

## BAB III METODE PERANCANGAN

### 3.1 Data Perancangan

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui beberapa teknik pengumpulan data, yaitu studi literatur, pengisian kuesioner, dan wawancara mendalam dengan karyawan dan *founder* Aleta Leather. Data yang diperoleh diharapkan menjadi referensi utama dalam menentukan desain yang sesuai dengan selera konsumen.

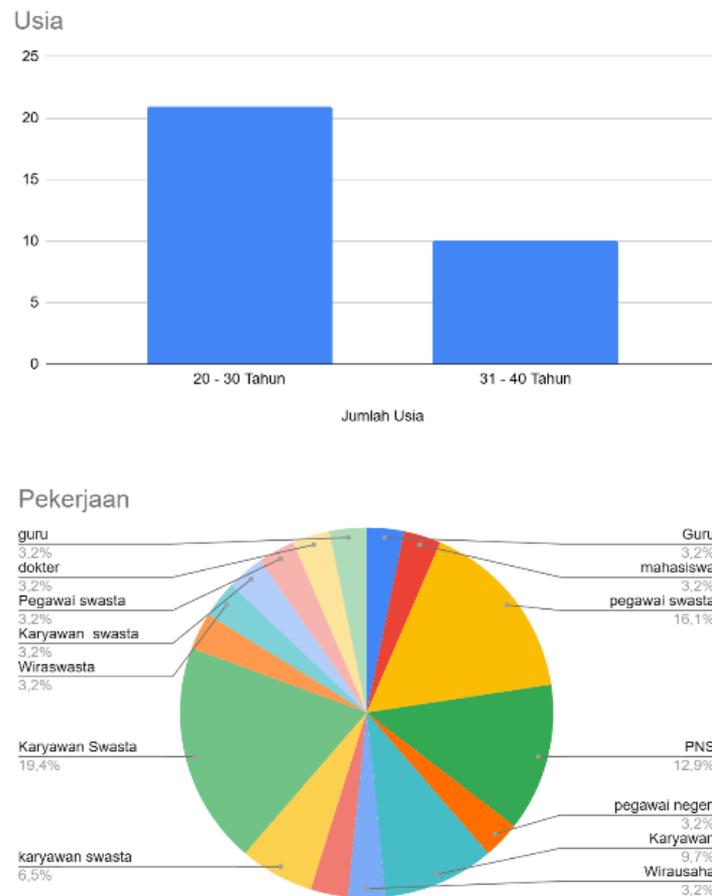
#### 3.1.1 Studi Literatur

Studi literatur juga disebut dengan teknik studi pustaka dengan cara menelusuri kepustakaan yang berisi tentang teori-teori dari karya ilmiah baik yang sudah diterbitkan berupa buku (*e-books*), artikel, jurnal, sampai website. Literatur yang dicari yaitu tentang tas *handphone* atau tas sejenisnya, tas yang bergaya minimalis, serta material kulit pada desain tas *handphone*. Berdasarkan hasil studi literatur yang telah dilakukan, ditemukan sebanyak sebelas artikel ilmiah yang secara khusus membahas mengenai desain tas *handphone*, penerapan konsep citra minimalis, serta penggunaan material kulit sebagai bahan utama pembuatan tas. Temuan ini menunjukkan bahwa ketiga aspek tersebut relevan dalam desain produk, khususnya dalam konteks pengembangan produk tas *handphone* yang menerapkan citra minimalis dengan menggunakan material kulit.

#### 3.1.2 Data Kuesioner

##### a) Profil Responden

Hasil dari menyebar kuesioner secara *online*, jumlah responden yang berpartisipasi mengisi sebanyak 37 responden. Kriteria yang dipilih untuk mengisi kuesioner penelitian ini yaitu perempuan. Berikut di bawah ini data yang dihasilkan dari usia dan pekerjaan, sebagai berikut:

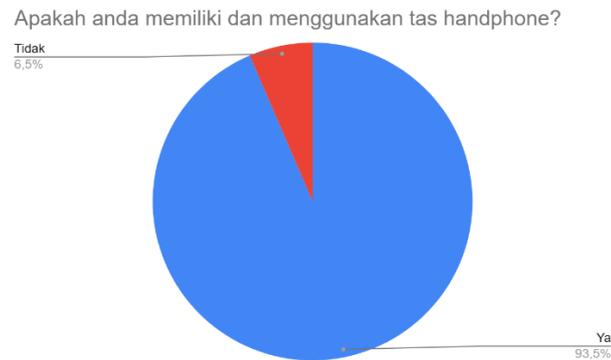


Gambar 3.1 Data Kuesioner

(Sumber : Peneliti, 2025)

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner, diketahui bahwa responden mayoritas berada pada rentang usia 20 hingga 30 tahun, dengan jenis kelamin perempuan, serta memiliki latar belakang pekerjaan yang beragam, meliputi pegawai negeri sipil (PNS), pegawai swasta, karyawan, dan profesi lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa kelompok demografis tersebut memiliki ketertarikan terhadap produk tas *handphone*.

### b) Penggunaan Produk



Gambar 3.2 Data Kuesioner

(Sumber : Peneliti, 2025)

Berdasarkan hasil data kuesioner di atas membahas tentang memiliki dan menggunakan tas *handphone*, diperoleh informasi bahwa sebesar 93,5% responden menyatakan menggunakan tas *handphone* saat melakukan aktivitas di luar rumah. Jenis aktivitas yang paling sering dilakukan meliputi kegiatan sosial non-formal seperti *hangout*, menghadiri acara atau *event*, berdagang, bekerja, serta aktivitas luar ruangan lainnya.

### c) Selera Konsumen

Hasil data kuesioner menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai model tas *handphone* dengan kesan santai dengan sudut-sudut tas yang melengkung. Dari segi tampilan, konsumen cenderung memilih desain yang sederhana. Bentuk tas yang diminati meliputi bentuk geometris seperti persegi panjang. Warna yang dipilih bernuansa hangat yaitu warna havana dengan tekstur kulit halus. Jenis bahan kulit yang paling banyak dipilih yaitu kulit krom. Kombinasi ini membuat tas lebih fleksibel dan cocok untuk digunakan dalam berbagai kesempatan. (Lampiran 2 dan 3)

### 3.1.3 Deep Interview

Wawancara mendalam dilakukan dalam suasana interaktif, bersifat fleksibel, dan bertujuan untuk menggali informasi yang tidak bisa diperoleh dari metode kuantitatif seperti survei. Pemahaman preferensi pasar tidak hanya didasarkan pada data kuantitatif, tetapi juga melalui penggalian makna, nilai, dan motivasi yang mendorong konsumen dalam membuat keputusan pembelian (Kotler dan Keller, 2016).

Dalam konteks penelitian di Aleta Leather, deep interview terhadap karyawan dan *founder* sangat relevan karena mereka adalah pihak internal yang memiliki pengalaman langsung dalam berinteraksi dengan konsumen, mengamati pola pembelian, dan memahami dinamika preferensi pasar. Pengambilan data ini dengan cara wawancara yang dilakukan melalui tatap muka atau tanya jawab secara langsung oleh karyawan Aleta Leather, sebagai berikut:

Tabel 3.1 Struktur Instrumen Wawancara  
(Sumber : Peneliti, 2025)

Aspek Penelitian	Indikator/Subtopik	Pertanyaan Penelitian
Pengembangan Produk	Variasi dan pembaruan produk	1. Bagaimana variasi produk tas <i>handphone</i> saat ini di Aleta Leather? 2. Apakah ada inovasi terbaru atau rencana pembaruan produk tas <i>handphone</i> ?
Segmentasi Pasar	Target pasar	3. Siapakah target utama untuk produk tas <i>handphone</i> Aleta Leather? Apakah hanya perempuan, atau juga laki-laki?
Desain Produk	Ciri khas desain	4. Berapa banyak jenis tas di Aleta Leather yang menerapkan

		desain minimalis? 5. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap desain minimalis pada produk tas?
Permintaan Konsumen	Ketertarikan pasar	6. Seberapa besar minat konsumen terhadap produk tas <i>handphone</i> ?
Harga Produk	Tingkat kesesuaian harga dengan daya beli	7. Bagaimana tanggapan konsumen terhadap harga tas <i>handphone</i> yang ditawarkan? Apakah dianggap mahal atau sesuai?
Metode Pembayaran	Preferensi sistem pembayaran	8. Apa saja metode pembayaran yang paling sering digunakan oleh konsumen saat bertransaksi?
Fitur Produk	Kebutuhan fungsional konsumen	9. Fitur apa yang paling dibutuhkan konsumen dalam tas <i>handphone</i> ?

Dari hasil wawancara karyawan pada tanggal 14 Februari 2025 dengan Yopi selaku *Customer Service* di Aleta Leather, diketahui bahwa variasi produk khususnya dalam kategori tas *handphone* masih sangat terbatas. Hingga saat ini, produk tas *handphone* hanya ditujukan bagi konsumen perempuan tanpa adanya pembaruan atau inovasi produk dalam periode waktu yang signifikan. Sementara itu, untuk kategori lain seperti *slingbag*, *backpack*, *clutch*, dan dompet, pembaruan produk dilakukan setiap dua hingga tiga bulan. Produk-produk tersebut dijual dengan kisaran harga antara Rp100.000 hingga Rp400.000 mengusung model desain kekinian dan simpel, sehingga mampu menarik minat konsumen. Temuan

ini menunjukkan bahwa Aleta Leather belum mengoptimalkan strategi diversifikasi produk dan pengembangan portofolio produk menjadi aspek penting dalam mempertahankan daya saing di pasar yang dinamis (Kotler dan Keller, 2016). Selain itu, penting bagi perusahaan untuk melakukan inovasi produk secara kontinu untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan.

Kemudian di hari yang sama mewawancarai karyawan Aleta Leather yaitu Rihana yang menjabat di bagian Administrasi memperkuat temuan sebelumnya dengan menjelaskan bahwa hampir semua jenis tas Aleta Leather memiliki ciri desain minimalis. Berdasarkan data penjualan internal hampir semua konsumen menunjukkan ketertarikan terhadap produk dengan desain minimalis. Namun, dari empat model tas *handphone* yang dimiliki, hanya satu model yang tersedia dalam kondisi siap jual. Tingkat penjualan tas *handphone* pun masih rendah karena dua faktor utama, yaitu harga yang relatif tinggi dibandingkan produk tas berukuran besar dan desain produk yang belum sepenuhnya sesuai dengan preferensi pasar. Kondisi ini mencerminkan pengaruh sensitivitas harga dalam keputusan pembelian konsumen. Selain itu, kesesuaian desain dengan gaya hidup dan selera konsumen menjadi faktor kunci dalam keputusan pembelian produk fesyen (Solomon, 2017).

Wawancara dengan Muhammad Khoiril Anwar selaku *founder* Aleta Leather memberikan wawasan penting terkait perilaku pembayaran dan preferensi fitur produk dari sudut pandang konsumen. Konsumen Aleta Leather saat ini dominan menggunakan tiga metode pembayaran utama, yaitu QRIS, uang tunai, dan kartu debit, dengan kecenderungan penggunaan QRIS dan uang tunai lebih tinggi. Hal ini menunjukkan adanya adaptasi perilaku konsumen terhadap sistem pembayaran digital yang semakin populer, sejalan dengan fenomena *cashless society* yang berkembang di Indonesia sebagaimana dilaporkan oleh Bank Indonesia (2023). Dari sisi kebutuhan produk, konsumen menginginkan tas *handphone* yang memiliki fitur multifungsi yaitu dapat menyimpan *handphone*, uang tunai atau koin, dan kartu debit. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan

inovasi yang didorong pelanggan, menjadikan sebagai pengembangan desain produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan aktual konsumen.

Berdasarkan hasil penyusunan struktur instrumen wawancara, pertanyaan-pertanyaan tersebut kemudian diajukan oleh peneliti kepada karyawan dan *founder* Aleta Leather. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi yang dapat dijadikan acuan dalam merancang produk tas *handphone* citra minimalis yang sesuai dengan selera dan kebutuhan konsumen.

## 3.2 Populasi dan Sampel

### 3.2.1 Populasi

Dalam konteks penelitian kuantitatif, istilah populasi merujuk pada keseluruhan subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan masalah penelitian. Populasi dapat berupa individu, kelompok, objek, atau peristiwa yang menjadi sasaran pengumpulan data oleh peneliti. Berikut data populasi penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 3.3 Populasi  
(Sumber : Peneliti, 2025)

<b>Rentang</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Kriteria Spesifik</b>
20-30 Tahun	Perempuan	PNS, Pegawai, Karyawan, Wiraswasta, dan lainnya	Pengguna Produk Tas Kulit

Populasi dalam penelitian ini ditetapkan berdasarkan jumlah konsumen yang melakukan kunjungan atau transaksi pembelian produk Aleta Leather selama periode tahun 2024. Data populasi tersebut diperoleh melalui akumulasi jumlah konsumen dalam kurun waktu satu tahun. Selanjutnya, untuk menentukan jumlah sampel yang representatif digunakan pendekatan slovin. Pendekatan ini dipilih

karena mampu memberikan estimasi jumlah sampel yang sesuai dengan tingkat presisi tertentu pada populasi yang diketahui. Hasil perhitungan tersebut kemudian dijadikan dasar dalam penetapan sampel yang memenuhi kriteria inklusi penelitian.

### 3.2.2 Sampel

Teknik *probability sampling* merupakan salah satu metode pengambilan sampel dalam penelitian kuantitatif yang memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel penelitian. Teknik ini berlandaskan pada prinsip probabilitas, yang berarti bahwa setiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang terukur dan dapat dihitung secara statistik untuk menjadi bagian dari sampel penelitian (Akbar, 2025). Pendekatan slovin ini sesuai untuk penelitian yang bertujuan menghasilkan data yang mewakili dan dapat digeneralisasi terhadap populasi yang luas.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Gambar 3.3 Rumus Pendekatan Slovin

(Sumber : Iba, 2024)

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat Kesalahan Pemilihan Anggota Sampel Sebesar 15%

Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi objek studi terdiri dari individu dengan berbagai umur 20-30 tahun, jenis kelamin perempuan, latar belakang pekerjaan, yaitu Pegawai Negeri Sipil (PNS), pegawai swasta, karyawan, wiraswasta, dan profesi lainnya, dengan jumlah total sebanyak 221 orang. Selanjutnya, untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menerapkan teknik *probability sampling* dengan menggunakan rumus persentase sebesar 15% dari total populasi. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 37

orang yang mewakili kelompok populasi tersebut. Dengan demikian, proses pemilihan sampel ini dilakukan secara objektif dan sistematis, sesuai dengan prinsip dasar *probability sampling* guna memastikan validitas dan evaluasi hasil penelitian.

### 3.3 Analisis Data

#### 3.3.1 Analisis Semantik Diferensiasi

##### a. Hasil Analisis Semantik Diferensiasi

Tabel 3.5 Analisis Semantik Diferensiasi

(Sumber : Aleta Leather, 2025)

Karakteristik	Product Sampel	Uraian Aspek Desain
Santai		Garis (Sudut Melengkung)
Sederhana		Bidang (Persegi Panjang)
		Volume (Sedikit Mengembung)
Hangat		Warna (Havana)
Halus		Tekstur (Krom Jeruk)

Berdasarkan hasil tabel analisis diferensiasi semantik di atas, selanjutnya dilakukan analisis lebih lanjut terhadap data yang diperoleh dari hasil kuesioner. Pertanyaan dari kuesioner menggunakan skala angka 1 sampai 7 dengan menggunakan kata yang berlawanan untuk mengetahui selera konsumen. Hasil analisis diatas menunjukkan konsumen lebih memilih

desain tas dengan kesan santai yang berasal dari garis tepi yang melengkung, bentuk sederhana namun tetap modern. Bentuk geometris yang disebarakan melalui kuesioner ada empat jenis seperti lingkaran 6.4%, Persegi, 19,3%, persegi panjang 61.2%, dan tabung 12.9%, kemudian dianalisis dengan menggunakan angka tertinggi untuk dijadikan sebagai acuan bentuk produk (Lampiran 4). Setelah itu, tampilan yang simpel, penggunaan yang praktis, warna bernuasa hangat, dan tekstur material yang terkesan halus. Dengan temuan ini, disimpulkan bahwa desain tas *handphone* dengan citra minimalis berbahan kulit jenis krom jeruk sesuai dengan selera konsumen Aleta Leather.

#### b. *Evaluation Experiment*

*Evaluation experiment* dalam penelitian ini merupakan metode evaluasi yang digunakan untuk mengumpulkan data selera konsumen melalui kuesioner dengan pendekatan semantik diferensiasi. Tanda centang pada tabel berfungsi sebagai indikator pilihan responden terhadap tingkat penilaian tertentu pada setiap aspek desain yang ditanyakan. Apabila pada suatu kolom atau skala tidak terdapat tanda centang, maka hal tersebut menunjukkan bahwa responden tidak memilih atau tidak menyatakan preferensi pada skala tersebut. Data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner, kemudian dianalisis lebih lanjut untuk menentukan kecenderungan visual desain minimalis yang disukai oleh konsumen. Seluruh hasil analisis dari *evaluation experiment* ini disajikan secara rinci dalam **lampiran satu**.

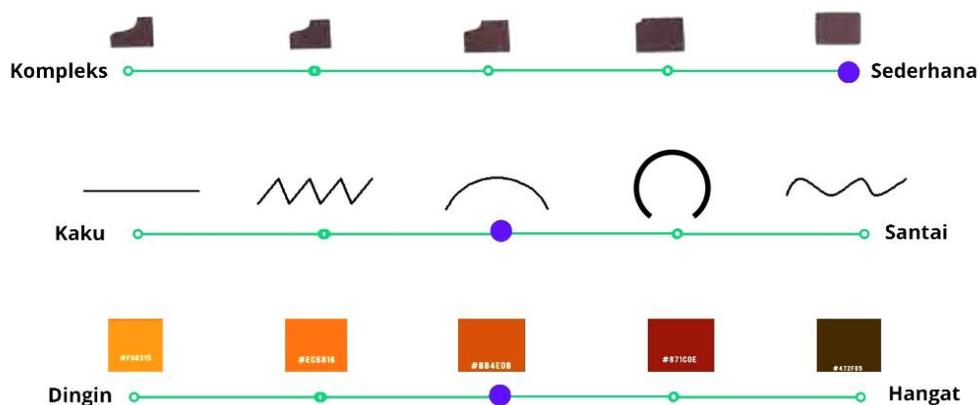
#### c. Distribusi Frekuensi Sampel

Distribusi frekuensi sampel yang disajikan dalam lampiran dua merupakan representasi kuantitatif dari karakteristik produk Aleta Leather. Distribusi frekuensi adalah metode statistik yang digunakan untuk

menggambarkan banyaknya kemunculan kategori tertentu dalam sebuah kelompok data. Tabel distribusi frekuensi sampel pada lampiran kedua menunjukkan jumlah responden yang memilih setiap kategori pada skala yang sudah ditentukan dengan nilai dari -3 sampai +3 sesuai metode semantik diferensiasi. Masing-masing angka dalam tabel mencerminkan seberapa banyak responden memilih tingkat tertentu dari suatu karakteristik produk. Setelah seluruh data dihitung, langkah selanjutnya adalah melakukan rekapitulasi untuk mendapatkan total responden yang memilih setiap kategori. Hasil dari proses tersebut kemudian digunakan untuk menentukan kecenderungan dominan selera konsumen. Pilihan dengan jumlah frekuensi tertinggi dari masing-masing karakteristik menjadi dasar dalam pengambilan keputusan desain produk akhir tas *handphone* citra minimalis. Uraian selengkapnya mengenai tabel dan analisisnya tercantum pada lampiran dua.

### 3.3.2 Analisis *Positioning Product*

Positioning produk tas *handphone* dari Aleta Leather muncul sebagai hasil dari analisis visual citra minimalis yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan semantik diferensiasi. Pendekatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi selera konsumen terhadap atribut visual produk, seperti bentuk, warna, dan elemen desain lainnya. Melalui analisis tersebut, diperoleh pemetaan persepsi yang menggambarkan bahwa produk tas *handphone* Aleta Leather menempati posisi visual yang kuat dalam kategori citra minimalis.



Gambar 3.4 *Product Positioning*

(Sumber : Peneliti, 2025)

Berdasarkan hasil positioning produk dapat dilihat bahwa produk tas *handphone* Aleta Leather berada pada posisi yang mengarah ke desain minimalis dengan bentuk yang sederhana yaitu persegi panjang. Untuk garis lengkung busur dan warna havana berada yang berada di tengah. Hal ini menunjukkan bahwa tas tersebut dirancang tanpa banyak elemen dekoratif, sehingga terlihat simpel dan minimalis sesuai hasil analisis data dari selera konsumen. Penempatan ini juga mencerminkan selera konsumen Aleta Leather yang menyukai produk dengan tampilan sederhana, santai, warna yang diterapkan hangat, sehingga mudah dipadupadankan pada aktivitas sehari-hari sesuai dengan selera konsumen.

### 3.4 Ringkasan Perancangan (*Design Brief*)

Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan secara online, penulis dapat menyimpulkan mengenai tujuan, batasan, target audiens, segmentasi pasar, dan selera produk, sebagai berikut:

- a) Garis : Garis lengkung pada sisi samping tas yang dapat menciptakan kesan santai pada desain.

- b) Bidang : Jenis bidang dengan kesan sederhana yang digunakan untuk mendesain tas *handphone* dengan citra minimalis adalah bidang geometris yaitu persegi panjang.
- c) Volume : Dari segi tampilan tas *handphone* terlihat sedikit menggembung pada bagian depan dan belakang. Desainnya mengusung gaya minimalis sesuai dengan selera konsumen yang menyukai kesan sederhana, sehingga cocok untuk digunakan dalam kegiatan sehari-hari.
- d) Warna : Warna yang dipilih untuk mendesain tas *handphone* yaitu bernuansa hangat warna havana.
- e) Tekstur : Tekstur material kulit yang dipilih oleh konsumen yaitu halus dengan jenis kulit krom jeruk.
- f) Fitur : Fitur utama yaitu untuk *handphone*, serta ada fitur tambahan untuk uang tunai dan kartu di tas *handphone*. Karena kebiasaan konsumen Aleta Leather pada saat berbelanja di toko secara *offline*.