

# Perancangan Produk Penunjang Aktivitas di Masa Normal Baru Berbahan *Printing Canvas* untuk Omorfa Matia

Arumelia Krismoniqasari, Bayyinah Nurrul Haq, dan Aam Bastaman  
Desain Produk, Fakultas Industri Kreatif dan Telematika, Universitas Trilogi, Jakarta, Indonesia  
*e-mail*: arumeliaa@gmail.com

**Abstrak**—Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri atas inisiatif seseorang atau sekelompok orang. Saat ini banyak UKM yang menjual produk yang dapat memenuhi kebutuhan saat berpergian pada masa normal baru dengan menggunakan teknologi *digital printing* salah satunya UKM Omorfa Matia. Tulisan ini membahas dari perancangan produk yang berupa satu rangkaian koleksi terdiri dari *tote bag*, masker, *face shield*, *strap*, dan tempat *hand sanitizer* untuk UKM Omorfa Matia. Perancangan ini melalui beberapa tahapan yaitu tahapan penelitian awal yang meliputi kegiatan pengumpulan data dengan teknik observasi, wawancara, dan pengumpulan data dari berbagai sumber. Data lapangan dianalisis menggunakan analisa SWOT, *Space Matriks*, IFAS EFAS, BCG, *Benchmark Wheel*, untuk mendapatkan rekomendasi yang akan dijadikan konsep desain yang sesuai kebutuhan pasar. Pengembangan konsep dilakukan dengan Metode *Scamper*. Hasil dari perancangan ini adalah produk *tote bag*, masker, *face shield*, *strap*, dan tempat *handsanitizer* tas yang inovatif berbahan *printing canvas* yang dapat digunakan untuk berpergian ke luar rumah.

**Kata Kunci**— normal baru, pencetakan digital, *tote bag* Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

**Abstract**— *Small and Medium Enterprises (SMEs) are productive economic ventures that are self-founded on the contribution of a person or group of people. Currently, there are many SMEs sell products that can meet the needs when traveling in new normal times by using digital printing technology, one of them is Omorfa Matia. This paper discusses the product design in the form of a series of collections consisting of tote bags, masks, face shields, straps, and a hand sanitizer for Omorfa Matia SMEs. This design went through several stages which included the above research which included data collection activities with observation, interview, and data collection techniques from various sources. Field data were analyzed using SWOT analysis, Space Matrix, IFAS EFAS, BCG, Benchmark Wheel, to get updates which will be according to the design concept that suits the market needs. Concept development is carried out using the SCAMPER Method. The results of this design are products of tote bags, masks, face shields, straps, and an innovative hand-held bag holder with canvas printing material that can be used to travel outside the home.*

**Keywords**— *new normal, digital printing, tote bag, Small and Medium Enterprises (SMEs)*

## I. PENDAHULUAN

UKM tidak akan mampu bersaing jika tidak berbenah dan mengejar ketertinggalan dari produk-produk pesaing, terutama produk yang sedang diperlukan dipasaran. Maka perlu adanya perbaikan dalam proses produksi maupun inovasi-inovasi lain yang dapat membantu daya saing UKM [1]. Saat ini banyak UKM fesyen menggunakan bahan baku tekstil dengan motif yang dihasilkan lewat cetak digital [2]. Keunggulan dari produk dengan bahan baku tekstil dengan motif cetak digital adalah memiliki motif yang eksklusif dirancang dan tidak diproduksi secara massal, dan motif dapat dirancang tanpa batas kreativitas [3].

Salah satu UKM yang memiliki ciri khas pada motif hasil cetak digital adalah Omorfa Matia. Mulai berproduksi tahun 2017 dan menjualnya secara daring lewat media sosial dan *market place*. Persaingan produk dengan bahan baku yang menggunakan cetak digital semakin ketat. Hingga tahun 2020, tercatat +/- 100 pcs penjual *tote bag* kanvas dengan motif cetak digital. Sebagian membuat motifnya secara khusus, sebagian lagi mengambil dari motif yang sudah ada.

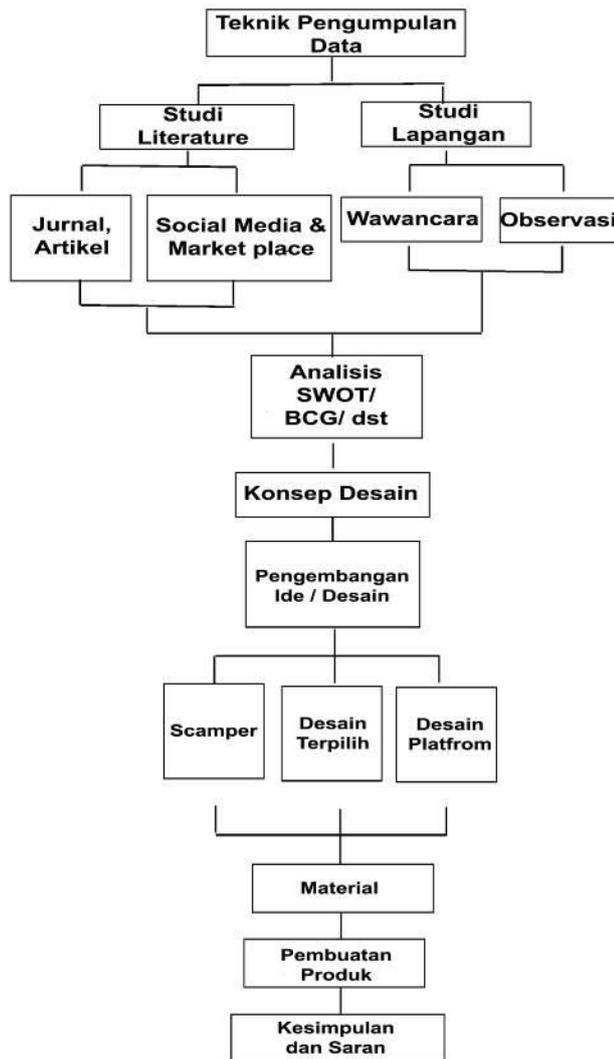
Salah satu kebutuhan yang muncul sejak terjadinya *pandemic* Covid-19 adalah diberlakukannya cara menjalani hidup yang sesuai dengan protokol WHO, hal ini sering disebut dengan "*New Normal*". Menurut keputusan Kementerian Kesehatan nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 tentang protokol kesehatan bagi masyarakat di tempat dan fasilitas umum, hal yang harus dipatuhi selama berada di area *public* adalah memastikan diri dalam kondisi sehat, menggunakan masker saat perjalanan dan selama berada di tempat umum, menggunakan *handsanitizer*, *social distancing*, tidak menyentuh area wajah, dan penggunaan *face shield* [4].

Kondisi ini memunculkan kebutuhan pasar akan tersedianya produk-produk penunjang aktivitas di era *New Normal*. Hal ini dapat dijadikan sebagai peluang bagi UKM, terutama yang bergerak di bidang garmen yang memproduksi pakaian atau aksesoris berbahan tekstil. Omorfa Matia merupakan UKM yang bergerak dibidang pembuatan produk berbahan tekstil *digital print* dengan motif karya beberapa pelukis. Bahan tersebut dijadikan aneka *tote bag*. Menghadapi munculnya kebutuhan akan produk penunjang di masa normal baru maka UKM Omorfa Matia perlu melakukan inovasi produk yang sesuai dengan kondisi pasar.

Tujuan dari perancangan ini adalah merancang produk yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan normal baru (*new normal*) yaitu *tote bag*, masker, *face shield*, strap, dan tempat *handsanitizer* untuk UKM Omorfa Matia.

## II. METODE

Penelitian diperlukan untuk mengembangkan pengetahuan, yang merupakan suatu usaha untuk menyelidiki masalah tertentu yang memerlukan jawaban. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai acuan penelitian [5]. Gambar 1 menjelaskan proses alur perancangan riset ini.



Gambar 1. Diagram Alir pada Alur Perancangan.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik atau metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu studi literatur dan studi lapangan.

#### A. Studi Literatur

Studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian [6]. Peneliti melakukan pencarian dari sumber buku, artikel, jurnal, dan juga dokumen, social media, data penjualan dari *market*

*place* (tokopedia dan shopee) yang relevan dengan permasalahan.

#### B. Studi Lapangan

Studi lapangan berupa wawancara langsung dan wawancara lewat *whatsapp* pada pemilik UKM Omorfa Matia di daerah Bandung, Jawa Barat dan melakukan observasi ke tempat pembuatan produk dari UKM Omorfa Matia. Tujuan wawancara dan observasi, untuk mencari data agar mendapat informasi yang akurat dan sesuai dengan yang dicari.

Wawancara dilaksanakan kepada pemilik UKM Omorfa Matia di daerah Bandung, Jawa Barat tentang profil UKM, *marketing mix*, manajemen produksi, dan manajemen keuangan

Observasi dilaksanakan ke tempat pembuatan produk dari UKM Omorfa Matia tentang alat apa saja yang digunakan untuk produksi dan pemasaran. Mekanisme pemotretan lukisan yang akan dicetak pada kain canvas dan bagaimana proses pembuatan produk dari awal hingga selesai.

### Teknik Analisa Data

#### Analisis SWOT

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan gambaran tentang kekuatan, kelemahan, yang dimiliki, serta peluang, ancaman yang didapat dan dihadapi oleh UKM.

#### Analisis IFAS & EFAS

Teknik ini digunakan untuk menganalisis faktor strategi pengolahan data faktor strategis pada lingkungan internal dan eksternal dengan memberikan pembobotan dan menetapkan *rating* pada setiap faktor strategisnya [7].

#### Analisis Matrix Space

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan hasil analisis berupa posisi strategi dan evaluasi tindakan agar dapat menentukan aspek-aspek *agresive*, konservatif, defensif, atau kompetitif [7].

#### Analisis T-O-W-S (S-W-O-T)

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan hasil analisis T-O-W-S dengan menggunakan data hasil dari SWOT, analisa T-O-W-S ini dibagi menjadi 4 bagian yaitu:

- ST: hasil kesimpulan beberapa analisis dari strength dan threats
- SO: hasil kesimpulan beberapa analisis dari strength opportunity
- WT: hasil kesimpulan beberapa analisis dari weakness dan threats
- WO: hasil kesimpulan beberapa analisis dari weakness dan opportunity

#### Analisis BCG

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan hasil analisis BCG dengan menyusun dan menghitung kenaikan pertumbuhan pasar pertahun dan pertahun sebelumnya serta pangsa pasar per produk UKM dan penjualan data per produk pesaing. Setelah pangsa pasar dan kenaikan pertumbuhan didapat lalu kemudian dimasukkan ke dalam salah satu dari empat kuadran matriks BCG yaitu yaitu *Star*, *Question Mark*, *Cash Cow*, *Dog* [8].

#### Benchmark Wheel

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan hasil strategi untuk menentukan *Gap* yang ada dengan cara membandingkan UKM dengan pesaingnya agar dapat

Tabel 1. Analisa SWOT Omorfa Matia

S (Kekuatan)	W (Kelemahan)
<ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki tempat produksi sendiri</li> <li>Motif pada produk hasil rancangan pelukis terkenal</li> <li>Membuat desain produk sendiri</li> <li>Memiliki karyawan professional dibidangnya</li> <li>Bahan yang digunakan termasuk kualitas tinggi (<i>grade</i> terbaik)</li> <li>Produk bisa dijual <i>online</i> dengan cara menyetok barang</li> <li>Bahan baku mudah didapatkan karena di produksi sendiri</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pendapatan hanya dari <i>online store</i></li> <li>Tidak dapat menerima pesanan produk <i>custom</i></li> <li>Tidak punya <i>offline store</i></li> <li>Bentuk produk tidak berubah atau standar (umum)</li> </ol>
O (Peluang)	T (Ancaman)
<ol style="list-style-type: none"> <li>Mendapatkan dukungan dari pemerintah Kota Bandung karena produk lokal</li> <li>Tren bahan kanvas semakin meningkat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pesaing banyak menggunakan produk sejenis</li> <li>Persaingan harga dengan <i>brand</i> lain yang lebih murah</li> </ol>

Tabel 2. Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki tempat produksi sendiri</li> <li>Motif pada produk hasil rancangan pelukis terkenal</li> <li>Membuat desain produk sendiri</li> <li>Memiliki karyawan professional dibidangnya</li> <li>Bahan yang digunakan termasuk kualitas tinggi (<i>grade</i> terbaik)</li> <li>Produk bisa dijual <i>online</i> dengan cara menyetok barang</li> <li>Bahan baku mudah didapatkan karena di produksi sendiri</li> <li>Pendapatan hanya dari <i>online store</i></li> <li>Tidak dapat menerima pesanan produk <i>custom</i></li> <li>Tidak punya toko <i>offline</i> resmi / tetap</li> <li>Bentuk produk tidak berubah atau standar (umum).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mendapatkan dukungan dari pemerintah kota Bandung karena produk lokal</li> <li>Tren bahan kanvas semakin meningkat</li> <li>Produk bisa dijual <i>online</i> dengan cara menyetok barang</li> <li>Bahan baku mudah didapatkan karena di produksi sendiri</li> <li>Pesaing banyak menggunakan produk sejenis</li> <li>Persaingan harga dengan <i>brand</i> lain yang lebih murah</li> </ol>

memahami, memperbaiki dan mengevaluasi proses produk saat ini sehingga dapat menemukan cara untuk meningkatkan kualitas produk.

## I. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 2. Contoh Produk dari UKM Omorfa Matia.  
Sumber: Omorfa Matia

### Profil UKM

UKM Omorfa Matia merupakan salah satu UKM yang berlokasi di Bandung. UKM ini hanya melakukan penjualan secara *online* melalui:

Instagram: omorfamatiaid;

Shopee : omorfa\_matia; dan

Website : <http://shop.tokotalk.com/omorfamatia>

### Produk Omorfa Matia

Gambar 2 menunjukkan beberapa contoh produk yang telah diproduksi oleh UKM Omorfa Matia

### Analisa SWOT

Untuk menggambarkan kondisi UKM Omorfa Matia pada saat ini, maka dilakukan analisis pada UKM. Penelitian ini membutuhkan data faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi UKM Omorfa Matia. Berikut merupakan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi UKM Omorfa Matia (Tabel 1).

### Matriks IE

Analisis terhadap faktor internal UKM Omorfa Matia dilakukan dengan menggunakan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan faktor eksternal dianalisis dengan menggunakan matriks *External Factor Evaluation* (EFE, Tabel 2).

Tabel 3 menunjukkan hasil perhitungan skor IFE. Hasil perkalian antara rata-rata bobot dan *rating*, total skor yang dihasilkan pada matriks IFE adalah 2,95.

Tabel 4 menunjukkan hasil perhitungan skor EFE. Hasil perkalian antara rata-rata bobot dan *rating*, total skor yang dihasilkan pada matriks EFE adalah 2,44.

Gambar 3 menunjukkan nilai EFAS dan IFAS Matriks UKM Omorfa Matia adalah 2,44 dan 2,95 maka berada pada posisi kuadran V artinya berada di posisi “stabilitas-pertumbuhan” sehingga strategi yang tepat untuk UKM Omorfa Matia adalah pengembangan pasar produk dan penetrasi pasar (lihat Tabel 5)

Tabel 3. IFE Omorfa Matia

IFAS		Bobot	Rating	Skor
<b>Strength</b>				
S.1	Memiliki tempat produksi sendiri	0.10	3	0.30
S.2	Motif pada produk hasil rancangan pelukis terkenal	0.13	4	0.52
S.3	Membuat desain produk sendiri	0.11	3	0.33
S.4	Memiliki karyawan profesional dibidangnya	0.10	4	0.40
S.5	Bahan yang digunakan termasuk kualitas tinggi ( <i>grade</i> terbaik)	0.09	3	0.27
S.6	Produk bisa dijual <i>online</i> dengan cara menyetok barang	0.07	3	0.21
S.7	Bahan baku mudah didapatkan karena di produksi sendiri	0.09	4	0.36
<b>Sub Total Strength</b>		<b>0.69</b>		<b>2.39</b>
<b>Weakness</b>				
W.1	Pendapatan hanya dari <i>online store</i>	0.06	1	0.06
W.2	Tidak dapat menerima pesanan produk <i>custom</i>	0.08	2	0.16
W.3	Tidak punya toko <i>offline</i> resmi / tetap	0.10	2	0.20
W.4	Bentuk produk tidak berubah atau standar (umum)	0.07	2	0.14
<b>Sub Total Weakness</b>		<b>0.31</b>		<b>0.56</b>
<b>Total</b>		<b>1</b>		<b>2.95</b>

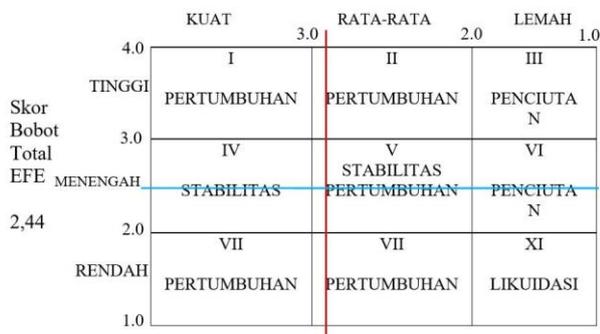
Tabel 4. EFE Omorfa Matia

EFAS		Bobot	Rating	Skor
<b>Oportunities</b>				
O.1	Mendapatkan dukungan dari pemerintah kota Bandung karena produk lokal	0.24	-	0.72
O.2	Tren bahan kanvas semakin meningkat	0.32	-	1.28
<b>Sub Total Oportunities</b>		<b>0.56</b>		<b>2</b>
<b>Threat</b>				
T.1	Pesaing banyak menggunakan produk sejenis	0.17	-	0.17
T.2	Persaingan harga dengan <i>brand</i> lain yang lebih murah	0.27	-	0.24
<b>Sub Total Threat</b>		<b>0.44</b>		<b>0.44</b>
<b>Total</b>				<b>2.44</b>

Tabel 5. Space Matriks Omorfa Matia.

Posisi Strategis Internal	Rating	Posisi Strategis External	Rating
<b>Kekuatan Keuangan (FS)</b>		<b>Stabilitas Lingkungan (ES)</b>	
Pertumbuhan Pendapatan	5	Persaingan industri yang makin ketat	-3
Rasio Likuiditas	3	Perkembangan teknologi informasi (internet)	-5
<i>Profit Margin</i>	4	Ketersediaan produk yang bergantung pada harga murah yang ditawarkan dealer	-2
Total Aset Perusahaan	4	Stabilitas Politik	-3
RATA – RATA	4,0	RATA – RATA	-3,25
<b>Keunggulan Kompetitif (CA)</b>		<b>Kekuatan Industri (IS)</b>	
Kerjasama yang baik dengan pemasok bahan baku (mendapatkan prioritas bahan model baru )	-1	Laba Usaha	3
Pangsa pasar yang luas dan potensial	-1	Perkembangan Permintaan Pasar	4
Kualitas Produk	-1	Pangsa pasar yang luas	5
Kesetian pelanggan	-1	SDM yang tersedia	4
RATA - RATA	-1	RATA – RATA	4,0

Skor Bobot Total IFA 2,95



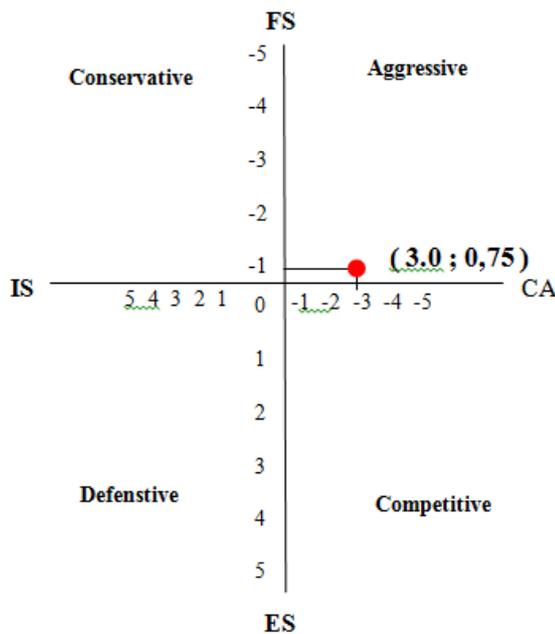
Gambar 3. Posisi UKM Omorfa Matia pada *Matriks IE*

$$\begin{aligned} \text{Sumbu X} &= \text{Rata-rata CA} + \text{Rata-rata IS} \\ &= -1 + 4.0 \\ &= 3 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Sumbu Y} &= \text{Rata-rata FS} + \text{Rata-rata ES} \\ &= 4.0 + -3,25 \\ &= 0,75 \\ (\text{X}, \text{Y}) &= ( 3.0 ; 0,75 ) \end{aligned}$$

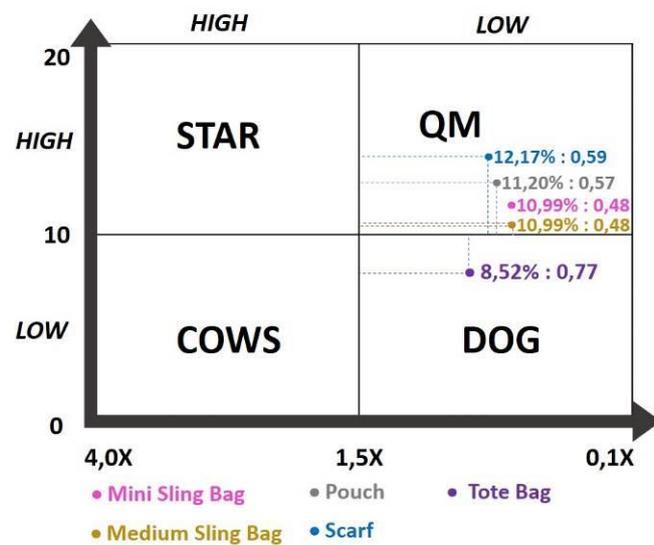
Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka koordinat dari Omorfa matia terletak pada kuadran I (*aggressive*) maka sebaiknya menggunakan strategi sebagai berikut (Gambar 4):

1. Mengembangkan produk versi baru
2. Meningkatkan promosi
3. Pemutakhiran model produk lebih sering, agar lebih mengikuti tren
4. Mengikuti aneka pameran agar pembeli bisa melihat produk secara langsung



Gambar 4. Space Matriks UKM Omorfa Matia

Tahap berikutnya untuk menentukan letak produk pada kuadran BCG dengan menghitung tingkat pertumbuhan pasar dan pangsa relatif. Gambar 5 menjelaskan Matriks BCG UKM Omorfa Matia.



Gambar 5. Matriks BCG UKM Omorfa Matia

**Matriks SWOT**

Matriks SWOT merupakan alat yang dapat membantu proses penyusunan dan pengembangan strategi. Faktor-faktor yang digunakan dalam proses pengembangan strategi adalah *Strengths-Weakness-Opportunity-Threats*. Strategi yang dibentuk menggunakan matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Strategi SWOT Omorfa Matia

	S	W
O	<p>SO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tren bahan kanvas yang semakin meningkat membuat bahan kanvas yang digunakan memiliki kualitas yang tinggi</li> </ul>	<p>WO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Membuka <i>offline store</i></li> <li>Dapat membuat produk <i>custom</i> supaya konsumen dapat memiliki produk bahan kanvas yang disukai</li> </ul>
T	<p>ST</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Memiliki karyawan yang professional untuk membuat produk yang inovatif</li> <li>Kualitas produk yang di berikan bagus maka harga yang ditawarkan agak mahal</li> </ul>	<p>WT</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sering memperbaharui model produk setiap produksi jenis baru supaya pesaing tidak mengikuti</li> </ul>

**Analisa BCG  
UMKM terpilih**

Produk Omorfa Matia yang di produksi adalah *Tote bag, medium Sling bag, mini Sling bag, Pouch, Scarf*, dengan daftar harga jual sebagai berikut :

- a. *Tote bag* : Rp. 300.000,-
- b. *Medium Sling bag* : Rp. 250.000,-
- c. *Mini Sling bag* : Rp. 200.000,-
- d. *Pouch* : Rp. 85.000,-
- e. *Scarf* : Rp. 185.000,-

**Pesaing**

Omorfa Matia bukan satu-satunya UKM yang menjual produk *printing canvas*, salah satu pesaing bagi Omorfa Matia adalah Ideku Handmade. Data yang digunakan untuk analisis BCG adalah volume penjualan dan total volume penjualan Omorfa Matia dan mitra pesaingnya.

Dari hasil analisis BCG ini dapat disimpulkan bahwa Produk Tote bag Omorfa Matia berada pada kategori *Dog*. Walaupun produk *tote bag* ini termasuk pada kategori *Dog*, produk *tote bag* ini memiliki penjualan persentase tertinggi dan mengalami pengurangan minat pembeli tiap tahun. Maka agar produk *tote bag* ini harus tetap dikembangkan agar tidak mengalami penurunan minat konsumen. Oleh karena itu dibutuhkan inovasi pada *tote bag*. Cara untuk meningkatkan daya tarik adalah melalui peningkatan kualitas produk *tote bag* dan pengembangan desain dengan model baru yang unik dan menjawab kebutuhan pasar.

**Benchmark Wheel**

*Benchmarking* merupakan suatu proses pencarian secara berkelanjutan untuk suatu ide-ide dan metode-metode

Tabel 7. Mitra Pesaing

Toko	Ideku Handmade	Kamalika Artprint	Tropis ID
Harga	Rp. 215.000,-	Rp. 425.000,-	Rp. 499.000,-
Produk			
Material	<i>Printing Baby Canvas, Strap Synthetic Leather</i>	<i>Printing Canvas, Polyester Canvas, Strap Leather.</i>	<i>Printing Canvas, Canvas Polos, Strap Leather.</i>
Placement	Indonesia	Indonesia	Indonesia dan Luar Negeri
Promosi	-	Diskon	-
Segmen Pasar	Wanita, usia 18-35 tahun, mahasiswa, wanita karir, golongan menengah ke atas	Wanita, usia 18-35 tahun, mahasiswa, wanita karir, golongan menengah ke atas	Wanita, usia 18-35 tahun, mahasiswa, wanita karir, golongan menengah ke atas.

baru, praktik dan proses, serta salah satu usaha mengadaptasi fitur terbaik, kemudian menerapkannya untuk memperoleh hasil terbaik [9]. *Benchmarking* yang dilakukan pada produk *tote bag* Omorfa Matia adalah:

**Memilih mitra benchmark** (Ideku Handmade, Kamalika Artprint, dan Tropis ID, Tabel 7).

**Key performance indicator** yang dipakai adalah teori Kotler & Keller, Hermawan, Lilian tentang pemasaran dan tentang pengguna, produsen, perupa / visual, serta fungsi (Tabel 8).

**Adaptasi**

- a. Rekomendasi Pengguna
- b. Rekomendasi Produsen / Produksi
- c. Rekomendasi Fungsi
- d. Rekomendasi Perupa / Visual
- e. Rekomendasi Pemasaran
- f. Rekomendasi Sistem Distribusi

**Rekomendasi Produsen / Produksi**

Gambar 6 menjelaskan tentang fitur yang akan digunakan untuk produk dari UKM Omorfa Matia.



Gambar 6. Fitur pada Pesaing.

Bagian yang akan di adopsi dari produk pesaing Ideku Handmade adalah menambahkan ring D, kaitan pada bagian samping, memberikan tali panjang yang memiliki material kulit sintetis dan ring jalan dengan material *black nickel*.

**Rekomendasi Fungsi**

Gambar 7 menjelaskan tentang fitur lainnya yang akan di adopsi ke produk yaitu penambahan sekat pada bagian dalam tas dan beberapa kantong di dalam dan di luar tas.



Gambar 7. Fitur Sekat Dalam Tas dan Kantong Bagian Samping

**Pengembangan Konsep Desain**

Berdasarkan hasil analisis maka disusunlah konsep pengembangan produk *tote bag* sebagai berikut:

1 (satu) set produk untuk masa *new normal* yaitu *tote bag*, *strap*, wadah *hand sanitizer*, masker dan *face shield* yang

Tabel 8. Search Pesaing.

Komponen Benchmark	Performance Indicator	Omorfa Matia	Ideku Handmade	Tropis ID
Pengguna	Geografis	Indonesia	Indonesia	Indonesia dan luar negeri
	Demografi	Wanita	Wanita	Wanita
	Psikografi	Pecinta Produk Lokal	Pecinta Produk Lokal	Pecinta Produk Lokal
	-	Penggemar desain unik/khas	Penggemar desain unik/khas	Penggemar desain unik/khas
	-	Penggemar desain unik/khas	Penggemar desain unik/khas	Penggemar desain unik/khas
-	Anggaran di atas 250 ribu	Anggaran di bawah 250 ribu	Anggaran di bawah 250 ribu	
Produsen / Produksi	Material / Jenis Material	Badan tas <i>printing canvas</i>	Badan tas <i>printing canvas</i>	Badan tas <i>printing canvas</i>
		Strap Kanvas	Strap Synthetic Leather	Strap Kanvas
		Furing Suede	Furing Spunbond	Furing Spunbond
	Mesin / Jenis mesin produksi	Mesin untuk print kain	Mesin untuk print kain	Mesin untuk print kain
		Mesin Jahit	Mesin Jahit	Mesin Jahit
Fungsi	Strap	Strap Pendek untuk membawa tas di bahu	Strap Pendek untuk membawa tas di bahu	Strap Pendek untuk membawa tas di bahu
	Kompartemen / fitur sekat	2 Sekat dibagian dalam tas	6 Sekat dibagian dalam tas	3 Sekat dibagian dalam tas
	Bahan Kemasan	Plastik	Paperbag	Plastik
Strategi Pemasaran	Jenis Promosi	Melakukan program <i>discount</i>	Melakukan program <i>discount</i> serta <i>giveaway</i>	Melakukan program <i>discount</i>
	Jumlah marketplace	shopee, whatsapp	tokopedia	tokopedia, whatsapp, line
	Jumlah Reseller distributor	Tidak memiliki reseller	Tidak memiliki reseller	Tidak memiliki reseller
	Jumlah toko fisik	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
	Konten Instagram	informasi produk dan promosi produk	informasi produk dan promosi produk	informasi produk dan promosi produk
	Frekuensi posting	0-2 post/ hari	2-5 post/ hari	1-3 post/ hari
	Whatsapp	sebagai media pemesanan produk	Tidak ada whatsapp	digunakan sebagai media pemesanan produk
	Sistem Packaging			
Sistem Distribusi	Pengiriman/ transportasi	Kurir	Kurir	Kurir
	Pengaturan staf distribusi	Langsung dari gudang	Langsung dari gudang	Langsung dari gudang

bisa dibawa untuk berpergian keluar rumah. Desain *tote bag* ini memiliki fitur beberapa *slot* di bagian dalam *tote bag* (tempat botol minum, tempat alat tulis, tempat makan, tempat alat sholat, tempat *tissue* dan masker), satu kantong di bagian luar *tote bag* (tempat *handwash* dan disinfektan) dan gantungan untuk wadah *hand sanitizer*.

Maka kriteria desain yang ditetapkan adalah:

1. Memiliki ukuran yang pas atau sesuai (tidak terlalu besar atau kecil)
2. Menggunakan risleting supaya aman saat membawa banyak barang
3. Bahan lapisan *furing suede* halus.
4. Memiliki beberapa kantong didalam dan di luar.

**Pengembangan Ide (SCAMPER)**

Setelah konsep desain dilanjutkan dengan pengembangan ide. Teknik *Scamper* dapat digunakan untuk mengubah sebuah produk menjadi produk yang lebih inovatif. Setiap huruf pada kata *Scamper* menandakan sebuah arti sesuai dengan huruf awal, kata-kata yang memiliki arti tersebut terdiri dari *Subtitute, Combine, Adapt, Modify, Put to Another Use, Eliminate, Reverse* [10]. Kemudian dari *Scamper* itu yang akan dipilih:

**1. Combine**

Menggabungkan bahan *webbing* katun untuk strap pendek dan bagian dalam tas dengan kombinasi bahan *drill* untuk slot sebagai fitur tempat menyimpan peralatan kebutuhan dengan kain *suede* untuk *furing*.

**2. Adapt**

Penggunaan fitur *strap* panjang, fitur slot pada bagian dan dalam bagian luar, bahan bagian *strap* pendek yaitu *webbing*, bentuk totebag *boxy* atau persegi panjang, fitur wadah *hand sanitizer* dan *face shield-hat* pada produk pesaing akan di adaptasi untuk produk yang akan di *re-desain*.

**3. Modify**

- a. Ukuran produk menjadi lebih kecil dari produk sebelumnya
- b. Bentuk kantong di bagian depan bisa untuk satu kantong atau beberapa yang menggunakan kancing magnet
- c. Modifikasi pada bentuk maker *earloop* dengan tambahan sambungan berbahan katun untuk jadi masker untuk pengguna berhijab.

Gambar 8 menunjukkan inspirasi produk yang digunakan yang didapat dari metode *SCAMPER*.

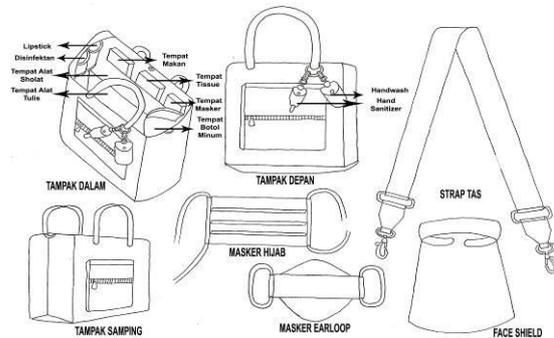


Gambar 8. Inspirasi Produk.

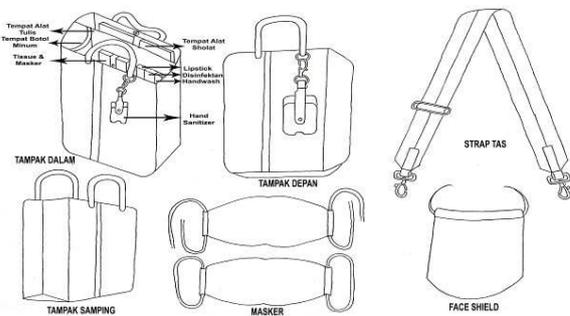
Berdasarkan hasil *SCAMPER* ini ditambahkan beberapa detail, bentuk yang menjadi inspirasi yang akan hingga hasilnya adalah *Desain Platform*.

**Desain Platform**

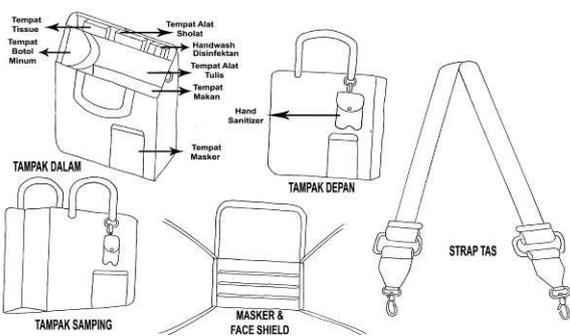
Dari *SCAMPER* ini dibuat berbagai desain *platform* seperti dapat dilihat pada Gambar-gambar 9, 10, dan 11. Selanjutnya dari ketiga *desain platform*, dipilih desain *platform 1* untuk dikembangkan menjadi desain alternatif.



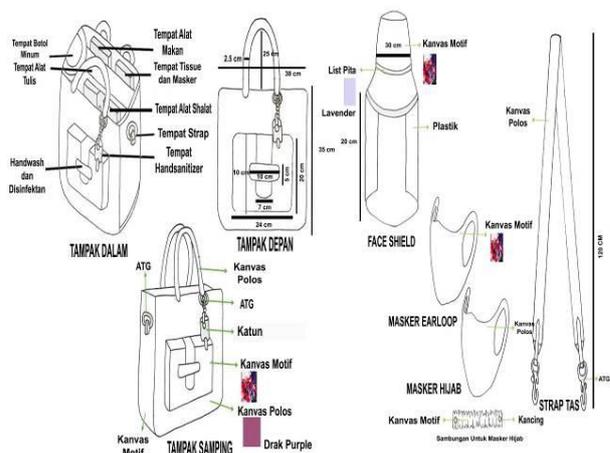
Gambar 9. Desain Platform 1



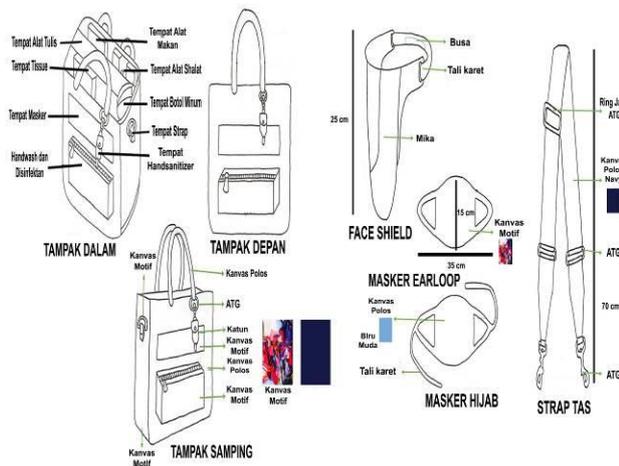
Gambar 10. Desain Platform 2.



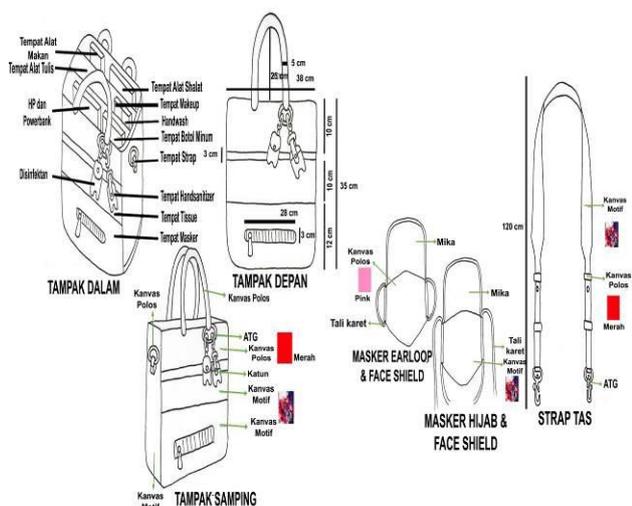
Gambar 11. Desain Platform 3.



Gambar12. Alternatif desain 1A.



Gambar 13. Alternatif desain 1B.



Gambar 15. Desain terpilih.

Gambar 14. Alternatif desain 1C.

### Alternatif Desain

Dari platform desain ini dibuat berbagai alternatif desain seperti dapat dilihat pada Gambar-gambar 12, 13, dan 14.

### Desain Akhir

Pemilihan desain yang akan dikembangkan menjadi rangkaian desain-koleksi adalah alternatif 1A. Karena paling sesuai dengan karakter UKM Omorfa Matia dan memiliki fitur-fitur yang sesuai untuk bepergian ke luar rumah di masa *new normal*. Desain dibuat satu set produk yang terdiri dari *tote bag*, *strap* panjang, *face shield*, wadah *hand sanitizer*.

Bahan *tote bag* bagian luar menggunakan *full printing canvas* motif, bagian dalam kain *suede* halus berwarna *cream* dan slot menggunakan kain katun polos warna *baby pink*, menggunakan *ristleting* plastik berwarna *baby pink* dan strap pendek tali *webbing* warna *baby pink*.

Terdapat ada dua jenis desain masker, yaitu model *earloop* dan tali belakang untuk pengguna berhijab. Bahan yang digunakan untuk sambungan tipe masker hijab adalah kain *printing canvas* dan kancing berwarna *cream*. *Strap* panjang menggunakan kain *printing canvas* motif dan kaitan *black nickel*. *Face shield* dibuat dengan menambahkan dengan topi bahan *printing canvas* yang disatukan dengan plastik mika (Gambar 15).

## I. KESIMPULAN/RINGKASAN

Dapat disimpulkan bahwa produk yang akan diproduksi memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Produk menggunakan kain *printing canvas*.
2. Terdiri dari 1 (satu) set produk untuk masa *New Normal* yang terdiri dari *tote bag*, *strap* panjang, *face shield*, *strap* panjang, wadah *hand sanitizer*.
3. *Tote bag* ini memiliki fitur slot di bagian dalam (tempat botol minum, tempat alat tulis, tempat alat makan, tempat alat sholat, tempat *tissue* dan masker), kantong di bagian luar (tempat *handwash* dan disinfektan) dan gantungan untuk wadah *hand sanitizer*.
4. Rancangan produk sedikit berubah dari konsep pada segi materialnya untuk bagian *furing* awalnya menggunakan bahan *spunbond* menjadi *suede* dan slot menggunakan kain katun polos.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan, bimbingan serta kerjasama dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan artikel ini. Khususnya penulis menyampaikan terima kasih kepada pemilik UKM Omorfa Matia dan dosen mata kuliah Studio DP 4 di Universitas Trilogi Jakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fitrianny, Russanti. 2019. Pengaruh Berat Lem Kayu Terhadap Hasil Jadi Aplikasi Kain Goni Pada Tote Bag. Vol .08 No 3. Hal. 143 - 149
- [2] Maulida. F. S. (2016). "Perancangan Motif yang Terinspirasi dari Motif Batik Tasikmalaya untuk Remaja dengan Teknik Digital Printing" e-Proceeding of Art & Design : Vol.3, No.1 April 2016. Hal. 43
- [3] Andriana Y.F . "Digital Printing Motif on Muslim Fashion Trend in Indonesia ". In: Hassan F., Osman I., Kassim E., Haris B., Hassan R. (eds) Contemporary Management and Science Issues in the Halal Industry. Springer, Singapore. (2019)
- [4] UU KMK No. HK.01.07-MENKES-382-2020 ttg Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan Covid-19
- [5] Judianto. O, Hapsari. P .A. (2018). "Perancangan Sepatu Wanita Ready to Wear Berbahan Kertas Kraft". Jurnal Desain IDEA Vol. 17, No.2, Oktober 2018
- [6] Dr. J.R. Raco, M. M. (2010). Metode Penelitian Kualitatif : Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya.Cikarang: Grasindo.
- [7] Zulhiana. M, Suliantoro. H, Purwaningsih. R. (2016). "Pemilihan Strategi Bisnis Dengan menggunakan Metode Quantitative Strategy Planning Matrix pada UKM Batik Banyumas". Industrial Engineering Online Journal : Vol. 4, No. 4 April 2016.
- [8] Putra Y.S. (2013). "Analisis Matriks Boston Consulting Grup (BCG) Pada Sepeda Motor Milik Honda". Jurnal Stieama : Vol 7 No.13 2013
- [9] Putra. B. P. Y, Wulandari. S, Sagita. B. H. (2019). "Perancangan Progam Komunikasi Pemasaran Tas Pada UKM Levaya Menggunakan Metode Benchmarking". JISI: JURNAL INTEGRASI SISTEM INDUSTRI : Volume 6 No 2 Agustus 2019
- [10] Saputri. S. M, Nursari. F. (2018). "Perancangan Busana Activewear Berdasarkan Trent Forecasting 2019/2020". e-Proceeding of Art & Design : Vol.5, No.3 Desember 2018