

**PERANCANGAN SENDAL HYBRID BERDASARKAN ASPEK FUNGSI DI
CV. BEARPATH
FOOTWEAR HYBRID DESIGN BASED ON FUNCTIONAL ASPECT IN CV.
BEARPATH**

Muhammad Hilmy Rozin ¹, Fajar Sadika², Chris Chalik³
^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

madmyroz@student.telkomuniversity.ac.id¹, fajarsadika@telkomuniversity.ac.id²,
chrischalik@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak

Bearpath merupakan sebuah brand sandal. Brand ini memiliki sandal yang umumnya diperuntukan untuk berkegiatan di luar ruangan yang mengutamakan kenyamanan dan daya tahan dari produk sandal tersebut. Dari data yang didapat sejak bulan januari tahun 2019 hingga September 2020 Bearpath cenderung mengalami penjualan yang kurang stabil, hal itu didukung oleh awareness masyarakat yang rendah terhadap brand Bearpath serta variasi dan model fitur dari produk yang kurang beragam jika dibandingkan dengan brand Kompetitor. Untuk itu pada perancangan ini bearpath ingin merancang sebuah sandal yang memiliki konsep hybrid namun tanpa mengganti bentuk sol dan tanpa mengubah material yang telah di pakai oleh Bearpath. Inilah yang membuat penulis merancang sandal hybrid yang dapat menggabungkan antara dua jenis alas kaki namun tidak menghilangkan karakteristik dari brand Bearpath tersebut.

Kata Kunci : *Hybrid*, sandal, sepatu, tertutup

Abstract

Bearpath is a brand of sandals. This brand has sandals that are generally intended for outdoor activities that prioritize the comfort and durability of the sandal product. From the data obtained from January 2019 to September 2020 Bearpath tends to experience less stable sales, this is supported by low public awareness of the Bearpath brand as well as variations and feature models of products that are less diverse when compared to the Competitor brand. For this reason, in this design, bearpath wants to design a sandal that has a hybrid concept but without changing the shape of the sole and without changing the material that has been used by Bearpath. This is what makes the author design a hybrid sandal that can combine two types of footwear but does not eliminate the characteristics of the Bearpath brand.

Keywords: *redesign, work desk, home offic e, function*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Industri fashion di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Salah satu UKM yang berfokus pada fashion alas kaki adalah Bearpath. Bearpath merupakan sebuah *brand* yang bergerak di bidang alas kaki yang berfokus pada sandal, yang berdiri sejak tahun 2010 namun baru mengalami rebranding pada tahun 2016 dan berlokasi di Jl. H. Mesri no. 20 Bandung. *Brand* ini memiliki sandal yang umumnya diperuntukan untuk berkegiatan di luar ruangan yang mengutamakan kenyamanan dan daya tahan

dari produk sandal tersebut. Dari data yang didapat sejak bulan januari tahun 2019 hingga September 2020 Bearpath cenderung mengalami penjualan yang kurang stabil, hal itu didukung oleh *awareness* masyarakat yang rendah terhadap *brand* Bearpath serta variasi dan model fitur dari produk yang kurang beragam jika dibandingkan dengan *brand* kompetitor. Untuk itu pada perancangan ini bearpath ingin merancang sebuah sandal yang memiliki konsep *hybrid* namun tanpa mengganti

Bentuk sol dan tanpa mengubah material yang telah di pakai oleh Bearpath. Sesuai

dengan *tagline* Bearpath “*better grow outside*” maka sandal ditujukan untuk penggunaan di luar ruangan. *Hybrid* yang dimaksud oleh bearpath adalah sandal yang memiliki fungsi lain namun masih dalam bentuk alas kaki, utamanya adalah sandal yang dapat memiliki fungsi seperti sepatu yang dapat menutupi seluruh bagian kaki. Inilah yang membuat penulis merancang sandal *hybrid* yang dapat menggabungkan antara dua jenis alas kaki namun tidak menghilangkan karakteristik dari *brand* Bearpath tersebut. Produk ini diharapkan tidak hanya menambah aspek fungsi dari pada produk yang sudah ada sebelumnya. Namun juga dapat membantu dari keefektifitasan pengeluaran serta dapat mengawali inovasi – inovasi baru di zaman yang akan datang.

1.2 Metode Penelitian

A. Pendekatan Penelitian

Perancangan ini menggunakan metodologi pendekatan kualitatif yang memiliki karakteristik alami (natural setting) sebagai sumber data langsung, deskriptif, proses lebih dipentingkan dari pada hasil, analisis dalam penelitian kualitatif. Menurut Creswell adalah suatu gambaran yang lebih kompleks, laporan terinci dari pandangan responden dan melakukan studi situasi yang alami. Dalam hal ini penelitian yang digunakan yakni penelitian studi kasus (case study) pada client. Pada penelitian ini digunakan metodologi dengan pendekatan kualitatif, dengan maksud untuk memperoleh informasi mengenai fasilitas penunjang yang dibutuhkan oleh pengguna sandal sesuai dengan fungsi dan material fasilitas yang dibutuhkannya..

B. Teknik Pengumpulan Data Pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan ini adalah studi literatur dan teknik observasi.

C. Pendekatan Perancangan

Dengan menggunakan analisis aspek sebagai penunjang dalam perancangan ini, antara lain adalah aspek fungsi (primer dan sekunder), aspek material dan aspek rupa.

D. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data merupakan metode atau cara untuk mengatur sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi lebih mudah untuk dipahami dan juga berguna untuk menemukan solusi

permasalahan, yang terutama adalah masalah yang mengenai sebuah penelitian. Adapun teknik analisis data dari perancangan ini adalah dengan menggunakan metode SCAMPER dan TOR. Teknik SCAMPER digunakan untuk mendapatkan ide-ide original dengan proses kreatif yang berkembang pada persiapan, konsentrasi, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi (Serrat, 2017).

2. Dasar Teori

2.1 Pengertian Perancangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, perancangan mempunyai arti kata yaitu “proses atau perbuatan merancang”. Sedangkan, perancangan produk merupakan menerjemahkan persyaratan permintaan yang sesuai untuk diproduksi. (Prasetya dan Lukiasuti, 2009:62

2.2 Pengertian Multifungsi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia multifungsi merupakan sesuatu yang memiliki berbagai fungsi atau tugas. Dapat diartikan bahwa sandal multifungsi merupakan sandal yang memiliki lebih dari satu fungsi atau cara pakai, pada dasarnya sandal multifungsi memiliki fungsi yang sama dengan sandal lain namun sandal multifungsi memiliki nilai lebih dibandingkan dengan sandal pada umumnya. Sehingga perancangan sandal hybrid memiliki lebih dari satu cara penggunaan dan fungsinya.

2.3 Segmentasi, Targetting, dan Positioning

A. Segmentasi

Segmentasi merupakan strategi dimana pengelompokan dan pemilihan konsumen adalah strategi yang sangat penting. Strategi ini bertujuan untuk menghindari persaingan langsung di pasar dengan membedakan penawaran berdasarkan harga, kemasa, daya tarik promosi dan lain sebagainya. Menurut Schiffman dan Kanuk yang dialih bahasakan oleh Zoelkifli Kasip (2008:37), segmentasi pasar adalah : “Segmentasi pasar dapat didefinisikan sebagai proses membagi pasar menjadi irisan – irisan konsumen yang khas yang mempunyai kebutuhan atau sifat yang sama dan kemudian memilih satu atau lebih segmen yang akan dijadikan sasaran bauran pemasaran yang berbeda.” Perencanaan segmentasi pasar digunakan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan berbagai macam kelompok konsumen yang lebih spesifik, sehingga barang dan jasa khusus dapat dikembangkan dan ditingkatkan

untuk memuaskan kebutuhan setiap kelompok. Pembagian pasar konsumen dapat disegmentasikan menjadi empat variabel kelompok besar, yaitu: variabel geografis, demografis, psikografis, dan perilaku. Pemasar diharuskan menggunakan kombinasi dari keempat variabel tersebut untuk memperoleh cara segmentasi yang terbaik Suprpti. 2010:39).

1) Segmentasi Geografis, adalah pembagian pasar menjadi unit geografis yang berbeda, seperti negara, negara bagian, wilayah, provinsi, kota atau komunitas.

2) Segmentasi Demografis, tentang segmentasi populasi, membagi pasar menjadi beberapa kelompok berdasarkan variabel demografis seperti usia, ukuran keluarga, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, kebangsaan, dan kelas sosial.

3) Segmentasi Psikografis, merupakan pembagian pasar menjadi kelompok – kelompok yang berbeda berdasarkan nilai, gaya hidup dan kepribadian.

4) Segmentasi Perilaku, merupakan pembagian pasar menjadi kelompok – kelompok yang berbeda berdasarkan pengetahuan, sikap, pemakaian, atau tanggapan mereka terhadap suatu produk.

B. Targetting

Targetting merupakan tahapan lanjutan setelah analisis segmentasi. Targetting bertujuan untuk menentukan target market atau sasaran pasar, yaitu beberapa segmen pasar yang akan menjadi fokus pemasaran (Kasali, 2000). Targetting dapat menjadi salah satu upaya untuk seleksi sasaran pasar dengan memfokuskan kegiatan pemasaran atau promosi pada beberapa segmen saja. Pemasar dapat memilih menggunakan lebih dari satu segmen sekaligus untuk target. Dua fungsi targetting memiliki fungsi untuk menyeleksi pasar sesuai dengan kriteria khusus, dan menjangkau sasaran untuk mengkomunikasikan nilai.

C. Positioning

Positioning adalah bagaimana cara menempatkan produk kedalam pikiran konsumen, sehingga membuat calon konsumen memiliki fokus pemikiran tertentu dan dapat mengerti lebih dalam produknya dengan produk tersebut. Positioning merupakan tahapan yang sangat penting dalam pemasaran, terutama untuk produk yang memiliki tingkat persaingannya sudah sangat tinggi.

2.4 Aspek Desain

A. Aspek Fungsi (Primer dan Sekunder)

Menurut Palgunadi, Bram (2008:15) fungsi merupakan aspek yang sangat penting dalam perancangan, seorang perancang harus memahami berbagai masalah yang berkaitan dengan fungsi yang diinginkan pada sebuah produk serta hubungannya dengan manusia. Dalam sebuah produk, terdapat dua macam fungsi:

1) Fungsi primer

Merupakan fungsi utama sebuah produk rancangan. Fungsi ini merupakan fungsi yang sangat penting. Contoh: produk gergaji listrik fungsi primernya dipenuhi dengan fasilitas mekanisme pemotong kayu, oleh karena itu fungsi utamanya adalah pemotong kayu.

2) Fungsi sekunder

Merupakan fungsi turunan dari sebuah produk. Fungsi ini ditentukan untuk mendukung fungsi primer. Seperti pada gergaji listrik, fungsi sekundernya dipenuhi dengan fasilitas lain seperti tombol, pemegang, case, dsb.

B. Aspek Rupa

Menurut Bram Pagunaldi (dalam Prasetyo, 2008) pengaplikasian dari aspek rupa dapat terasa langsung dalam suatu benda, barang, produk komersial dan produk consumer. Desainer ataupun perancang harus mampu memahami segala permasalahan dalam aspek rupa pada produk yang berhubungan dengan lingkungan dan manusia sebagai penggunaanya.

1) Warna

Menurut Wong (dalam Nugraha, 2015) warna dapat didefinisikan secara objektif atau fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan atau secara subyektif atau psikologis sebagai bagian dari pengalaman indra penglihatan. Secara psikologis, warna dapat dikategorikan kedalam hue (corak warna atau rona warna), value (gelap – terang warna atau tua – muda warna), dan chroma (murni – kotor warna).

2) Bentuk

Menurut Bram Pagunaldi (dalam Prasetyo, 2008) bentuk atau rupa dibagi menjadi dua yaitu form dan shape. form tidak hanya dilihat saja tetapi juga terdapat unsur nilai didalamnya. Sedangkan shape adalah bentuk yang tidak memiliki unsur penjiwaan dan hanya sekedar dilihat dari sifat bentuknya saja seperti ornament, melingkar, dll.

3) Tekstur

Tekstur dapat digambarkan dengan penglihatan atau sentuhan. Rasa yang muncul terjadi dari

sentuhan akan membuat seseorang bisa merasakan suatu hasil yang selalu nyata terkait dengan rabaan seperti kaca, kulit pohon, atau batu. Sedangkan melalui mata, seseorang dapat mempersepsikan tekstur secara gambaran visual.

C. Aspek Material

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata material memiliki arti bahan yang akan dipakai untuk membuat barang lain, atau dapat dikatakan sebagai bahan baku. Bahan baku atau yang biasa disebut Raw Material merupakan bahan mentah yang akan diolah menjadi barang jadi sebagai hasil utama dari suatu perusahaan yang bersangkutan. (Kurnia, dkk, 2018)

Menurut Palgunadi, Bram (2008 : 14) fungsi merupakan suatu aspek yang sangat penting dan baku, seorang perancang harus memahami masalah- masalah yang berkaitan dengan fungsi yang terdapat pada sebuah produk serta hubungannya dengan manusia. Terdapat dua macam fungsi, yakni fungsi primer dan fungsi sekunder. Fungsi primer merupakan fungsi utama atau yang sangat penting dari sebuah produk atau sistem. Sebagai contoh, produk gergaji listrik fungsi primernya dipenuhi dengan fasilitas mekanisme pemotong kayu, maka dari itu, fungsi utamanya adalah pemotong kayu. Fungsi sekunder merupakan fungsi yang ditambahkan pada suatu produk atau sistem, bisa diartikan sebagai fungsi yang kurang penting disbanding dengan fungsi primer. Sebagai contoh, produk gergaji listrik untuk fungsi sekundernya dipenuhi dengan fasilitas lain seperti tombol listrik, saluran kabel listrik, pemegang, pelindung, *case*, pembuang debu dan lain sebagainya.

A. Aspek Sekunder

Aspek sekunder merupakan aspek desain yang sifatnya penting (*important design aspects*) atau yang berskala prioritas menengah (*medium priority design aspects*) (Palgunadi, 2008). Aspek sekunder yang ditunjukkan dalam perancangan ini adalah aspek material.

Menurut Palgunadi, Bram (2008 : 264) material memiliki peran yang sangat penting dalam perencanaan suatu produk. Sebagian besar tampilan akhir produk, bisa sangat berpengaruh terhadap material yang diputuskan perencana untuk digunakan dalam rancangannya. Sifat material lazimnya dapat

diklasifikasikan, antara lain material ditinjau dari segi kimiawi, segi fisik dan mekanis, segikemampuan bahan, segi bentuk dan sifat permukaan luar material, segi bentuk dan sifat bagian dalam material, segi asal bahan termasuk asal lingkungan dan geografinya, segi jenis bahan, segi bentuk dan profil bahan serta dari segi dampak yang dihasilkan. Sifat-sifat dari material tersebut sangatlah penting dikuasai oleh perencana karena dapat berpengaruh terhadap kemampuan dan perilaku material pada saat dilakukan berbagai proses seperti proses pembentukan, pengolahan, pemesinan dan lain sebagainya.

B. Aspek Tersier

Aspek tersier merupakan aspek desain yang sifatnya tidak penting (*unimportant design aspects*) atau yang berskala prioritas rendah (*low priority design aspects*) (Palgunadi, 2008). Aspek tersier yang ditunjukkan dalam perancangan ini adalah aspek rupa. Rupa atau tampilan merupakan aspek yang berkaitan erat dengan penampilan rupa secara visual pada suatu produk, benda atau lainnya. Perencana harus memiliki kemampuan untuk bisa melakukan proses pengolahan rupa. Dalam hal ini, perencana dituntut untuk memiliki kemampuan pengolahan rupa pada dua dunia yakni secara virtual dan nyata (Palgunadi, 2008).

- Bentuk

Mengolah tampilan bentuk merupakan sebuah kemampuan perencana untuk dapat menyatakan bentuk tertentu, baik secara dua dimensi maupun tiga dimensi. Perencana dapat melakukan pembentukan rupa berdasar pada kedua dasar pembentukan, yakni alam dan geometris. Disain bio (*bio design*), yakni proses pengolahan rupa berdasar pada bentuk-bentuk yang bersumber dari alam. Umumnya memiliki bentuk dasar yang cenderung tidak teratur, acak, tidak berulang, tidak terukur, luwes, hidup dan lain sebagainya. Sedangkan disain geo (*geo design*) yakni proses pengolahan rupa berdasar pada bentuk-bentuk geometrik. Umumnya memiliki bentuk yang cenderung teratur, tidak acak, sangat terukur, bisa berulang, tekesan kaku,

tidak luwes dan lain sebagainya (Palgunadi, 2008).

- Warna

Warna dapat diartikan sebagai sifat cahaya yang dipancarkan atau secara subjektif atau psikologis dari pengalaman pada indera pengelihatan. Warna memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari karena warna dapat memberikan pengaruh tertentu terhadap perangai, perasaan maupun jiwa. Tanpa disadari warna juga telah memengaruhi emosi manusia seperti marah, sedih berangan- angan, memberi semangat kerja dan lain sebagainya. Psikologi warna adalah bidang kajian yang meneliti interaksi antara warna, kognisi, dampak yang dirasakan dan perilaku, dan mempertimbangkan faktor budaya (Cyr, 2010; Madden, 2000), respon emosional (Valdez, 1994; Kwallek. 1988) dan pengaruh padaperilaku khususnya di sekitar respons konsumen (Berllizzi, 1992; Labrecque, 2012; Lichtle, 2007).

Tabel 2.1 Karakteristik Warna dan Dampak Psikologinya

Karakteristik Warna	Dampak Psikologis
Coklat	Identik pada penggunaan kayu yang merupakan bahan alami, yang dapat menciptakan suasana hidup, menimbulkan kesan serius namun sangat lembut dan hangat. Cokelat juga menciptakan perasaan utuh dan terlindungi melalui hubungan dengan warna-warna tanah. Namun penggunaan warna coklat harus tetap dikendalikan dan dibatasi. Sebab dapat mengakibatkan perasaan depresi.
Hijau	Ketika digunakan di interior, memiliki efek santai, menenangkan dan menyegarkan yang mengingatkan pada alam

	dan ketenangan. Misalnya menggunakan untuk kamar ridur, tempat yang digunaan untuk relaksasi. Mempertimbangkan hal ini, institusi kesehatan memilih menggunakan warna hijau tampaknya memiliki pendekatan yang tepat.
Biru	Pada interior yang dominan berwarna biru, memberikan efek yang lebih menenangkan dan rileks. Dianggap sebagai warna dingin.
Hitam	Warna hitam melambangkan kesan mewah dan elegan dalam ruangan. Mampu menciptakan suasana yang cenderung serius. Namun apabila warna hitam memenuhi ruangan cenderung menciptakan perasaan tertekan Karena dapat Menyerap semua cahaya yang diterimanya.

3. Hasil dan Analisa Aspek

3.1 Aspek Desain

Aspek desain adalah unsur desain yang dibutuhkan dalam perancangan sendal. Data dari aspek desain ini akan mempengaruhi proses desain, aspek desain memiliki tingkatan kebutuhan yang berbeda-beda. Hal tersebut tergantung pada fokus aspek desain yang akan digunakan. Penempatan aspek desain berdasarkan kebutuhan penelitian yang memfokuskan kepada fungsi sendal.

Tabel 3.1 Aspek Desain Perancangan

Aspek Primer	Aspek Sekunder
Aspek Material (Sol, Upper)	Aspek warna

3.2 Kajian Aspek Desain

A. Aspek Primer

Sendal merupakan alaskaki yang memiliki bahan material atau komponen utama berupa karet atau plastik sebagai sol dan bagian *upper*. Dalam perancangan sendal ini terdapat beberapa elemen material utama yang harus ada dan merupakan komponen primer sendal, diantaranya

adalah:

1) Upper

Pada bagian upper sandal biasanya menggunakan bahan neoprene, mesh, atau bahan tekstile lainnya. Akan tetapi pada perancangan ini memilih menggunakan bahan upper utama dari bahan neoprene, karena memiliki tingkat kenyamanan dan kelenturan yang lebih dibandingkan bahan material yang lain. Selain itu pada bagian upper terdapat satu bagian yang dapat di lepas pasang sesuai dengan kebutuhan pengguna, ketika bagian tersebut dipasang maka bentuk sandal akan berubah menjadi sepatu dimana semua bagian sandal akan tertutup dan tidak memiliki rongga, sehingga dapat disebut memiliki fungsi seperti sepatu dan dapat melindungi kulit kaki dari paparan sinar matahari yang sebelumnya upper sandal masih terbuka.

2) Sol

Sole sandal memiliki beberapa komponen utama yaitu outsole, midsole, dan insole, pada bagian sole pada umumnya menggunakan material karet sintetis (rubber) atau bahan material ethylene vinyl acetate (EVA), namun pada perancangan ini material sole menggunakan bahan karet sintetis karena lebih mudah untuk dibentuk berdasarkan desain yang telah dirancang, mudah mengatur tingkat kekerasan dan tidak membutuhkan waktu yang lama. Jenis sole berbahan rubber memiliki kelebihan tingkat kelunakan yang lebih lunak dari pada sole jenis EVA pabrikan. Sehingga akan lebih nyaman ketika memakai sandal yang memiliki bahan sole dari rubber.

B. Analisa Aspek Material

B. Aspek Sekunder

Dalam perancangan ini aspek warna pada sandal menjadi aspek sekunder, karena dari segi aspek warna desain sandal, memiliki dua warna utama yang ada pada bagian *upper* bagian depan sampai dengan tengah dan pada bagian belakang. Warna pada bagian belakang upper sandal memiliki corak warna yang menonjol untuk mengekspose bagian belakang upper sandal yang dapat dilipat atau diinjak. Ketika *upper* bagian belakang sandal di injak maka warna sandal akan cenderung terlihat seperti satu warna saja.

3.3 Tabel Analisa Aspek Desain

A. Analisa Aspek Fungsi

Hal yang menjadi fokus utama pada perancangan ini adalah aspek fungsi. Aspek ini berupa bentuk sandal dan fitur tambahan pada sandal yang dapat bertransformasi menjadi sepatu agar sandal ini dapat memiliki fungsi seperti

sepatu. Bentuk sandal harus memiliki beberapa kriteria yang dapat menonjolkan fungsinya sebagai sandal / alas kaki. Yaitu dapat melindungi telapak kaki, tanpa membebani kaki dengan berat / bentuk sandal yang kurang nyaman terhadap telapak kaki.




Tabel 3.2 Analisa Aspek Fungsi

No	Aspek	 Konsep 1	 Konsep 2	 Konsep 3
1.	Simpel	√	-	√
2.	Kuat	-	-	-
3.	Mudah dalam Penggunaan	-	-	√
4.	Ringan	√	-	-
5.	Anti Slip	√	√	-
Jumlah		3	2	2

Berdasarkan hasil analisa tabel diatas dapat disimpulkan, kompartemen penyimpanan yang terpilih adalah pada konsep satu. Konsep ini terpilih karena memiliki tiga dari lima aspek yang ada diantaranya: simple, mudah dalam penggunaan, dan ringan. Dua aspek lain kurang memenuhi karena tidak memiliki daya kekuatan yang kuat dan tidak anti slip, sehingga kebutuhan itu bisa di temukan pada konsep nomor dua. Namun pada konsep nomor tiga, kurang memiliki aspek yang dibutuhkan.

Aspek material merupakan aspek kedua yang penting dalam perancangan ini, Aspek ini dipilih untuk menunjang kenyamanan dari pemakai sandal. Untuk itu aspek material yang ditambahkan adalah berupa bahan upper yang dapat dibongkar pasang pada bagian sandal agar dapat melindungi kaki. Bahan upper akan dipasangkan pada bagian punggung kaki dan pada bagian pergelangan kaki supaya dapat menutupi kaki.

Tabel 3.3 Analisa Aspek Material

No	Aspek	 Noeprene	 Parasut	 Mesh
1.	Lentur	√	-	√
2.	Kuat	-	√	-
3.	Anti Air	√	√	√

4.	Ringan	-	√	-
5.	Tahan Lama	√	√	-
Jumlah		3	4	2

Berdasar hasil analisa dengan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa bahan parasut terpilih berdasarkan jumlah yaitu 4 dari 5 aspek karena kuat, anti air, ringan dan tahan lama. Namun aspek lentur tidak dimiliki oleh bahan parasut. Sehingga aspek ini bisa diambil atau dikombinasikan dengan bahan neoprene atau bahan mesh. Akan tetapi bahan material mesh memiliki banyak kekurangan dari segi aspek yang dibutuhkan.

C. Analisa Aspek Rupa

Aspek rupa adalah aspek yang berhubungan langsung dengan konsumen dari client (Bearpath). Analisa aspek rupa diharapkan dapat memberikan gambaran terhadap konsep perancangan sandal. Berikut ini merupakan tiga produk existing dari sandal yang akan dianalisa berdasarkan aspek rupa sebagai acuan dalam perancangan.

Tabel 3.4 Analisa Aspek Rupa

No	Aspek	 Produk 1	 Produk 2	 Produk 3
1.	Simpel	√	-	√
2.	Warna Netral	√	√	-
3.	Desain Trendi	√	-	√
4.	Casual	-	-	-
Jumlah		3	1	2

Berdasar hasil analisa dengan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa produk nomor satu memiliki tiga jumlah poin, sedangkan pada produk tiga memiliki dua poin dan pada produk dua memiliki jumlah poin yang paling sedikit yaitu satu poin. Produk satu memiliki indikator simple, warna netral dan casual, sedangkan pada produk tiga memiliki indikator simple dan desain yang trendi. Untuk itu hasil inilah yang akan menjadi salah satu acuan pada perancangan sandal

3.4 Segmenting, Positioning, dan Targetting

Dalam dunia marketing modern, salah satu metode yang populer adalah metode STP (Segmenting, Targeting, dan Positioning). Metode STP digunakan untuk memposisikan sebuah produk agar produk tersebut memiliki keunggulan kompetitif yang berkesinambungan.

A. Segmenting

Segmentasi pengguna produk ini mengambil dari segi geografis, saat ini produk ditujukan untuk pasar Indonesia, baik yang tinggal di perkotaan maupun di pedesaan, karena sandal ini memang termasuk dalam kategori sandal outdoor. Sehingga semua kalangan dapat menggunakan produk sandal dalam berkegiatan sehari – hari, dengan bentuk sandal yang dapat di buka – tutup pada bagian tengah sandal membuat sandal ini cocok digunakan untuk iklim tropis seperti di Indonesia.

B. Positioning

Ketika produk akan memasuki sebuah pasar, maka produk tersebut harus memiliki sesuatu yang membedakan produk tersebut dengan produk kompetitor lain. Agar nantinya produk tersebut memiliki posisi yang tepat pada sebuah pasar jika dibandingkan dengan calon kompetitor sesuai dengan keunggulan produk tersebut. Sandal yang dirancang memiliki rentang harga yang tidak terlalu tinggi, dengan menggunakan material yang sesuai, sedangkan pada segi fitur, sandal yang dirancang memiliki fitur seperti fungsi sepatu dengan menutup bagian atas sandal. Untuk itu produk termasuk yang agak rumit dari segi desain.

C. Targetting

Target pengguna dari produk ini merupakan konsumen dengan umur 17 – 24 tahun. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020, jumlah penduduk laki – laki dan perempuan Indonesia pada rentan umur 15 – 24 tahun adalah 44,995 jiwa. Jumlah ini dapat masuk kedalam target pasar produk.

3.5.1 TOR

Berikut merupakan analisa TOR dalam perancangan sandal *hybrid* berdasarkan aspek fungsi, antara lain adalah

A. Pertimbangan Desain (*Design Considerations*)

- Material neoprene yang digunakan pada kerangka sandal harus kuat untuk menjaga kaki tetap diatas sol.
- Material webbing dengan lebar 2,5 cm dapat membantu memperkuat bagian upper.

- Sistem pada bongkar pasang sandal juga harus mudah dioperasikan.
- Bentuk sandal berbentuk seperti sandal slop yang dimodifikasi, bentuk ini dipilih karena kemudahan saat memakainya.
- Berat sandal harus ringan agar pengguna merasa nyaman ketika berjalan.

B. Batasan Desain (*Design Con- strains*)

- Sandal mengadopsi gaya sandal outdoor.
- Fokus perancangan ada pada bagian upper.
- Material utama yang digunakan adalah karet sintetis dan neoprene.
- Lebih diutamakan digunakan di ruang terbuka.
- Diutamakan untuk penggunaan sehari – hari, dan tidak dianjurkan untuk berpergian ke wilayah pantai atau puncak gunung.
- Ketersediaan alat di workshop terbatas.

C. Deskripsi Produk

- Bagian sol menggunakan bahan karet sintetis, bahan ini dipilih karena memiliki tingkat abrasi dan keempukan yang berbeda – beda sesuai dengan kebutuhan, dan mudah untuk dibentuk

sesuai dengan desain.

- Pada bagian upper menggunakan bahan utama neoprene, bahan ini dipilih karena lembut dan memiliki konstruksi yang lebih padat sehingga bentuk dari desain sandal akan lebih terlihat kokoh.
- Selain menggunakan neoprene bagian upper juga mengkombinasikan dengan bahan webbing, selain sebagai penghias bahan webbing juga berfungsi sebagai penguat dari konstruksi sandal.
- Kemudian bahan tambahan yang ada pada bagian upper adalah bahan parasut sebagai bahan penahan cipratan air dan penutup kaki.
- Pada bagian kuncian menggunakan system hook and loop karena mudah dioperasikan.
- Warna natural alam.

3.5.2 Sketsa Alternatif



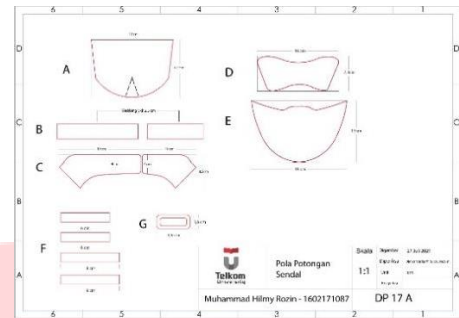
Gambar 3.1 Sketsa Alternatif (Sumber : Data Penulis)

3.5.3 Sketsa Final



Gambar 3.2 Sketsa Final (Sumber : Data Penulis)

3.5.4 Rendering Desain Final



Gambar 3.2 Rendering Desain Final (Sumber : Data Penulis)

4. Kesimpulan

Pada perancangan sandal hybrid berdasarkan aspek fungsi di CV. Bearpath Bandung banyak memberikan manfaat khususnya bagi penulis. Penulis dapat mempelajari dan berpikir kritis dalam mencari solusi permasalahan mengenai proses perancangan sandal hybrid berdasarkan aspek fungsi di CV. Bearpath. Penulis banyak belajar mengenai tahapan proses perancangan meliputi sketch produk, membuat pola desain, mengaplikasikan pada bahan material yang kemudian di assembling dan dilakukan finishing produk. Selain itu penulis juga mendapat ilmu mengenai berbagai bahan material sandal hingga berbagai macam tehnik proses pembuatan sandal.

Berdasarkan keinginan client dan hasil survei perancangan sandal ini memfokuskan pada aspek fungsi yaitu penambahan fitur yang dapat mengubah sandal menjadi memiliki fungsi seperti sepatu, dengan tujuannya adalah agar memberikan kenyamanan pengguna ketika memakai alas kaki berjenis sandal. Penggunaan bahan material yang cocok untuk digunakan berkegiatan sehari – hari penggunaan sandal khususnya di luar ruangan adalah bahan yang tidak mudah basah atau tembus air, sehingga akan mengurangi daya lembab pada sandal.

Bahan yang cocok dengan kriteria tersebut berdasarkan perancangan sandal ini adalah bahan material jenis neoprene dan jenis parasut. Kedua bahan ini terbuat dari bahan dasar plastic atau polyester, sehingga dapat mengurangi air yang masuk pada sandal. Selain itu penggunaan webbing pada

konstruksi sandal dapat membantu daya tahan sandal ketika digunakan secara terus menerus, karena selain untuk hiasan, webbing juga memperkuat bagian neoprene ke sandal.

REFERENSI

- Andriyanti, W., Darsono, & Faisal, W. (2010). Kajian metode vulkanisasi lateks karet alam berbasis nitrosamin dan protein alergen. Dalam Prosiding PPI-PDIPTN. Yogyakarta, Indonesia: BATAN.
- Fatchur. (2014). Fenomena Unik Sandal Jepit Di Indonesia. Bandung: Sami Share.
- Irawan, B., & Tamara, P. 2013. Dasar – dasar desain : Untuk Arsitektur, interior – arsitektur, seni rupa, desain produk industry, dan desain komunikasi visual. Jakarta : Griya Kreasi.
- Kasali, Renald. 1998. Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, dan Positioning. Jakarta:PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Mulyadi. (2000). Akuntansi Biaya, Yogyakarta: Aditya Media.
- Nugroho, S. 2015. Manajemen warna dan desain. Yogyakarta : penerbit Andi
- Palgunadi, Bram. 2008. Disain Produk 3: Aspek-Aspek Disain. Bandung: Penerbit ITB, 2008.
- Prasetya, Hery dan Fitri Lukiastuti. 2009. Manajemen Operasi. Yogyakarta : Media Pressindo
- Pusat Bahasa. 2011. Kamus Besar Bahasa Indonesia. 9 januari 2017
- Risnani, L. Y. Teknik SCAMPER: Stimulasi Kreativitas Mahasiswa Calon Guru Biologi pada Aktivitas Laboratorium. Bioedukasi: Jurnal Pendidikan Biologi, 12(1), 35-40.
- Schiffman & Kanuk, (2007), Perilaku Konsumen, dialihbahasakan oleh Zulkifli Kasip, Edisi Ketujuh, Penerbit PT. Indexs
- Serrat, O. (2017). The SCAMPER technique. In Knowledge Solutions (pp. 311-314). Springer, Singapore.
- Suprapti. W. (2010). Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar Dan Aplikasinya Dalam Strategi Pemasaran. Bali : Udayana University Press.
- Yudiarti, D., Lantu, D.C. 2017. Implementation creative thinking for undergraduate student: A case study of first year student in business school. Advanced Science Letters, 2017, 23(8), pp. 7254–7257.
- Yuniari, A. (2010). Pengaruh penggunaan nitril butadiene rubber dan pale crepe pada pembuatan sol karet untuk sepatu pengaman. Majalah Kulit, Karet, dan Plastik, 26(1), 01- 08.
- Hung, M. (2014, September 18). Satu – satunya EVA yang berbeda dari karet gabus. [https://www.morevafoam.com/id/knowledge-base/eva-soledifferent from- rubber-sole](https://www.morevafoam.com/id/knowledge-base/eva-soledifferent-from-rubber-sole). (diakses maret 20,2021).
- Kotler & Armstrong. (2008). Pengertian Targeting <http://ilmumarketingdesain.blogspot.com/2012/09/pengertiansegmentasitargetingpositioni.html>. (diakses maret 20,2021).
- Editorial Berita Portal Media Manufaktur Industri. 2018. Campuran Busa Polyurethane – Tekstil Menjadi Lebih Kuat melalui <https://www.mmindustri.co.id/campuran-busa-polyurethane-tekstil-menjadilebih-kuat/>. (diakses januari 9,2021).
- Dikdik, Muhammad. 2020. Jenis bahan sepatu. <https://kamini.id/jenis-bahan-sepatu/>. (diakses maret 24, 2021).
- Muthmainnah. 2018. Jenis kain suede. <https://olympics30.com/kain-suede>. (diakses maret 24, 2021).
- Rahmatdwis. 2018. Jenis bahan untuk membuat sepatu. <http://rahmatdwis.com/jenis-bahan-sintetis-atau-materialuntuk-membuat-sepatu/>. (diakses maret 24, 2021).
- PT Hemajaya Perkasa. 2020, <https://hemajaya.com/bahan-sol-sepatu-mana-yang-lebih-baiksolphylon-atau-sol-karet/>, (24 maret 2021).
- Prasetyo, T.M. 2019. Perancangan Sarana Pemandangan Kayu di Kebun Binatang Berdasarkan Aspek Rupa. E – Proceeding of Art and Design, 6(2), 3076. <https://docplayer.info/213157001-Perancangan-sarana-pemandangan-kayu-di-kebun-binatang-berdasarkan-aspek-rupa.html>. (diakses april 15,2021).
- Wibowo, S. (2016). *Perancangan Mebel Knockdown yang User Friendly Untuk RuangTamu*. Jurnal Intra Vol. 4, No. 2, 704-717, 706.
- Yudha, Prayugo. 2015. Kaya Raya dari Pohon Pinus. Palapa.

