

## BEATBAG “UMBRELLA AND TOTE BAG” INOVASI TAS KREATIF DENGAN PAYUNG SIAGA UNTUK MENUNJANG AKTIVITAS

Refrian Husni Syihabuddin\*, Adidya Rangga Pratama, Magister Alfatah Kalijaga, Najib Fadhlurrohman

<sup>1,2,3,4</sup>Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia  
Jalan Kaliurang KM 14,5, Sleman, 55584, Yogyakarta-Indonesia

\*Email : 16522247@students.uii.ac.id

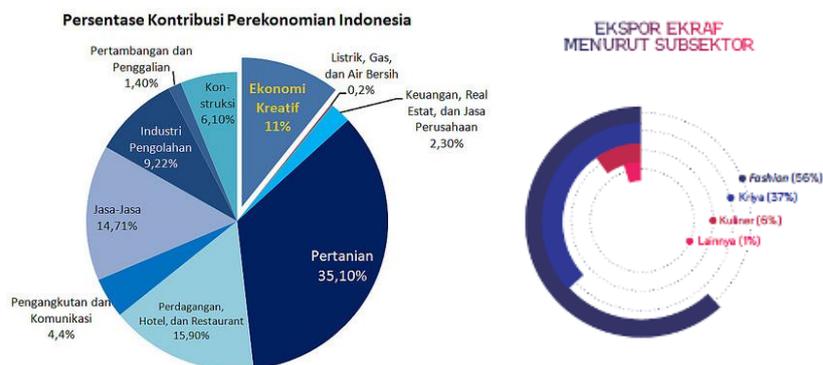
### Abstrak

Perkembangan sektor industri ekonomi kreatif di Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan angka yang sangat signifikan. Data statistik ekonomi kreatif Indonesia pada 2016, sejak 2014 hingga 2015 ekspor EKRAF fashion berkisar 56% dari subsektor yang lain (Rusiawan, 2016). Industri kreatif dapat meningkatkan kesejahteraan dan lapangan kerja baru bagi masyarakat, salah satunya Usaha Kecil Menengah. Pada umumnya payung cenderung monoton dan tidak efektif untuk dibawa. Melihat peluang usaha yang dapat dikembangkan dibuatlah tas dan payung yang efektif dengan nilai jual tinggi yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan kebutuhan saat musim hujan. Pada penelitian ini dilakukan perancangan ulang desain tas dan payung metode Quality Function Deployment. Hasil dari matriks House of Quality adalah target rancangan desain diantaranya: bahan berkualitas baik dan awet; harga terjangkau; fashionable atau desain menarik dan ergonomis; dan tas payung multifungsi dapat menjadi tas sebagai pelindung dari hujan, atau menjadi totebag pada umumnya.

**Kata kunci :** Ekonomi kreatif, House of Quality, Quality Function Deployment

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan sektor industri ekonomi kreatif di Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan angka yang sangat signifikan. Ekonomi kreatif (EKRAF) merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi kekuatan baru ekonomi nasional di masa mendatang. Berdasarkan data statistik ekonomi kreatif 2016 oleh Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik menunjukkan pada periode 2010-2015, PDB (Produk Domestik Bruto) ekonomi kreatif mengalami kenaikan dari Rp525,96 triliun menjadi 852,24 triliun (Rahmi, 2018). Pemerintah Indonesia berusaha menaruh perhatian lebih terhadap sektor ini, dengan tujuan untuk memaksimalkan potensi dan peluang ekonomi kreatif di Indonesia.



### [1] Gambar 1.1 Kontribusi Industri Ekonomi Kreatif Terhadap Perekonomian Indonesia Dan Ekspor EKRAF Indonesia.

Hasil riset gabungan oleh Badan Pusat Statistik dan Badan Ekonomi Kreatif tahun 2015 ekonomi kreatif di perekonomian Indonesia berkontribusi sebesar 11% (Rahmi, 2018). Dari subsektor-subsektor ekonomi kreatif ditemukan 3 subsektor yang memiliki kontribusi nilai tambah terbesar yaitu *fashion*, kuliner, dan kriya. Data statistik ekonomi kreatif Indonesia pada 2016, menyebutkan sejak 2014 hingga 2015 ekspor EKRAF *fashion* berkisar 56% dari subsektor yang lain (Rusiawan, 2016).

Indonesia merupakan salah satu negara yang berada di Asia Tenggara yang mempunyai 2 musim yaitu musim kemarau dan musim penghujan. Saat musim hujan maupun musim kemarau, payung menjadi salah satu properti yang sering dibutuhkan dan paling efektif untuk melindungi tubuh dari panas terik matahari atau hujan. Pada awal penemuan, payung berfungsi sebagai penahan dari panas terik matahari, karena bahan dasar payung pada saat itu adalah kertas. Namun dalam perkembangannya, payung semakin banyak digunakan oleh masyarakat juga berfungsi sebagai pelindung dari hujan. Sekarang, fungsi payung semakin banyak salah satunya adalah fashion. Payung sering digunakan sebagai properti pemanis yang membuat pengguna menjadi elegan dan glamour.

Terkait dengan properti pemanis di atas, payung dapat ditambahkan fungsi lain yaitu sebagai tas. Realitas menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat dalam menjalankan aktivitas sehari-hari memerlukan tas. Selain itu, tas merupakan salah satu bagian dari industri *fashion*. Dapat dilihat bahwa tas digunakan dari anak sekolah hingga orang tua, sehingga dapat dikatakan bahwa penggunaan tas bernilai guna tinggi. Namun salah satu kendala yang dihadapi oleh masyarakat pada saat musim kemarau atau musim hujan adalah saat membawa payung. Masyarakat khususnya pejalan kaki sering mengalami kesulitan dalam membawa payung, dan kesulitan saat ingin meletakkan payung di tas, karena memakan tempat. Hal tersebut dinilai kurang efektif dan efisien.

Mempertimbangkan peluang bisnis tersebut, maka pengusul mengajukan sebuah usaha bisnis berupa penjualan tas kreatif dengan desain tas elegan bermotifkan batik khas Indonesia yang memuat unsur budaya dan dilengkapi payung siaga yaitu BEATBAG (*Umbrella and Totebag*). Didesain dan dibuat dengan dua bagian secara sempurna yaitu bagian dalam dan luar tas, serta kualitas yang sesuai dan penggunaan yang praktis sesuai dengan kebutuhan selera pasar menjadikan produk BEATBAG (*Umbrella and Totebag*) ini sebagai solusi untuk masyarakat khususnya pejalan kaki yang memerlukan keefektifan dan efisiensi penggunaan payung sekaligus tas *stylish, simple*, dan elegan yang tetap memberikan sentuhan *fashion* bagi penggunaannya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dimusim hujan maupun musim kemarau. Hanya dengan menarik tongkat dalam tas maka tas bagian luar akan berubah menjadi kanopi payung dan barang yang ada di dalam tas menggantung pada tongkat terbungkus oleh tas bagian dalam.

## 2. METODE PENELITIAN

Langkah-langkah penelitian dalam merancang desain produk sepatu wanita berbahan karung goni adalah sebagai berikut:

### 2.1 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan *survey* pada metode pengumpulan datanya. Dengan *survey* peneliti dapat mengidentifikasi kriteria – kriteria tas seperti apa saja yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan atau pengguna (*voice of customer*). Dimana *survey* dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terhadap 40 responden. Responden terdiri dari laki – laki dan perempuan dengan usai 15 hingga 30 tahun. Setelah data kuesioner terkumpul dilakukan pengambilan sampel pada populasi menggunakan teknik *simple random sampling*. karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Margono (2004, hlm. 126) menyatakan bahwa *simple random sampling* adalah teknik untuk mendapatkan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling. Teknik ini dapat digunakan jika jumlah unit sampling di dalam suatu populasi tidak terlalu besar.

### 2.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut Suharsimi Arikunto (2006), uji reliabilitas menguji apakah instrumen penelitian cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Reliabilitas berkaitan dengan tingkat keajegan atau ketetapan hasil pengukuran (Sukmadinata, 2009). Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika dapat memberikan hasil yang relatif sama dan konsisten pada saat dilakukan pengukuran kembali pada objek yang berlainan waktu yang berbeda atau memberikan hasil yang tetap. Software yang digunakan untuk pengujian reliabilitas menggunakan software *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu data atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 (Ghozali, Imam, 2001).

### 2.3 Quality Function Deployment (QFD)

Konsep dasar QFD pertama kali diperkenalkan oleh Yoki Akao, Professor of Management Engineering dari Tagawa University pada tahun 1972 oleh perusahaan Mitsubishi, dan berkembang

dengan berbagai macam cara oleh Toyota dan perusahaan lainnya. Konsep dasar QFD adalah suatu cara pendekatan untuk mendesain produk agar dapat memenuhi keinginan konsumen. Menurut Cohen (1995), QFD merupakan suatu metode perencanaan produk yang berstruktur dan juga merupakan suatu metoda pengembangan yang memungkinkan tim pengembang suatu perusahaan untuk menjelaskan spesifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga pelanggan dapat mengevaluasi kelebihan dan kekurangan dari setiap produk atau jasa yang ditawarkan.

Dalam proses identifikasi produk menjadi sebuah spesifikasi rancangan dan menetapkan hubungan antara keinginan pelanggan dan parameter teknik dari produk dan jasa yaitu menggunakan matriks *House of Quality* (HOQ). Input untuk matriks HOQ adalah kebutuhan dan keinginan konsumen. Pada matriks HOQ akan dihasilkan respon teknis dan part specification requirement, dan kemudian akan dijadikan menjadi spesifikasi produk akhir.

Tahap penyusunan *House of Quality* dibagi menjadi 6 langkah menurut Cohen (1995). Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

- a. Matriks kebutuhan pelanggan, meliputi : memutuskan siapa pelanggan, mengumpulkan data kualitatif berupa keinginan dan kebutuhan konsumen, menyusun keinginan dan kebutuhan yang sudah dikumpulkan, pembuatan diagram afinitas.
- b. Matriks perencanaan, meliputi : ukuran-ukuran kebutuhan pelanggan, dan penetapan tujuan-tujuan performansi kepuasan.
- c. Respon teknis, meliputi : transformasi dari kebutuhan-kebutuhan konsumen yang bersifat non-teknis menjadi data yang bersifat teknis.
- d. Menentukan hubungan respon teknis dengan kebutuhan konsumen, meliputi : penentuan seberapa kuat respon teknis, hubungan sedang respon teknis, dan hubungan lemah respon teknis dengan kebutuhan-kebutuhan pelanggan.
- e. Korelasi teknis, meliputi : pemetaan hubungan dan kepentingan antara karakteristik kualitas pengganti atau respon teknis, sehingga dilihat pengaruh dari respon teknis terhadap respon teknis lainnya.
- f. *Benchmarking* dan penetapan target, meliputi : menentukan respon teknis mana yang ingin dipilih dan bagaimana jika dibandingkan dengan produk pesaing.

#### 2.4 Pembuatan Desain Usulan

Pembuatan desain bertujuan untuk memberikan gambaran rancangan desain sepatu usulan berdasarkan pada spesifikasi yang dihasilkan dari matriks *House of Quality* (HOQ). Dalam pembuatan desain ini menggunakan bantuan software Corel Draw X7.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Identifikasi kebutuhan konsumen (*Voice of Customers*)

Identifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen (*Voice of Customers*) dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 40 responden laki-laki dan perempuan. Kemudian dari hasil identifikasi tersebut diperoleh atribut-atribut sesuai dengan kebutuhan konsumen terhadap desain tas dan payung yang diinginkan, yaitu (1) tas yang ringan dibawa, (2) multifungsi (tas dan payung), (3) lembut dan *waterproof*, (4) desain tas yang menarik, dan (5) tas yang tahan lama atau awet dalam penggunaannya. Dari atribut-atribut tersebut diterjemahkan ke dalam matriks *House of Quality*.

#### 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu atribut dikatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pertanyaan selalu konsisten. Pengujian menggunakan software SPSS dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu data atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60.

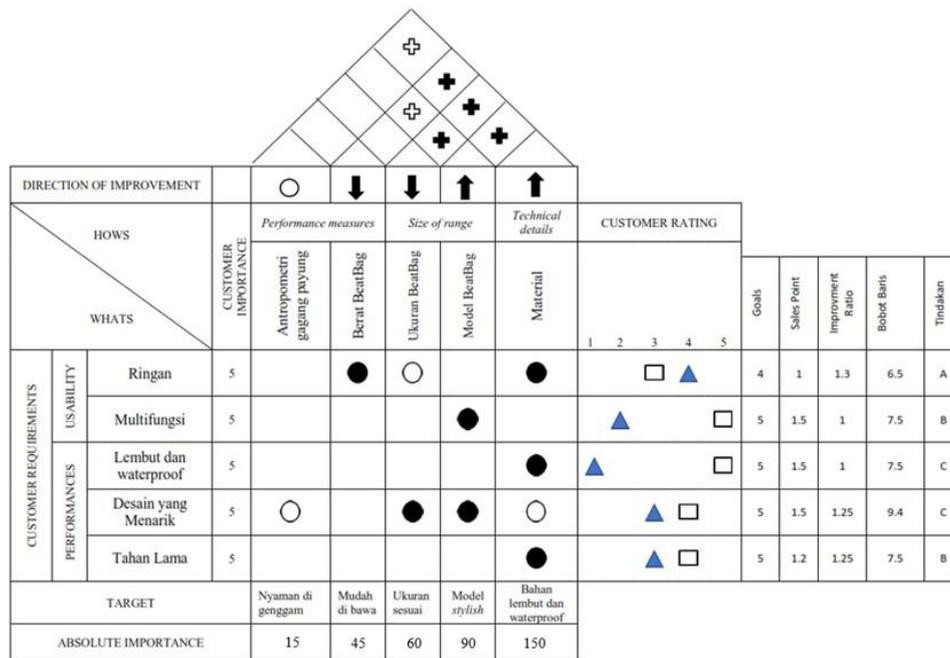
**Tabel 1. Uji Reliabilitas dengan SPSS**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,961	,961	5

Berdasarkan nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh sebesar 0,961, dimana nilai tersebut lebih dari 0,60, sehingga menurut kriteria pengujian maka atribut-atribut pada kuesioner dapat dinyatakan reliabel atau konsisten dan dapat dapat digunakan.

**3.3 House of Quality (HOQ)**

Atribut yang diperoleh dari kebutuhan konsumen kemudian akan dilakukan penyusunan matriks HOQ. Matriks *House of Quality* (HOQ) digunakan untuk mengetahui hubungan antara atribut kebutuhan konsumen dengan respon teknisnya. Dari hasil kuesioner didapatkan nilai tingkat kepentingan (*Importance Rating*) setiap atribut kebutuhan konsumen, kemudian dilakukan perhitungan terhadap tingkat kepentingan masing-masing atribut. Hasilnya antara lain tahan lama memiliki nilai 7,28; harga terjangkau nilai 6,44; *fashionable* atau desain menarik nilai 5,50; ergonomis nilai 7,00; warna bervariasi nilai 4,83; *customable* nilai 4,94; bahan ramah lingkungan nilai 5,78; anti hujan nilai 5,89; dan multifungsi memiliki nilai 5,22. Berikut ini matriks *House of Quality* desain sepatu wanita berbahan karung goni ditunjukkan pada Gambar 3.1.



**Gambar 1. House of Quality (HOQ)**

Dari matriks HOQ diatas dapat dilihat perhitungan dari goals, sales point, improvment ratio, bobot baris dan tindakan yang harus dilakukan pada produk tas yang dibuat. Penjelasan dari tindakan adalah A : Meningkatkan kualitas produk, B : Mempertahankan kualitas produk dan melakukan inovasi produk, C : Mempertahankan kualitas produk.

Tindakan yang dilakukan pada ringan adalah meningkatkan kualitas produk, yang dikarenakan rating yang rendah yaitu 3. Pada multifungsi tindakan yang dilakukan adalah mempertahankan kualitas produk dan melakukan inovasi produk, kemudian pada bahan lembut dan waterproof dan desain yang menarik tindakannya yaitu mempertahankan kualitas produk. Lalu pada tahan lama dilakukan tindakan mempertahankan kualitas produk dan melakukan inovasi produk.

**3.4 Hasil Desain Usulan**

Dari target spesifikasi produk yang telah didapatkan dari matriks HOQ, kemudian dapat diperoleh spesifikasi rinci rancangan desain produk tas BEATBAG yaitu gagang payung yang nyaman digenggam, bentuk tas dan payung yang mudah saat digunakan dan dibawa, ukuran dari tas beserta payung sesuai, model tas dan payung *stylish* dan terbuat dari bahan yang lembut dan dapat tahan air (*waterproof*).

Melalui spesifikasi tersebut, desain produk tas dan payung BEATBAG yang dihasilkan menjadi lebih inovatif dan berbeda dari produk yang sudah ada dan dapat memperbaiki kekurangan produk yang ada sebelumnya. Selain itu desain yang dibuat memiliki nilai tambah karena desain

yang belum ada sebelumnya, peneliti juga menambahkan nilai kebudayaan melalui melalui unsur motif batik. Dengan inovasi yang diberikan peneliti dapat meningkatkan daya saing produk dipasar dan membuka peluang bisnis, dan juga dapat meningkatkan daya saing dalam industri kreatif lainnya.

Peneliti juga membuat analisis perkiraan biaya dalam usaha produksi tas BEATBAG ini. Dan berikut adalah perhitungan untuk mendapatkan keuntungan modal dari produk BEATBAG (*Umbrella and Totebag*).

**Tabel 2. Perhitungan Biaya Produksi BEATBAG**

No.	Nama	Biaya
1	Modal Awal (MA)	Rp 11.209.000
2	Biaya Tetap (BT)	Rp 643.000 / bulan
3	Biaya Tidak Tetap (BTT)	Rp 7.994.000/ 80 pcs atau Rp 99.925/pcs
4	Produksi per Bulan (PB)	80 pcs
5	Lama Produksi (LP)	5 Bulan
6	Biaya Produksi (BP)	Rp 8.637.000 /bulan
7	Harga Pokok Produksi (HPP)	Rp 107.963/pcs
8	Harga Jual (HJ)	Rp 150.000/pcs

**Tabel 3. Cash Flow**

Periode	Bulan	Benefit (Rp)
0	0	(11.209.000)
1	1	546.488
2	2	1.135.013
3	3	2.522.250
4	4	5.044.500
5	5	7.566.750
6	6	8.407.500
7	7	8.407.500
8	8	8.407.500
9	9	8.407.500
10	10	8.407.500
11	11	8.407.500
12	12	8.407.500
	Total	75.667.501

**Tabel 4. Perhitungan NPV, IRR, PI**

	Hasil	Layak/ tidak
NPV (Net Present Value)	64.458.501	Layak
IRR (Internal Rate of Return)	32,24%	Layak
PI (Profitability Index)	6,750,602,284	Layak

#### 4. KESIMPULAN

Hasil dari penelitian perancangan desain produk tas BEATBAG dapat disimpulkan bahwa produk BEATBAG:

- a. Atribut kebutuhan konsumen (*Voice of Customer*) terhadap desain BEATBAG adalah meningkatkan kualitas dari produk BEATBAG, peningkatan kualitas dilakukan berdasarkan hasil dari matriks HOQ. Spesifikasi dari produk BEATBAG yang diperoleh yaitu harga produk berkisar kurang lebih Rp. 150.000; gagang payung yang didesain untuk nyaman digenggam oleh konsumen; bentuk payung sekaligus tas *stylish* yang mudah saat digunakan, hanya dengan menarik gagang payung yang berada dalam tas lalu tas bagian luar akan berubah menjadi kanopi payung dan tas bagian dalam akan tergantung pada payung untuk tetap melindungi barang bawaan; ukuran dari tas beserta payung yang didesain tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil; model tas dan payung *stylish* terbuat dari bahan yang lembut dan dapat tahan air (*waterproof*).
- b. Melalui spesifikasi desain usulan yang diperoleh dari hasil penelitian menjadikan BEATBAG sebagai produk yang lebih inovatif dan mempunyai faktor unggul untuk bersaing dengan produk lain.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S., 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Cohen, L., 1995, *Quality Function Deployment, How To Make QFD Work For You*. New York: Addison - Wesley Publishing Company.
- Ghozali, I., 2001, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Prayoga, S. d. S., 2010, Analisis Usability Pada Aplikasi Berbasis Web dengan Mengadopsi Kepuasan Pengguna (Used Satisfaction), *Journal of Information System*, Volume 6, pp. 70-79.
- Rahmi, A. N., 2018, Perkembangan Industri Ekonomi Kreatif Dan Pengaruhnya Terhadap Perekonomian Di Indonesia. P, 1393.
- Rusiawan., 2016, *Ekonomi Kreatif*. P, 103.
- Sugiyono., 2005, *Metode Penelitian Adminstratif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S., 2009. *Metode Penelitian Pendidikan*. s.l.:Remaja Rosakarya.
- UNCTAD., 2008, *Creative Economy Report 2008*, s.l.: s.n.