuk presentasi pekerjaan kepada *client*.

- Botol Minum

Botol minum menjadi hal yang sangat dibutuhkan *user*, karena *user* seringkali merasa kehausan. Sehingga botol minum menjadi penyelamat utama saat kehausan melanda.

#### 4.10 Studi Bentuk

Studi bentuk digunakan untuk menganalisis kebutuhan bentuk berdasarkan barang-barang yang dibawa *user*. Studi bentuk dilakukan melalui studi *Benchmarking* dari berbagai *branding* tas yang ada.

Tabel 4. 15 *Benchmarking* dari berbagai *brand* tas ternama

No	Gambar	Fitur	Keterangan
1		<p>a. <i>Pouch</i> Gantung  <i>Pouch</i> gantung digunakan untuk menyimpan barang-barang berharga, seperti uang koin, kartu kredit, kartu debit, dan lain sebagainya</p> <p>b. Kantong yang luas.            Jika ada kantong yang luas, user akan menggunakan kantong-kantong tambahan untuk mengelompokkan lagi barang-barang yang dibawa. Misalnya <i>pouch</i> untuk <i>make up</i>, <i>pouch</i> untuk alat ibadah, <i>pouch</i> untuk alat tulis, dan lain sebagainya.</p>	<p>Merk : Fossil            Material dasar: Kulit Sapi 100%            Jenis Tas : hand bag            Kelebihan : Ukuran tas lebar dan luas, sehingga laptop dapat masuk dan mampu memuat lebih banyak barang</p> <p>Kelemahan: Tidak ada klasifikasi kantong, sehingga user harus menambahkan pouch untuk klasifikasi berbagai barang lainnya</p>

2		<p>a. Kantong Tanam Kantong tanam ini terkesan lebih rapih</p> <p>b. 3 Slot 3 slot tersebut terdiri dari 2 kantong berkapasitas paling besar dan sama, dan 1 kantong berupa kantong yang paling ramping dan hanya mampu memuat dokumen atau kertas</p>	<p>Merk : Coach</p> <p>Material dasar: Kulit sapi</p> <p>Jenis Tas : Hand Bag</p> <p>Kelebihan : terdapat banyak kantong, sehingga mudah dalam pengelompokan barang-barang dan tidak memerlukan <i>pouch</i> tambahan lagi</p> <p>Kelemahan : Desain terlalu ringkih, sehingga terkesan murah</p>
3		<p>a. Kantong luar di kedua sisi</p> <p>b. Kantong Tanam</p> <p>c. Kantong utama</p>	<p>Merk: Fossil</p> <p>Kelebihan : ekstra kantong di luar, sehingga memudahkan menyimpan barang-barang yang sering dibutuhkan (smartphone, uang koin, make up)</p>

## 4.8 Analisis Bisnis

Analisis berupa tabel bisnis canvas dan HPP pembuatan tas

The Business Model Canvas		Designed by:	Date:	Version:
<b>Key Partners</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tim Branding dari konsultan Branding</li> <li>- Penjahit tas Gresik dan Tanggulangin (Pak Hengky)</li> <li>- Supplier accessories tas dari Gwangzu, China</li> <li>- Marketer planner (Pak Arif)</li> <li>- Investor (Pak Arif)</li> <li>- Supplier box dan packaging di Mulyosari – Surabaya.</li> <li>- Jasa pengiriman barang dan Media transaksi online (Shopee.com)</li> </ul>	<b>Key Activities</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain tas setiap hari</li> <li>- Pemilihan bahan</li> <li>- Proses produksi</li> <li>- Testing Produk</li> <li>- Produksi ikian (foto produk, branding identity, dan sebar konten</li> <li>- Proses penjualan dan marketing</li> </ul>	<b>Value Propositions</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain Custom (Request Desain)</li> <li>- Desain Motif yang Handmade dan sanagt susah ditiru</li> <li>- Full Kulit sapi</li> <li>- Sertifikat Keaslian</li> <li>- Sesuai trend kulit , warna, dan model terbaru skala Internasiona yang telah dikeluarkan oleh perusahaan terpercaya</li> </ul>	<b>Customer Relationships</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Garansi Perbaikan dan sertifikat keaslian</li> <li>- Bonus untuk Pelanggan tetap (Bonus produk atau pelayanan dan diskon)</li> </ul>	<b>Customer Segments</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ibu-ibu muda sosialita yang gemar berselancar di sosial media, kumpul dengan teman-teman dalam kelompok arisan, shopping holic, dan gila brand.</li> <li>- Wanita karir usia 20-70 tahun</li> <li>- Anak Muda yang peka terhadap trend terbaru usia 20-35 tahun</li> </ul>
<b>Key Resources</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pabrik kulit lokal di Jawa Timur (Banyuwangi, Malang, Sidoarjo, Probolinggo, dan Magetan)</li> <li>- Penjahit tas berpengalaman di Gresik</li> <li>- Bahan Kimia di perusahaan kimia kulit di Magetan</li> </ul>	<b>Channels</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Website yang menjadi market pasar</li> <li>- Relasi Terdekat</li> <li>- Advertising</li> <li>- Online Market</li> </ul>	<b>Revenue Streams</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accessories tas</li> <li>- Dompot, dan produk kulit lainnya</li> <li>- Custom motif</li> </ul>		
<b>Cost Structure</b>				

Gambar 4. 27 gambar bagan *bisnis canvas*

Tabel 4. 16 Harga Pokok Produksi tas

No	Nama	Harga Satuan	Jumlah	Total	Keterangan
1	Transportasi				untuk 1 desain
	a. Penjahit	50000	3	150000	
	b. Accessories	25000	1	25000	
	c. Material	30000	1	30000	
				0	
	Bahan baku dasar (kulit sapi)			0	
2	a. Office Bag	205000	1	205000	untuk 1 tas
	b. Sling Bag	175000	1	175000	
	c. Handbag	100000	1	100000	
				0	
3	Material motif			0	untuk 1 tas
	a. Office Bag			0	
	Kulit	110000	1	110000	
	Coloring	65000	1	65000	
	b. Sling Bag			0	
	Kulit	55000	1	55000	
	Coloring	50000	1	50000	
	c. Hand Bag			0	
	Kulit	102000	1	102000	
	Coloring	25000	1	25000	
				0	
4	Accessories			0	untuk 1 tas
	a. Office Bag	20000	1	20000	
	b. Sling Bag	45000	1	45000	
	c. Hand Bag	15000	1	15000	
				0	
5	Ongkos Jahit			0	untuk 1 tas
	a. Office Bag	250000	1	250000	
	b. Sling bag	175000	1	175000	

	c. Hand Bag	350000	1	350000	
				0	
6	Packaging			0	untuk 1 tas
	a. Tas Serut	8000	1	8000	
	b Box	35000	1	35000	
	c Paper Bag	30000	1	30000	
				0	
7	Branding identity	6500	1	6500	
				0	
8	Branding			0	Dalam 1 bulan
	a. Endorsement	1250000	4	5000000	
	b. Iklan sosmed	500000	4	2000000	
	c. Hadiah	500000	4	2000000	
				0	

#### Harga Pokok Produksi (HPP)

##### a. Office Bag

o Transportasi	= RP 205.000,-
o Bahan baku Dasar	= Rp 205.000,-
o Material Motif	= Rp 175.000,-
o Accessories	= Rp 20.000,-
o Ongkos Jahit	= Rp 250.000,-
o Packaging	= Rp 73.000,-
o Branding	= Rp 366.000,-
<b>Total</b>	<b>= Rp 1.294.000,-</b>

##### b. Sling Bag

a. Transportasi	= RP 205.000,-
b. Bahan baku Dasar	= Rp 175.000,-
c. Material Motif	= Rp 110.000,-
d. Accessories	= Rp 45.000,-

e. Ongkos Jahit	= Rp 175000,-
f. Packaging	= Rp 73.000,-
g. Branding	= Rp 366.000,-
Total	= Rp 1.149.000,-

c. Hand Bag

a. Transportasi	= RP 205.000,-
b. Bahan baku Dasar	= Rp 100.000,-
c. Material Motif	= Rp 127.000,-
d. Accessories	= Rp 15.000,-
e. Ongkos Jahit	= Rp 350.000,-
f. Packaging	= Rp 73.000,-
g. Branding	= Rp 366.000,-
Total	= Rp 1.236.000,-

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## BAB 5

### KONSEP DESAIN DAN PENGEMBANGAN DESAIN

#### 5.1 Konsep Desain

Konsep desain merupakan hasil dari pemikiran desainer dalam memberikan solusi atas permasalahan desain berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Setelah melalui beberapa tahapan riset dan analisis didapatkan poin-poin yang akan dikembangkan menjadi sebuah konsep desain. Adapun konsep desain yang telah dirumuskan adalah sebagai berikut.

##### 5.1.1 Konsep Desain untuk Karakter Desain yang Ingin Ditonjolkan

###### a. Elegant

Pasar untuk desain ini merupakan orang-orang golongan menengah ke atas yang memiliki jabatan dan pamor di masyarakat. Mereka akan memilih desain-desain yang bisa menaikkan strata mereka di depan client atau masyarakat. Desain yang elegant merupakan desain yang paling pas untuk tipe pasar atau user seperti itu.

###### b. Long Lasting

Tas yang digunakan user memiliki harga yang di atas rata-rata. Otomatis mereka akan memilih tas yang memiliki tingkat durable yang tinggi karena kualitasnya. Durable yang dimaksud yaitu lebih tahan panas, jahitan tahan lama, lebih tahan tekukan, cat tidak mudah luntur, dan lebih tahan terhadap kutu maupun jamur.

###### c. Exclusive

Tas yang didesain menggunakan desain motif yang limited edition. Beberapa motif hanya ada di beberapa tas saja.

##### 5.1.2 Konsep Desain Berdasarkan Permasalahan

###### d. Unik

Selama ini, kualitas kulit yang digunakan untuk produk yang dengan pasar menengah ke atas, memiliki harga yang fantastis. Belum ada jenis kulit dengan kualitas di bawah (top grain atau di bawahnya lagi) memiliki pasar yang menengah ke atas. Oleh

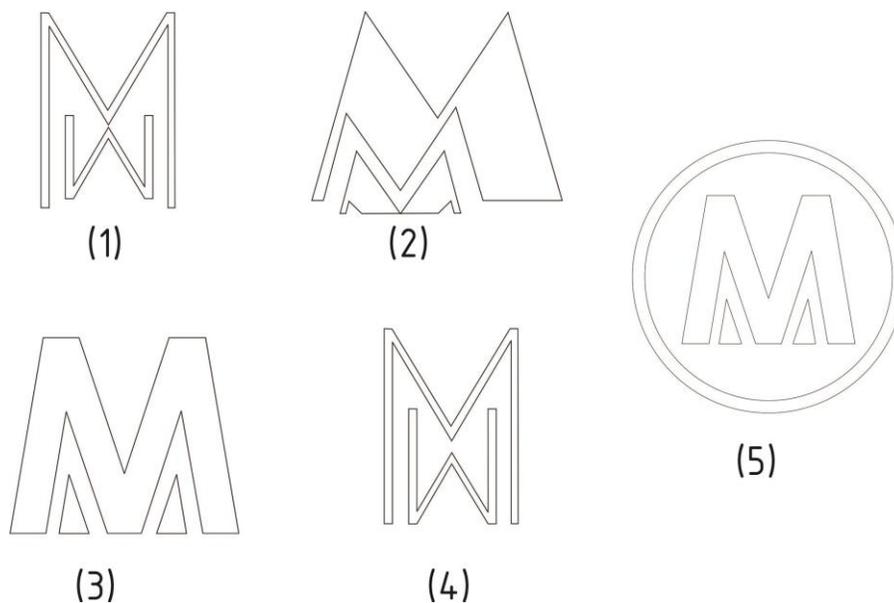
karena itu, dengan mendesain ulang dan *treatment* ulang kualitas kulit tingkat B, akan menghasilkan desain-desain unik dan dapat menaikkan status kulit menjadi yang berkelas

## 5.2 Konsep Branding

Dalam dunia *fashion* diperlukan sebuah pengembangan konsep yang dapat memperkenalkan produk kepada *user* dengan tepat sasaran.

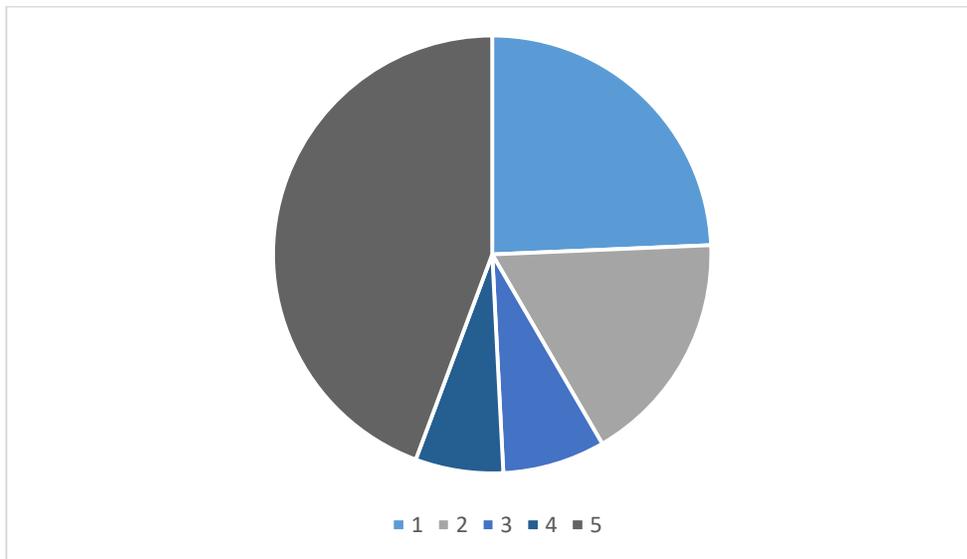
### 5.2.1 Logo Produk

Dalam pemberian merk, dipilih sebuah nama yaitu MW, yang merupakan kepanjangan dari Most Wanted. Most Wanted memiliki makna yang paling dicari, atau yang paling diminati. Pemilihan diksi bahasa Inggris, menjadi tujuan dari brand MW untuk tembus ke kancah Internasional. Penamaan MW juga mempertimbangkan kemudahan penyingkatan sehingga melekat di benak masyarakat, M bisa dibalik menjadi W, begitu sebaliknya. Berikut beberapa desain MW dan hasil respondennya.



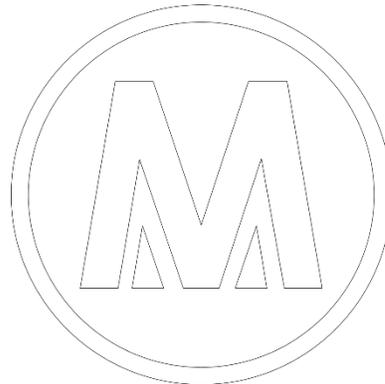
Gambar 5. 1 Jenis Logo untuk Most wanted

Dari beberapa desain logo, dipilih satu logo menurut 15 responden, yaitu :



Grafik 5.1 persentase responden dalam pemilihan logo

Dari hasil tersebut, didapat responden yang mayoritas memilih nomor 5 sebagai logo Most Wanted. Nomor 5 diyakini memiliki lambang yang lebih dinamis dan fleksibel dengan trend dan kebutuhan user, karena terdapat lambang lingkaran di luarnya.



Gambar 5.2 Desain logo yang dipilih

Aplikasi logo tersebut akan digunakan pada accessories tas, logo tas, cetak *packaging*, serta *nametag* ataupun *pricetag*. Berikut beberapa percobaan penempatan logo dengan berbagai bahan.

Tabel 5.1 *Eksperiment* citra material logo

NO	Gambar	Bahan	Catatan
1	 <p data-bbox="386 573 766 653">Gambar 5. 3 logo dengan bahan akrilik. Sumber: Laily, 2019</p>	Akrilik	<p data-bbox="1076 212 1312 955">Dalam aplikasi menggunakan akrilik ini, didapat ketimpangan material, dimana bahan yang digunakan untuk pembuatan tas adalah kulit asli, namun jika menggunakan bahan selain alam, menjadi tidak selaras</p>
2	 <p data-bbox="386 1377 766 1457">Gambar 5. 4 logo dengan bahan kulit sapi. Sumber: Laily, 2019</p>	Kulit Sapi	<p data-bbox="1076 982 1312 1396">Aplikasi menggunakan material kulit sapi, sangat diminati oleh responden karna menggunakan bahan alam asli.</p>
3.			<p data-bbox="1076 1507 1312 1816">Aplikasi menggunakan material <i>stainless steel</i>, masih belum berhasil, karena mesin</p>

	<i>Stainless Steel</i>	yang digunakan ( <i>laser cutting</i> ) untuk memotong material, belum mampu membuat bentuk sesuai yang diinginkan.
<p>Gambar 5. 5 logo dengan bahan <i>stainless steel</i>. Sumber: Laily, 2019</p>		

Kesimpulan : Aplikasi logo pada tas akan menggunakan material alam, yaitu kulit asli, sehingga kualitas dan kerapihan terjamin. Selain itu, responden juga menyukai bahan alam, yaitu kulit.

### 5.2.2 Pencitraan Merk

Pencitraan branding digunakan agar branding lebih dikenal di kalangan yang lebih luas. Berbagai cara digunakan untuk membuat produk lebih dikenal, yaitu:

a. Mengikuti *Event Fashion*

Bergerak di industry fashion, diartikan harus memiliki pengetahuan yang luas seputar perkembangan, pergerakan, dan konsumen dari produk *fashion* itu sendiri. Berbagai cara dapat dilakukan untuk memiliki informasi yang dibutuhkan, salah satunya mengikuti acara-acara *fashion* yang ada di dalam maupun luar negeri. Dengan mengikuti acara-acara tersebut, desainer akan memiliki pandangan dan pengalaman dari desainer yang lain dalam mengembangkan desain yang sedang dirancangnya. Untuk acara *fashion* yang harus diikuti para desainer yaitu Indonesia Fashion Week, Jakarta Fashion Week, Surabaya Fashion Week. Ketiga acara tersebut menjadi ajang berkumpulnya para desainer dan pelaku industri kreatif.

b. Kerjasama

Kerjasama dengan beberapa merk yang lebih terkenal akan membantu menaikkan pamor MW. Kerjasama bisa dalam berbagai bentuk, misalnya kolaborasi dalam satu *frame*

pemotretan, sehingga tag nama MW tercantum dalam foto yang diposting oleh merk terkenal tersebut.

c. Mengikuti Pameran Nasional dan Internasional

Pameran nasional maupun internasional sangat dibutuhkan untuk unjuk kebolehan dalam menjangkau pasar. Pameran juga bisa digunakan untuk testing produk yang akan di launching. Jika banyak peminat, maka produk dapat dikatakan lolos uji pasar. Pameran Nasional maupun Internasional antara lain : Dekranasda Jawa Timur, Dekranasda Nasional, Jatim Fair, Trade Expo Indonesia, dan lain sebagainya.

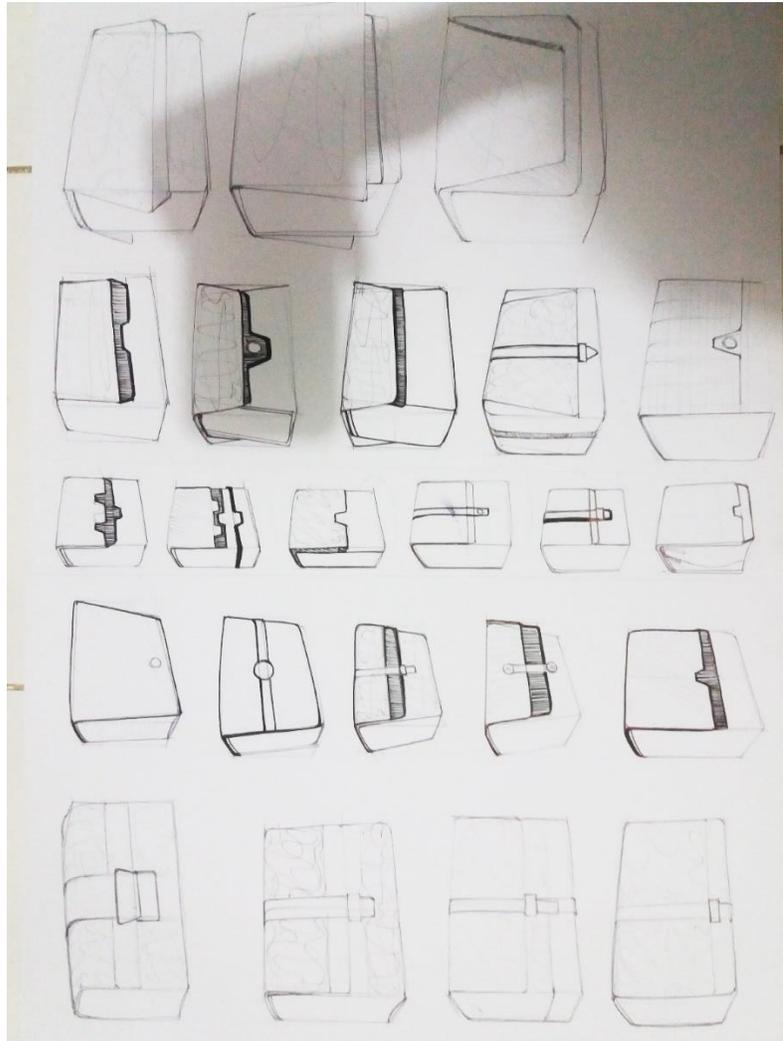
d. Beriklan

Beriklan di sosial media maupun media market lain seperti menjadi sponsor suatu kegiatan atau di media cetak.

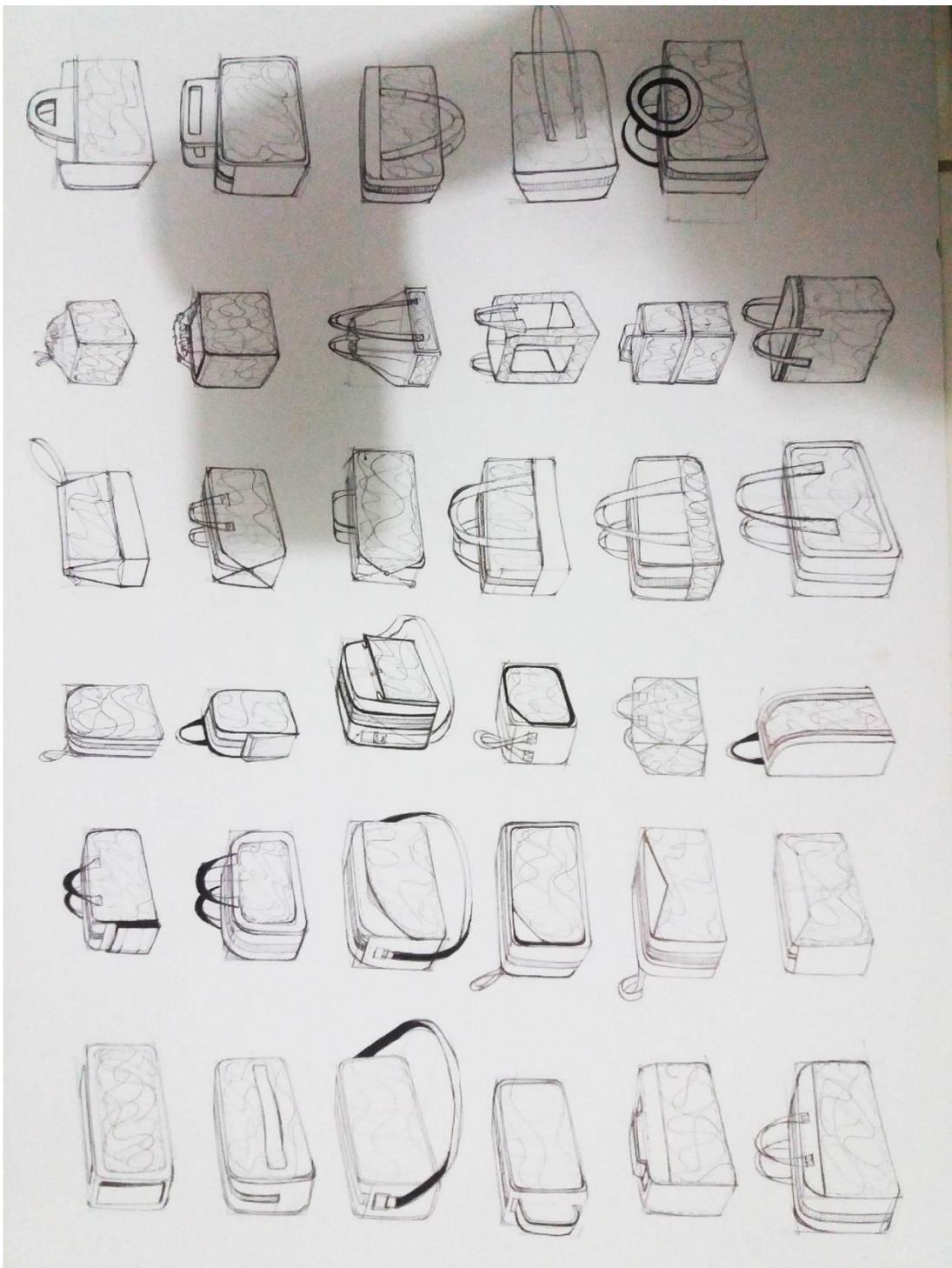
## **5.4 Studi dan Alternatif Desain**

Studi dan Alternatif dimulai dari sketsa *brainstorming* hingga membuat 3d model.

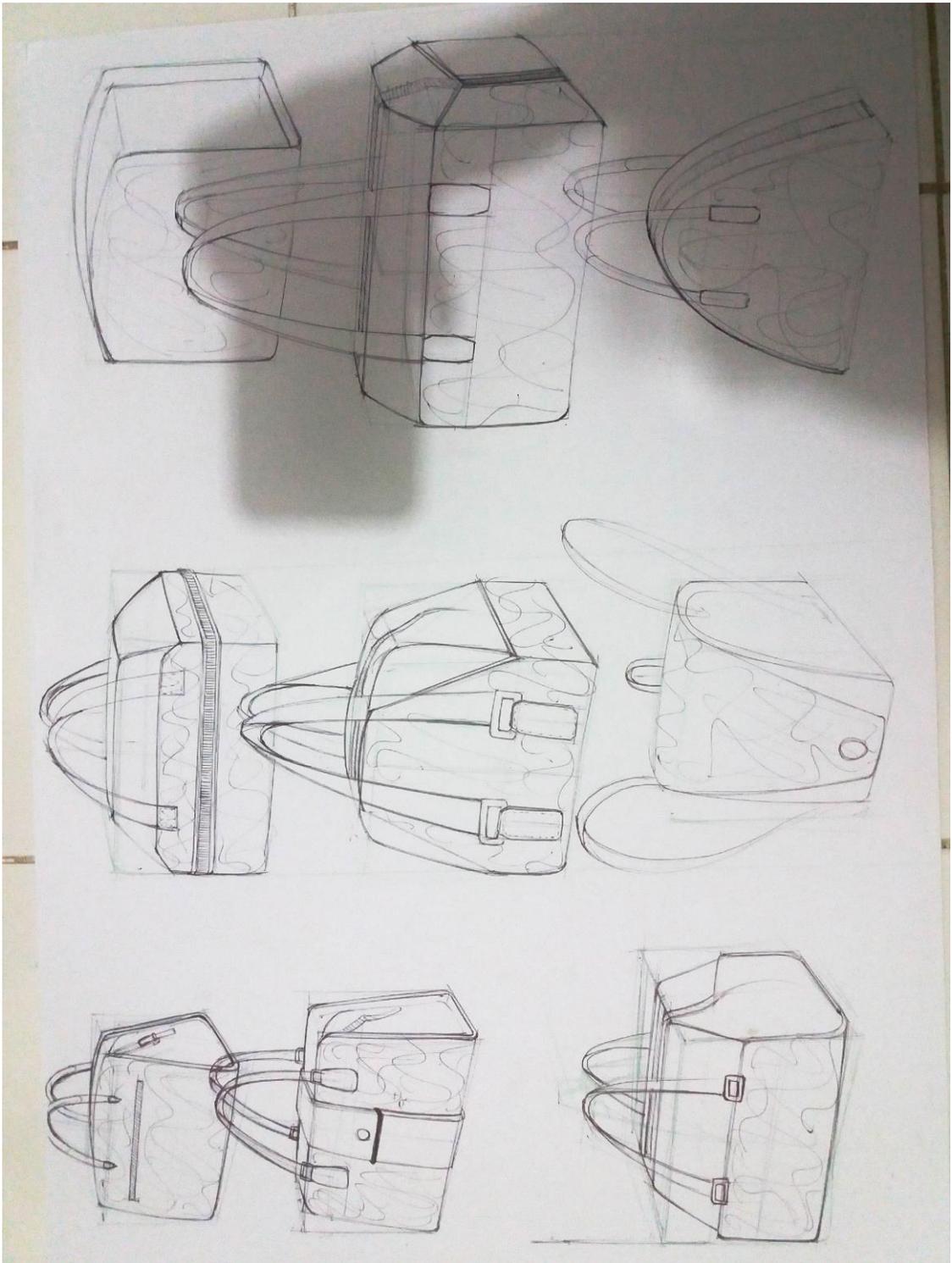
### **5.4.1 Brainstorming (Thumbnail)**



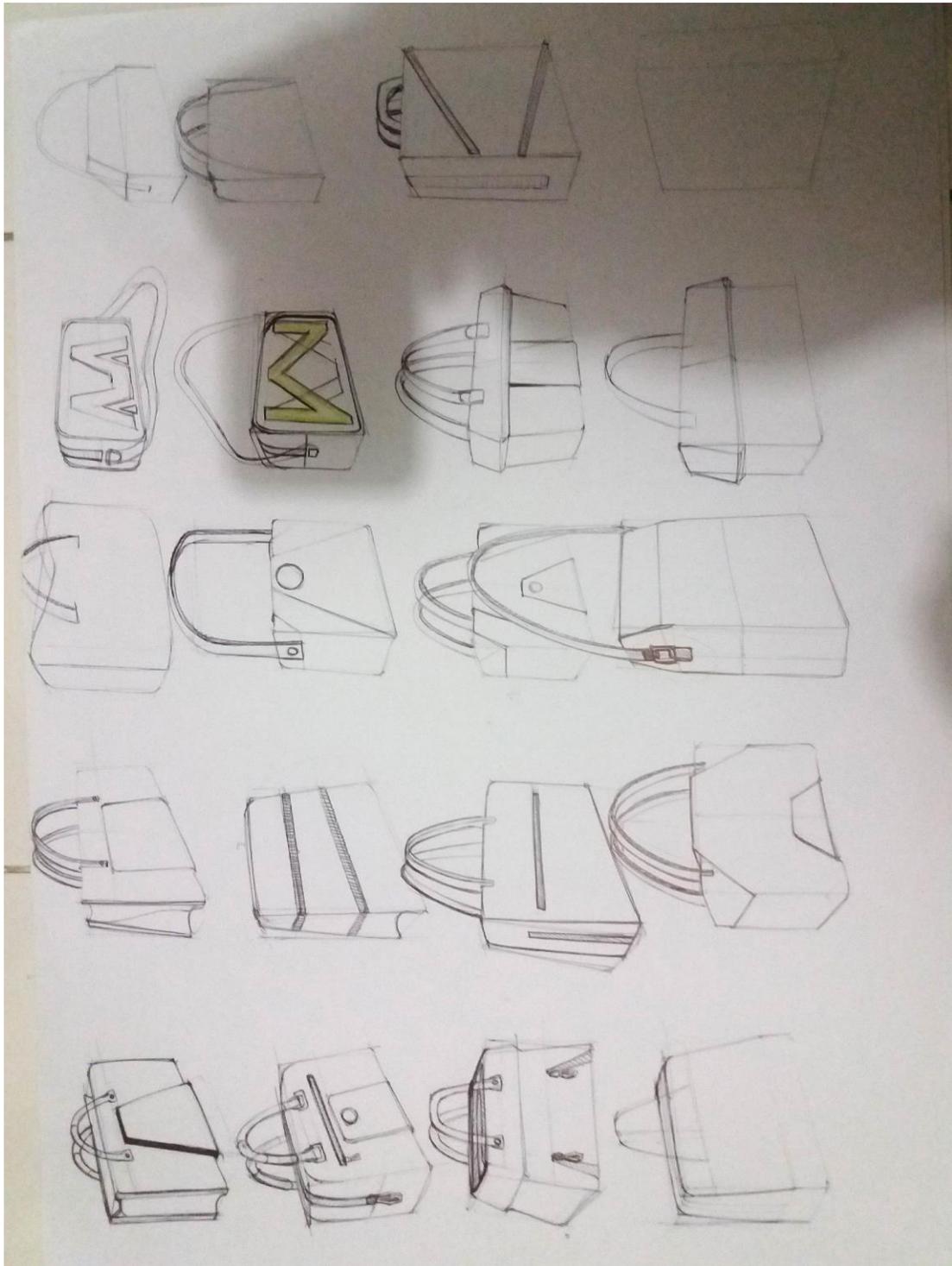
Gambar 5. 6 *Thumbnail brainstorming*. Sumber: Laily, 2019



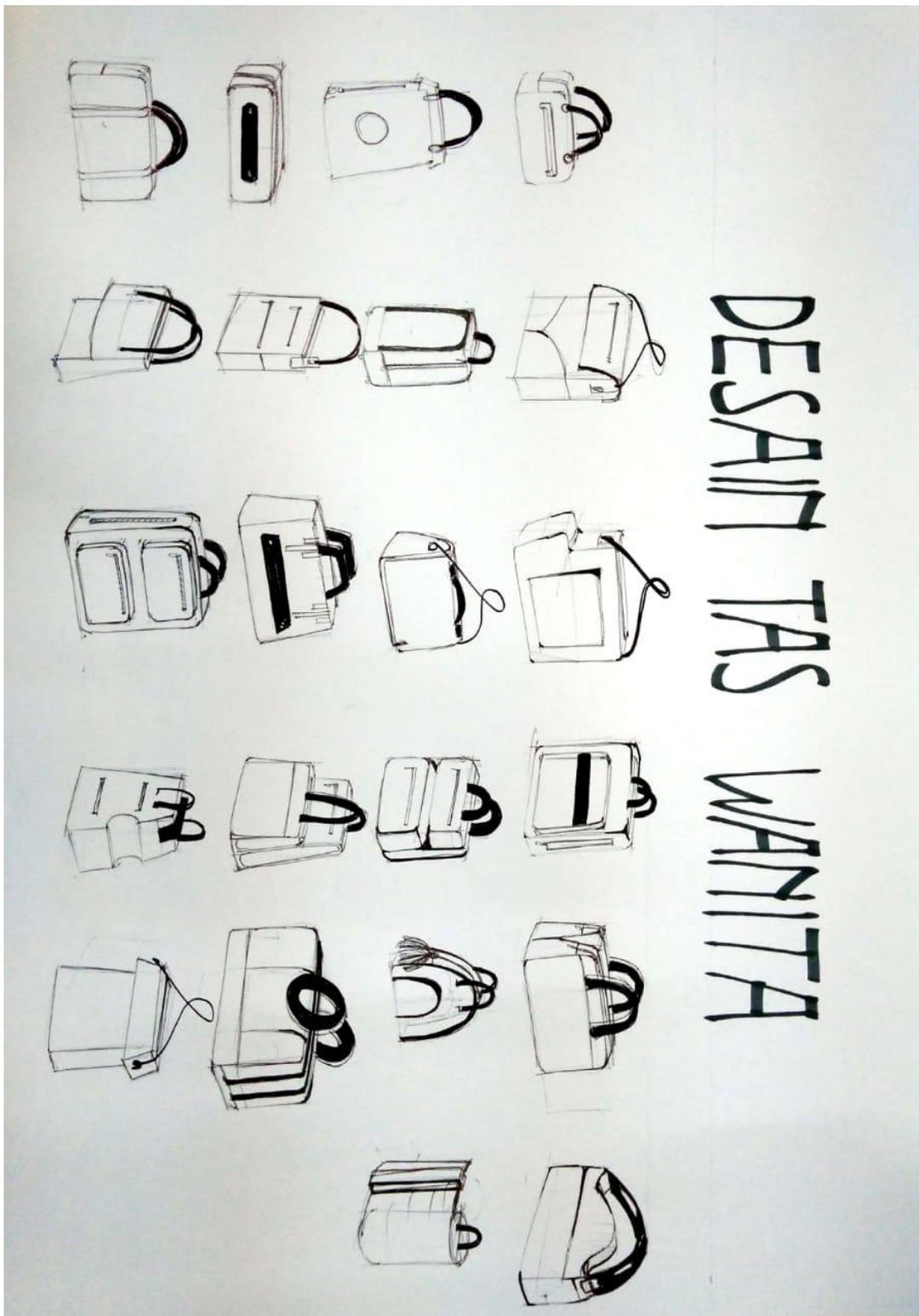
*Gambar 5. 7 Thumbnail brainstorming. Sumber: Laily, 2019*



*Gambar 5. 8 Thumbnail brainstorming. Sumber: Laily, 2019*



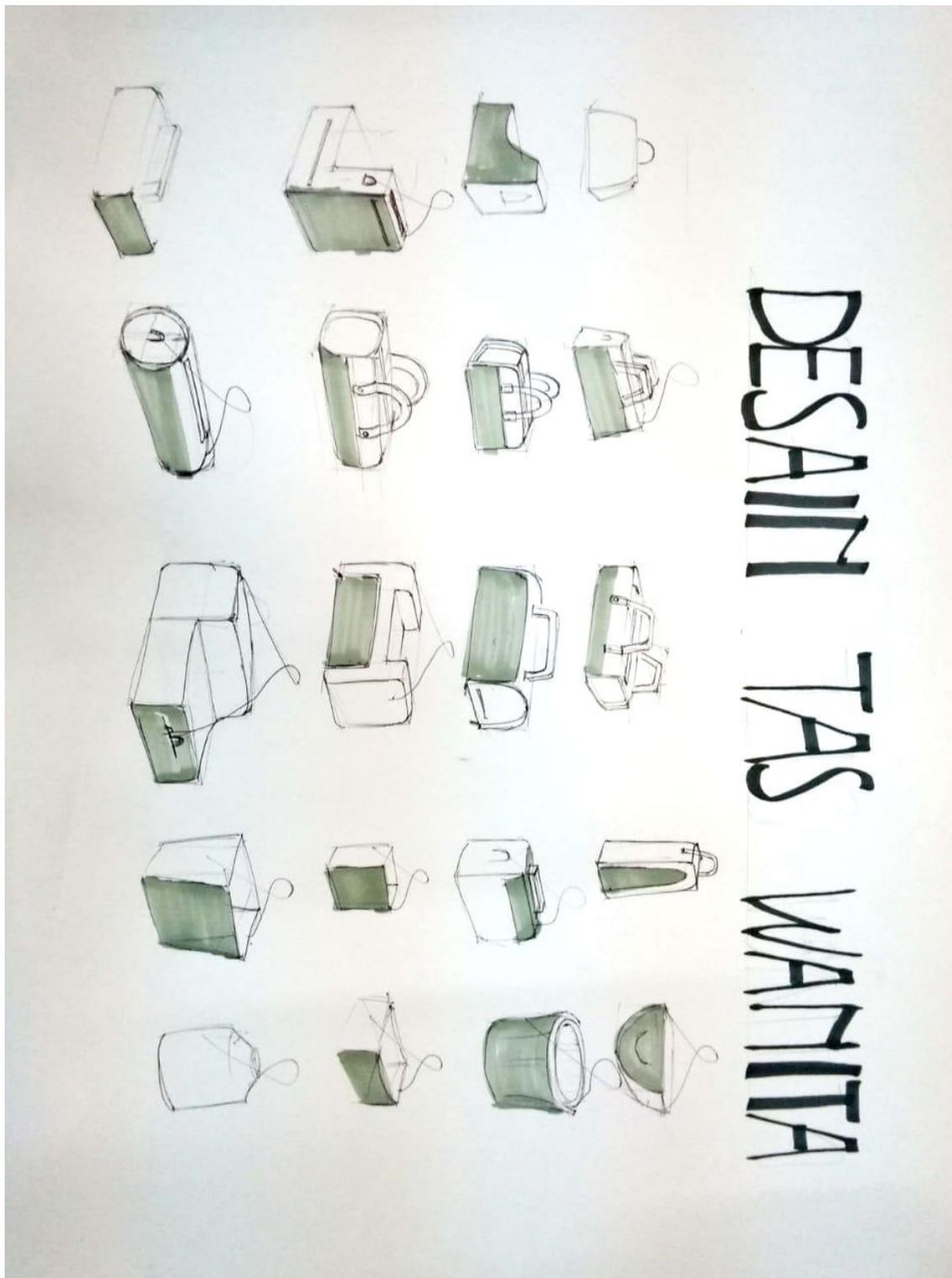
Gambar 5. 9 *Thumbnail brainstorming*. Sumber: Laily, 2019



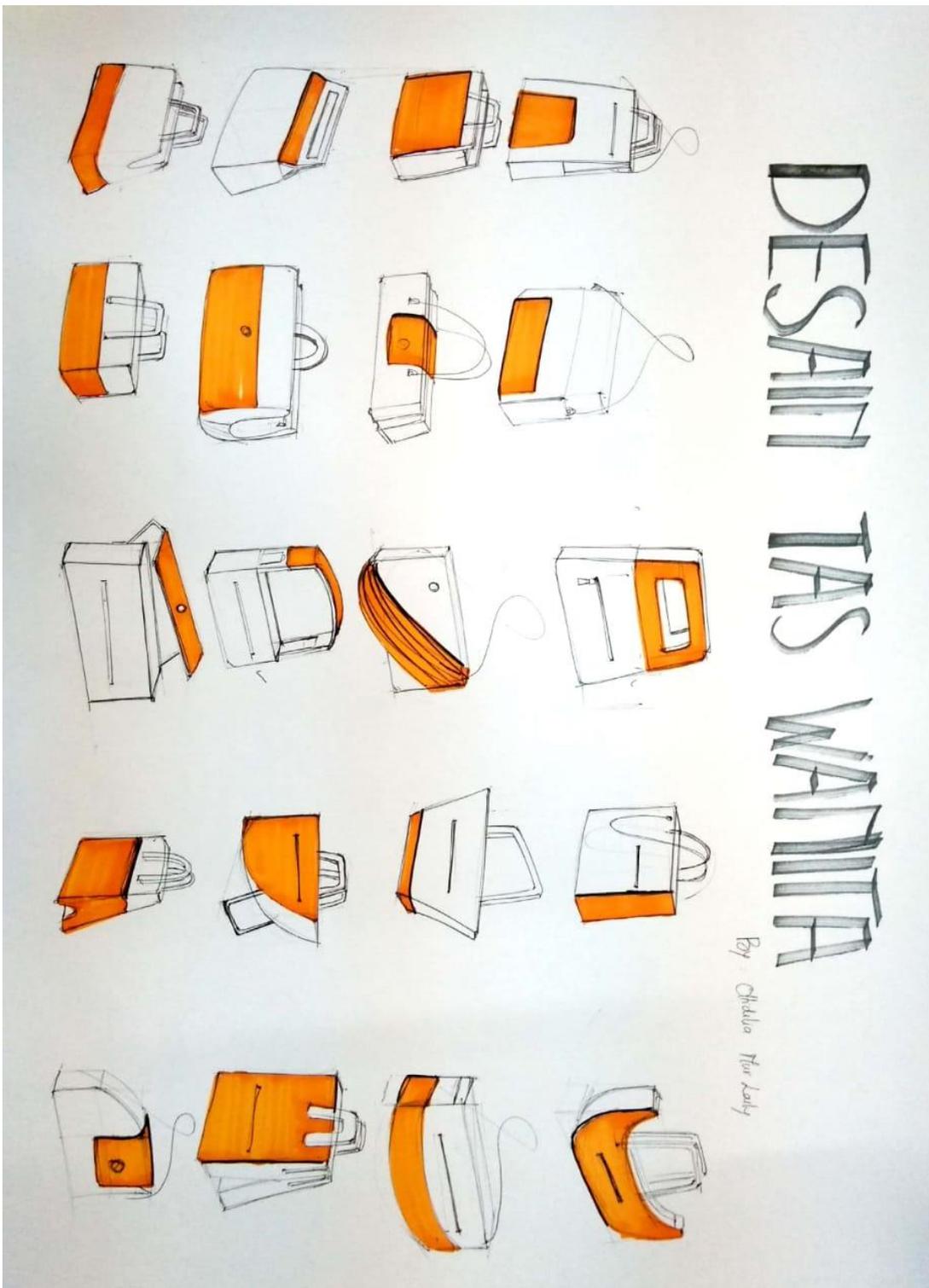
Gambar 5. 10 *Thumbnail brainstorming*. Sumber: Laily, 2019



Gambar 5. 11 *Thumbnail brainstorming*. Sumber: Laily, 2019

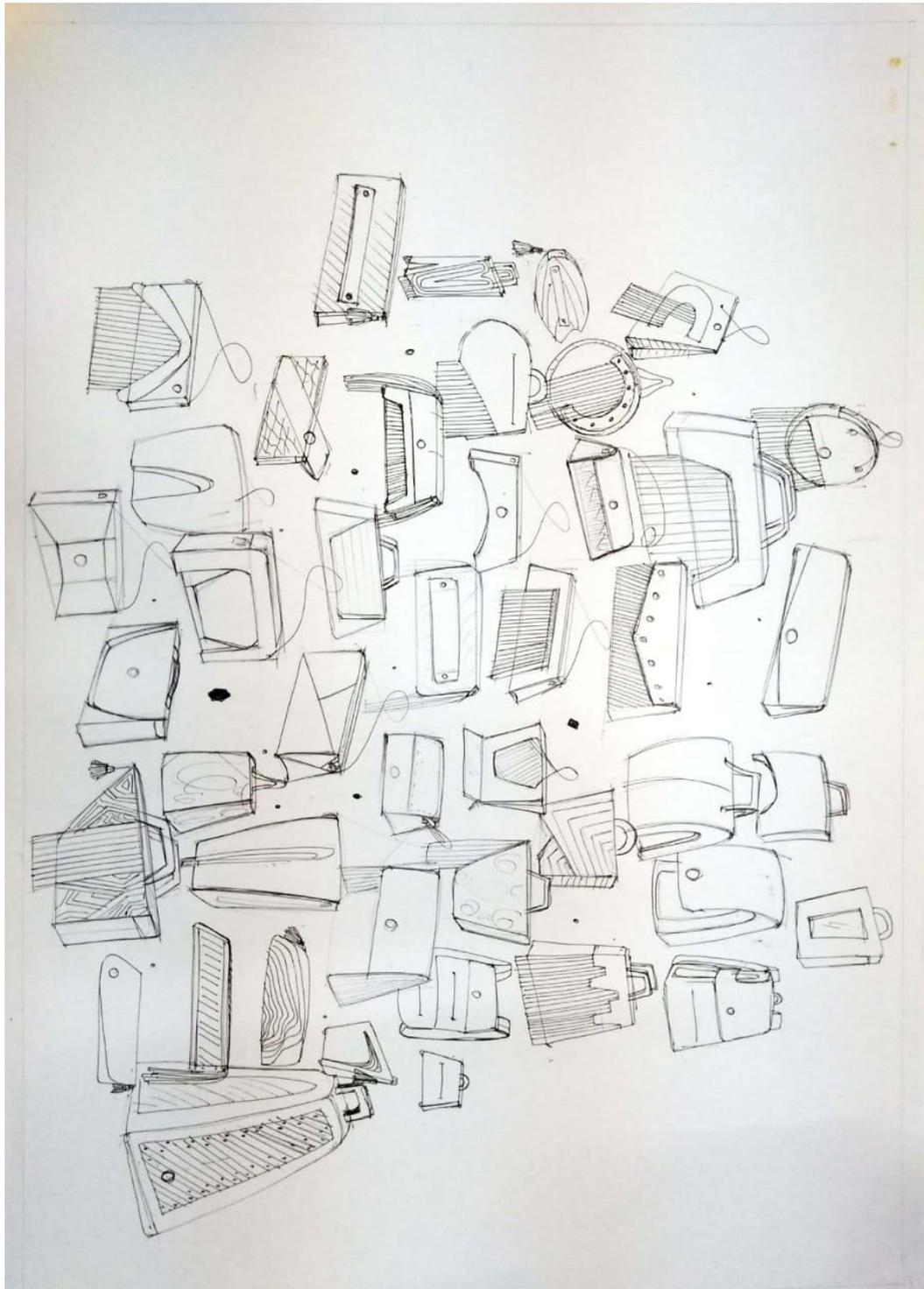


Gambar 5. 12 *Thumbnail brainstorming*. Sumber: Laily, 2019



Gambar 5.

13 Thumbnail brainstorming. Sumber: Laily, 2019



Gambar 5. 14 *Thumbnail brainstorming*. Sumber: Laily, 2019

### 5.4.2 Alternatif

Terdapat beberapa alternatif yang telah didesain dengan teknik tarik benang, *bleaching*, dan tuang cat. Berikut ketiga alternative tersebut

#### a. Alternatif 1

Alternatif pertama menggunakan acuan dari *trend forecasting* Louis Vuitton Pre-Spring 2018/2019. Tas yang dibuat berupa Hand Bag dengan bahan kulit crust kulit yang masih disamak 60% dan kuli sapi hasil samak dengan *finishing pigmented*. Motif yang digunakan menggunakan metode tarik benang dengan material cat pigmen kulit.



Gambar 5. 15 3D Model alternative 1. Sumber: Laily, 2019

Alternatif 1 tersebut telah dibuat *prototype* dengan bahan dari kulit yang asli. Berikut hasil dari *prototype* Alternatif 1. Dalam pembuatan *prototype* tersebut masih memerlukan beberapa perbaikan, seperti kualitas dari *accessories* (ritsleting, ring, dan gantungan). Kerapihan dari jahitan juga perlu dirombak, karena jarak jahit antar sisi tidak sama.

Dalam gambar urai tersebut, terdapat beberapa item yang ada di desain alternatif 1, antara lain *handle*, ring, dalaman tas, lapisan pertama, lapisan kedua, dan ritsleting tas.



Gambar 5. 16 : *Prototype alternative 1*. Sumber: Laily, 2019

b. Alternatif 2

Alternatif dua ini merupakan jenis Sling Bag yang bernama Dreamy Forest, dimana tas tersebut dapat digunakan pada acara santai maupun formal. Desainnya yang unik dan classy, membuat Dreamy Forest padu dalam kegiatan sehari-hari maupun formal (rapat, meeting, dan lain sebagainya)



Gambar 5. 17 *3D Model alternative 2*. Sumber: Laily, 2019

d. Alternatif 3

Alternatif ketiga merupakan *hand bag* dimana memiliki dua penutup tas. Alternatif ketiga terbuat dari kulit sapi asli dengan *eksperiment* tuang cat. Berikut desain dari Alternatif tiga:



Gambar 5. 18 :3D Model alternative 3. Sumber: Laily, 2019

## 5.5 Final Desain

Final Desain merupakan desain akhir yang dipilih . Berikut beberapa dokumentasi final desain :



Gambar 5. 19 Foto Model untuk *Advertising final desain*. Sumber: : Laily, 2019



Gambar 5. 20 : *3D Model Final Desain*. Sumber: Laily, 2019



Gambar 5. 21 Gambar urai *Final desain*. Sumber : laily, 2019



Gambar 5. 22 Gambar *Prototype Final Desain*. Sumber : Laily, 2019

*Final* desain berupa *hand bag* dengan *eksperiment* tarik benang dan menggunakan kulit crust, atau kulit setengah matang (60%).

## 5.6 Model

Dalam model desain, beberapa aplikasi penempatan dan jenis tas telah dicoba. Antara lain:

### 5.6.1 *Office Bag* / Tas Kerja



Gambar 5. 23 Model *Office Bag* dengan 2 kantong depan dan belakang yang menjadi varian dari Most wanted. Sumber : Laily. 2019

Dalam varian office bag ini, dapat digunakan untuk kerja atau aktifitas yang membutuhkan tas besar untuk menampung laptop, ipad, tablet, dokumen, maupun buku besar. Ukuran dari ruang laptop yang ada pada *office bag* yaitu maksimal 13.5 inchi. Sedangkan sisi lain terdapat slot untuk beberapa kartu, slot untuk buku kecil, dan bolpoin. Lapisan dalam tas menggunakan kulit kambing sebagai lining. Penggunaan kulit kambing dimaksudkan agar ketahanan dan keawetan tas lebih terjaga. Varian dari *office bag* itu sendiri ada 2, dengan 2 kantong depan dan belakang, dan varian lainnya dengan 1 kantong di depan saja.



Gambar 5. 24 Varian dari *Office Bag* dengan 1 kantong di depan dan terdapat ritsleting. Sumber :  
Laily, 2019

### 5.6.2 Sling Bag

Sling Bag merupakan tas santai yang memiliki tali panjang sebagai metode penggunaan tas.



*Gambar 5. 25 Gambar Model Sling Bag varian 1*



Gambar 5. 26 dimensi tas. Sumber : Laily, 2019



Gambar 5. 27 dimensi tas. Sumber : Penulis

Aplikasi *eksperiment* pada tas *casual* ada dua macam. Tas pertama teraplikasi penuh pada bagian depan dan belakang, dan ada juga yang memiliki border di samping-sampingnya



Gambar 5. 28 Gambar Sling Bag varian 2. Sumber : Laily, 2019



Gambar 5. 29 dimensi tas. Sumber : Laily, 2019



Gambar 5. 30 dimensi tas. Sumber : Laily, 2019

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 KESIMPULAN

- a. Dari hasil *eksperiment* yang telah dilakukan, berikut komparasi antara tas *eksperiment* dengan produk eksisting brand terkenal.

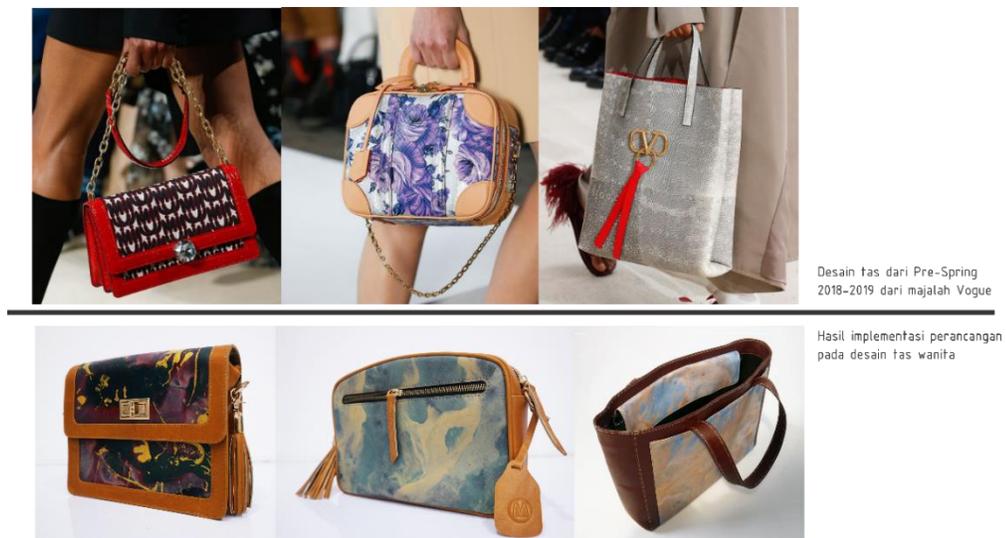
Tabel 6 1 Tabel komparasi Tas Merk Internasional Menggunakan kulit *grade* A, dengan kulit *grade* B hasil implementasi perancangan

NO	Tas Kulit Grade A	Keterangan	Tas Kulit Grade B	Keterangan
1		<p>Tas jenis collector edition ini, merupakan tas dari merk Fossil yang limited edition. Menggunakan material utama kulit sapi full grain dengan ketebalan 1,8 mm. Bagian dalam memiliki 3 kantong utama, yaitu kantong koin (resleting), kantong handphone, dan kantong paling besar yang muat untuk berbagai</p>		<p>Tas jenis office bag ini menggunakan bahan kulit sapi dengan ketebalan 1,8 mm (lapisan dasar) dan 0,8 mm (implementasi motif). Terdiri dari 4 kantong utama yang terdiri dari kantong laptop, kantong kartu nama, kantong handphone, dan kantong</p>

		keperluan seperti dompet, pouch make up, laptop.		utama yang muat untuk berbagai keperluan .
2		<p>Tas jenis handbag ini bisa juga sebagai sling bag dengan optional tali panjangnya. Menggunakan material utama kulit sapi full grain tebal 1,8 mm, tas ini memiliki kantong luar dan dalam.</p>		<p>Jenis tas sling bag ini digunakan untuk kegiatan yang santai. Juga memiliki kantong luar yang bisa digunakan untuk menyimpan koin.</p>
3		<p>Tas merk fossil ini menggunakan kualitas kulit full grain tebal 0,8 mm. Memiliki 3 ruang tas yang memiliki beda fungsi. Tas jenis ini jenis handbag</p>		<p>Tas jenis sling bag ini menggunakan tutup dan 1 ruang tas saja. Implementasi motif yang hamper 80%, mampu</p>

		<p>dan juga sling bag dengan optional tali panjangnya.</p>		<p>membuat tampak tas ini lebih menonjol.</p>
--	---	--	--	---

Pada tabel komparasi di atas, didapatkan perbedaan antara produk eksisting dengan hasil implementasi perancangan. Dari segi bentuk, mayoritas tas merk internasional memiliki multifungsi penggunaan, seperti bisa digunakan sling bag ataupun handbag sekaligus, namun untuk hasil implementasi perancangan, masih menggunakan 1 fungsi saja. Tas merk Internasional memiliki identitas branding yang kuat, misalnya gantungan aksesoris yang khusus menamai merk tersebut, *custom* aksesoris, dan lain sebagainya. Sedangkan tas hasil implementasi perancangan masih belum mampu membuat identitas branding selain emboss logo. Berikut juga terdapat komparasi desain antara tas hasil implementasi perancangan dengan tas-tas yang keluar sebagai trend terbaru.



Gambar 6 1 komparasi desain tas menurut *trend forecasting* dari majalah Vogue pada pre-spring 2018-2019

Dari komparasi desain di atas, didapat bahwa desain hasil perancangan telah sesuai dengan trend desain tas terbaru yang telah terbit. Hal tersebut dibuktikan dengan dengan testimoni dari narasumber

utama pada perancangan ini, Dewi Dwirianti, yang menilai bahwa desain tas hasil perancangan sangat mampu bersaing di kancah Internasional.

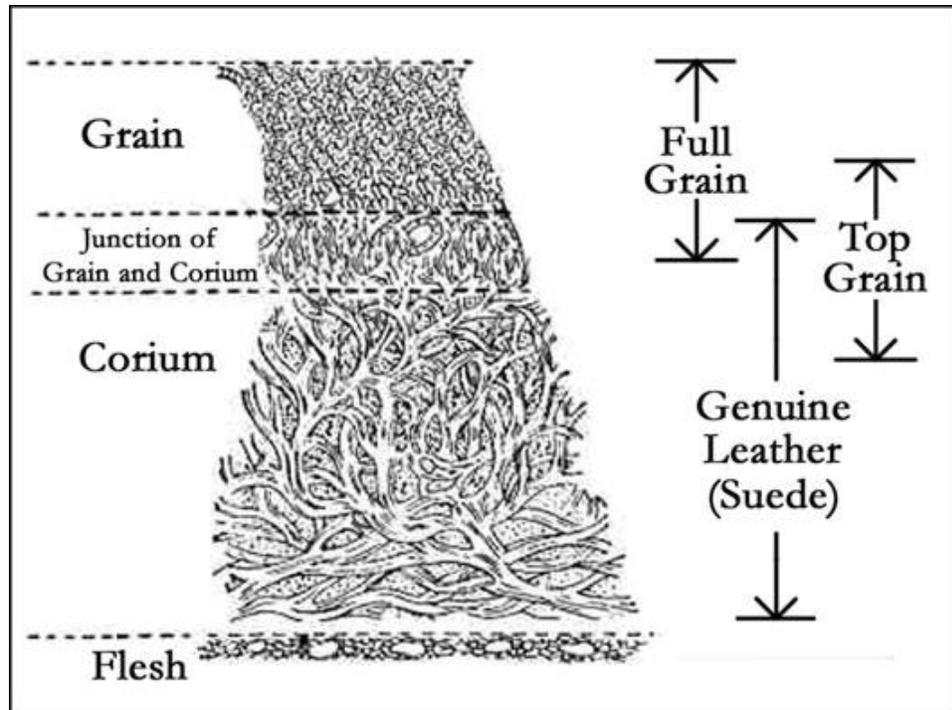
- b. Sedikitnya pelaku industri kreatif yang merambah ke kancah Internasional dalam pemanfaatan kulit sapi grade B dan C, membuat peluang bisnis dalam bidang ini sangat tinggi. Bersinergi antara berbagai pihak (desainer, penyedia bahan baku, dan investor), dapat membuat wajah baru pada dunia industri tas kulit di Indonesia maupun Internasional.
- c. Melalui wawancara yang dilakukan kepada kolektor tas-tas terkenal, Dewi Dwiranti, untuk hasil-hasil desain yang telah dibuat, didapat beberapa kesimpulan dan tanggapan,
  - Tas yang dibuat dari kulit kualitas B dan C mampu menyaingi tas-tas yang dibuat dengan tas dari kulit sapi grade A (secara *visual look*)
  - Motif-motif yang dibuat mampu menarik perhatian sehingga orang tertarik untuk membeli
  - Pemberian aksesoris yang pas dan kualitas jahit tas yang baik, membuat tas berada pada tingkat kelas yang tinggi.

## **6.2 SARAN**

1. Pengembangan desain motif masih terkendala dengan bahan baku dari pigmen dan efektifitas waktu pembuatan. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya, dapat melakukan penelitian tentang *tone* dan kualitas warna yang baik dan mampu mempersingkat waktu pembuatan untuk diproduksi dalam skala industri.
2. Memperbanyak produk dan varian tas sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas

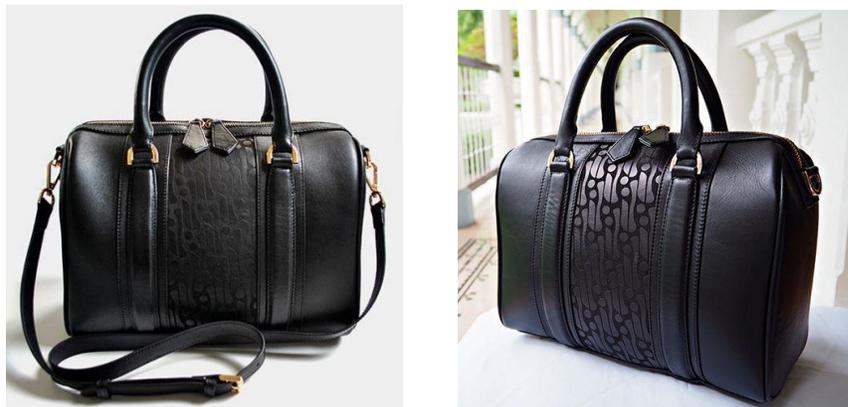
## LAMPIRAN

### Lampiran 1.1



*Lampiran 1 : Letak Tingkatan Kulit*

### Lampiran 4.1



*Lampiran 4 1 Contoh Produk Kalyana dengan Metode Grafir*

### Lampiran 4.2



*Lampiran 4 2 Contoh Produk Kalyana dengan Metode Printing*

Lampiran 4.3



*Lampiran 4 3 Contoh Produk Nitnot dengan Metode Printing*

Lampiran 4.4



*Lampiran 4 4 Contoh Produk Benchmarking 1*

Lampiran 4.5



*Lampiran 4 5 Contoh Produk Benchmarking 2*

Lampiran 4.6



*Lampiran 4 6 Gambar Persona 1, Siti Huraira*

Lampiran 4.7



*Lampiran 4 7 Gambar Persona 2, Kris Dayanti*

Lampiran 4.8



*Lampiran 4 8 Daftar Barang yang Dibawa User Setiap Harinya*

Lampiran 4.9



Lampiran 4 9 Peta Lokasi LIK

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*

## DAFTAR PUSTAKA

*Perindustrian, Pusat Komunikasi Publik Kementrian Perindustrian. 2015. Rencana Induk pembangunan Industri nasional 2015-2035. Diambil dari <http://www.kemenperin.go.id/ripin.pdf>*

*Sharphouse, J.H. 1995. Leather Technician`s handbook. Preparation For Tannage*

*Sharphouse, J.H. 1995. Leather Technician`s handbook. Tanning Process*

*Sharphouse, J.H. 1995. Leather Technician`s handbook. Quality Control Standards*

*Sharphouse, J.H. 1995. Leather Technician`s handbook. Mechanical Action of Drums*

*Suharyadi. 2012. Proses Teknologi Industri Penyamakan Kulit.*

<http://suharyadi.blogspot.com/proses-teknologi-industri-penyamakan-kulit/>

*Heidemann E. 1993. Fundamentals of Leather Manufacturing. Eduard Roether KG, Darmstadt*

*(Halaman sengaja dikosongkan)*

## BIODATA PENULIS



Ottidilia Nur Laily yang biasa dipanggil Oti, kelahiran Probolinggo, 14 Oktober 1994. Jenjang pendidikan yang dilalui penulis dari Taman Kanak-Kanak hingga Sekolah Menengah Atas (SMA) berada dalam satu yayasan, yaitu Taruna Dra Zulaeha. Awalnya, sekolah Taruna Dra Zulaeha merupakan suatu yayasan yang diperuntukkan bagi anak-anak karyawan PT Kertas Leces Persero di Leces, Probolinggo. Hingga pada tahun 2003, sekolah Taruna melepaskan diri dari PT Kertas Leces dan berdiri sendiri sebagai sekolah swasta. Pada tahun 2013, penulis memulai pendidikan sebagai mahasiswa di Institut Teknologi Sepuluh Nopember program Sarjana di Jurusan Desain Produk Industri.

Penulis memiliki ide dalam menyusun penelitian ini, berawal dari mata kuliah Kuliah Prakterk (KP) di Huraire Leather Bag yang bergerak di industri fashion tas. Berbekal ilmu dan relasi dari KP, penulis memutuskan untuk mengambil tema kulit binatang dalam penelitiannya. Melihat kualitas kulit di Indonesia masih kurang dan minimnya desainer yang merambah luas di kancah dunia, penulis akhirnya mengadakan penelitian dalam menaikkan kualitas kulit binatang dalam ranah desain. Penulis berharap, penelitian yang penulis lakukan dapat diterima dan diminati di berbagai kalangan hingga merambah ke dunia Internasional.

Email penulis : ottidilia @gmail.com

Nomor *handphone* : +62 85749765014

*(Halaman ini sengaja dikosongkan)*