

PERANCANGAN IDE BISNIS TAS GITAR KULIT *CUSTOM*

Nicolas Hendrawan

Rendy Iswanto

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

UC Town, Citra Land, Surabaya

ABSTRAK

Heinnick merupakan produsen tas gitar kulit yang bisa dikostumisasi dan terbuat dari kulit asli. Saat ini, banyak bermunculan gitaris yang mulai naik daun. Dalam membawa gitarnya biasanya mereka menggunakan tas yang banyak terdapat di pasaran. Akan tetapi tas tas tersebut memiliki bahan dan bentuk yang hampir sama. Dari penelitian yang telah dilakukan, gitaris menginginkan tas gitar yang awet, kuat, aman untuk gitar, *custom*, sehingga gitar dapat dibawa dengan baik dan aman, namun tetap *stylish* dan *trendy*, karena tas gitar yang ada di pasaran kurang sesuai dengan keinginan mereka, dan mengakomodir kebutuhan mereka.

Kata kunci: tas gitar, kulit sapi, *custom*.

ABSTRACT

Heinnick is a company that produce leather guitar's bag that can be customized and made of genuine leather. Nowadays, many guitarists are rising. To carry their guitar, guitarist use a bag that is widely available on the market. However, the bag's material and shape is nearly equal. From the research, guitarist wants a guitar bag which is durable, strong, safe for guitar, customable, so the guitarist can be taken properly and safely, but still stylish and trendy, because guitar bags on the market less suitable with their wants, and not accommodate their needs.

Keyword: bag for guitar, leather, *custom*.

PENDAHULUAN

Saat ini di Indonesia sedang berkembang sebuah aliran musik yang bernama indie band. Indie diambil dari kata *independent*, yang memiliki arti bebas atau merdeka (www.kungfuology.com). Dengan kata lain, para pemusik indie ini memiliki kebebasan untuk memasarkan musik mereka, tanpa adanya pengaruh dari para produsen besar. Perkembangan musik ini terlihat cukup besar dengan banyaknya lagu yang diputar di radio lokal dan berasal dari para musikus tersebut.

Para pemusik indie kebanyakan memberikan musik dengan nuansa yang sedikit berbeda daripada musik umumnya dan mampu menarik perhatian masyarakat. Dengan berkembangnya trend ini, maka tak sedikit pula orang yang kemudian tertarik untuk mencoba dan membuat cover dari musik yang sedang hits tersebut. Ketika kami mencari cover lagu dari sebuah band indie di youtube, kami akan menemukan banyak sekali masyarakat yang mengupload hasil coveran mereka.

Kebanyakan dari pemusik indie tersebut menggunakan gitar sebagai pengiring nyanyian mereka, tak heran pula jika banyak bermunculan para pemain gitar di Indonesia ketika melihat cover musik sebuah band indie. Dengan tren ini, maka banyak acara konser yang juga menggunakan alat musik akustik terutama gitar. Ketika mereka akan berpergian untuk melakukan konser tersebut, maka mereka pasti membutuhkan tas untuk membawa gitar mereka.

Kebanyakan para pemusik ingin tampil berbeda dengan benda yang berhubungan dengan alat musik mereka, akan tetapi tas yang ada di pasaran Indonesia saat ini masih belum banyak yang mampu mengakomodasi keinginan mereka tersebut. Dari keadaan tersebut maka kami tertarik untuk membuat tas gitar yang mampu mengakomodasi keinginan dan kebutuhan para gitaris tersebut.

Tas gitar merupakan salah satu tas yang selalu digunakan untuk menyimpan gitar agar aman dan mudah membawa gitar dengan nyaman. Selain itu, tas tersebut digunakan bertujuan agar menjaga kualitas gitar yang disimpan supaya awet dan tidak mudah rusak.

Beberapa tahun ini, industri kulit mulai berkembang. Banyak bermunculan perusahaan yang menjual aneka produk yang terbuat dari kulit sapi, kambing, bahkan domba. Hal ini juga berbanding lurus dengan semakin banyaknya jumlah orang yang menggunakan produk dari kulit. Hal yang paling sering ditemui adalah

banyaknya orang yang menggunakan clutch serta dompet berbahan kulit untuk membawa barang bawaan mereka.

Clutch merupakan tas yang berbentuk persegi panjang yang biasanya berguna untuk memudahkan orang dalam membawa barang-barang atau gadget yang dimiliki sehingga mereka tidak perlu repot-repot untuk mengantungi dompet, gadget ataupun kunci kendaraan. Selain *Clutch* banyak pula orang yang mengenakan *Slinger bag* yang juga menggunakan bahan dari kulit. Dengan adanya keadaan seperti itu pastinya mereka memiliki alasan tertentu kenapa mereka sebagai konsumen maupun produsen memilih bahan dari kulit.

Dari workshop yang di adakan oleh revolt, mereka mengatakan bahwa kulit merupakan material yang memiliki durabilitas yang sangat baik. Kulit merupakan material yang tidak mudah sobek. Semakin lama disimpan atau dipakai, material ini semakin menampilkan kesan *vintage* dan *classy*. Hal inilah yang sulit di tandingi oleh material-material lain yang menjadi bahan dasar pembuatan aksesoris maupun tas. Sebagai produsen, revolt mengatakan juga bahwa industri kulit merupakan industri yang tidak ada matinya. Indonesia merupakan penghasil kulit sapi terbaik di dunia, terutama kulit sapi jawa. Banyak negara-negara di dunia yang mengimport kulit sapi dari Indonesia sebagai bahan dasar produk mereka.

Target market yang akan menjadi inovasi bisnis kami adalah para gitaris yang ingin mengekspresikan diri mereka dengan gaya mereka sendiri menggunakan suatu produk. Dalam teori VALS, maka konsumen seperti ini termasuk dalam tipe *Experiencer* atau *Self-Expressionist* dimana mereka memiliki ketertarikan dengan benda-benda yang dapat mewakili pribadi mereka.

Agar dapat membuat produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, maka perlu dilakukan penelitian. Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan cara kualitatif yaitu dengan wawancara kepada *expert* dan *extreme user*, serta untuk mendapat data kuantitatif maka dilakukan pembagian kuisioner untuk mendapatkan data.

Penelitian tersebut dilakukan bertujuan untuk mendapatkan informasi yang sesuai dalam upaya perancangan inovasi produk. Kami berharap hasil penelitian yang dilakukan dapat membantu para gitaris untuk mengekspresikan diri mereka.

Dengan latar belakang yang telah disebutkan di atas, maka rumusan masalah yang akandiangkat adalah bagaimana merancang tas gitar yang mampu mengekspersikan diri para gitaris namun tetap kuat dan aman untuk gitar.

HASIL PENELITIAN DAN KESIMPULAN

Penelitian kualitatif yang dilakukan adalah dengan melakukan wawancara terhadap beberapa toko musik yang menjual tas gitar, gitaris, dan penjual kulit. Dalam wawancara yang telah dilakukan, didapatkan informasi sebagai berikut:

1. Irama Mas

Irama mas merupakan salah satu toko musik yang ada di Surabaya yang menjual berbagai macam alat musik beserta aksesorisnya. Ketika kami mewawancarai salah seorang pegawainya, mereka mengatakan bahwa tas gitar yang bagus harus memiliki pelindung senar untuk bagian *head* dan *bridge*, supaya tidak merusak tas pada saat terkena gesekan senar. Senar gitar terbuat dari bahan logam walaupun ada yang terbuat dari nilon dan memiliki ujung yang kecil. Senar gitar dapat merusak kain yang menjadi bahan dasar dari kebanyakan tas gitar yang berada di pasaran. Hal ini mengakibatkan jika kebanyakan tas gitar yang ada di pasaran dipakai cukup lama, akan mudah sobek pada bagian yang terkena gesekan senar ketika memasukkan gitar ke dalam tas.

2. Jojo Music

Toko musik Jojo Music terletak di Ruko Pakuwon Trade Center Surabaya, mereka menjual berbagai macam alat musik dengan berbagai macam merk. Selain itu mereka juga menjual berbagai macam tas gitar dengan range harga yang sangat bervariasi. Ketika kami mewawancarai pegawainya, mereka mengatakan bahwa sekarang orang mulai tertarik dengan gitar yang lebih premium dan bagus bahannya. Namun, untuk mencari tas yang seperti itu sangat susah karena desain yang ditawarkan pada umumnya kurang memiliki desain yang unik dan variatif serta susah untuk mencari toko alat musik yang menjual desain tas gitar yang banyak.

3. Maestro Musik

Maestro musik merupakan salah satu toko alat musik yang ada di Surabaya barat. Mereka menjual tas gitar tidak sevariatif toko alat musik yang lain. Mereka pernah memiliki pengalaman yang kurang enak ketika menjual tas gitar, yaitu adanya pelanggan yang marah karena tas gitar yang di jual ukurannya tidak sesuai dengan gitar yang di miliki. Oleh karena itu mereka

lebih fokus untuk berjualan alat musiknya dan hanya menyediakan sedikit macam tas gitar.

4. Gilbert Soenjaya

Merupakan mahasiswa Universitas Ciputra yang sangat menyukai gitar dan memiliki beberapa koleksi gitar. Selain itu, Gilbert juga pernah main musik dalam band sebagai gitaris di sekolahnya. Dari wawancara yang kami lakukan, sebagai seorang gitaris, dia menginginkan sebuah tas gitar yang berkesan klasik, awet, serta tahan benturan.

5. Ari Azhari

Ari juga merupakan mahasiswa dari Universitas Ciputra, selain itu dia juga pernah berkecimpung di dunia musik sebagai salah satu pemain gitar dalam band. Berdasarkan wawancara yang kami lakukan, Ari menginginkan tas gitar dengan model klasik, yang tidak mudah lecet, memiliki kantong atau slot yang bisa di custom jumlah maupun desainnya sesuai dengan kebutuhan.

Selain penelitian secara kualitatif diatas, juga dilakukan penelitian secara kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuisioner online ke salah satu forum aktif yang berisi para gitaris. Dari kuisioner yang dilakukan, kebanyakan gitaris sangat menginginkan tas gitar yang tidak mudah rusak. Mereka menginginkan tas yang ukurannya pas untuk gitar mereka supaya gitar lebih aman. Hal ini dikarenakan tas gitar yang ada di pasaran ukurannya hampir semuanya sama sehingga ukurannya ada yang pas dengan gitar, namun ada juga yang kebesaran atau kekecilan, terutama jika gitar yang dimiliki bukan gitar yang umum. Selain itu, mereka suka dengan tas gitar dengan bentuk softcase yang bisa dicustom sesuai keinginan.



Gambar 2.1 Beberapa hasil kuisioner tentang tas gitar

Dari hasil penelitian yang didapat, tas gitar yang ada di pasaran Indonesia kebanyakan hanya menggunakan desain yang polos dan hampir sama dengan umumnya sehingga kurang sesuai dengan kebutuhan para gitaris terutama untuk kebutuhan dan penampilan.

Dari semua penelitian yang telah dilakukan, maka *value proposition* yang bisa diberikan dalam produk kami adalah *customization* dan *newness*. Menurut buku *Business Model Generation*, *customization* merupakan penggabungan antara produk maupun layanan dengan kebutuhan yang spesifik dari konsumen pribadi maupun customer segment tertentu (Osterwalder; Pigneur, 2009:23). Hal ini semakin dibutuhkan oleh konsumen masa kini. Berdasarkan konsep diatas, maka ide pembuatan tas gitar yang akan dilakukan adalah dengan sistem *customization* produk, dimulai dari bahan, desain, dan ukuran yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen.

Newness adalah memberikan sebuah pengalaman baru yang bisa diberikan dan tidak dimiliki oleh produk sejenis (Osterwalder; Pigneur, 2009:23). Disini, kami menggunakan bahan kulit asli yang memberikan kesan lebih premium serta personal dan tidak mudah rusak karena bahan kulit tersebut.

Dalam menjalankan sebuah usaha yang baru tentunya perlu memikirkan sumber daya (*resources*) yang dimiliki. *Key resources* akan berhubungan dengan penyampaian *value proposition* yang akan diberikan kepada konsumen. Dalam perusahaan ini, *Key Resource* yang kami miliki dibagi menjadi dua, yang pertama adalah sumber daya manusia (*human*) dan yang kedua adalah sumber daya fisik (*physical*).

Setiap perusahaan membutuhkan sumber daya manusia agar perusahaan tersebut dapat berjalan. Sumber daya manusia yang dimiliki oleh Heinrick adalah desainer yang mampu mendesain tas gitar yang sesuai dengan keinginan (*human*). Sedangkan sumber daya fisik yang kami miliki antara lain kendaraan roda dua dan empat untuk aktifitas sehari-hari misalnya mencari bahan maupun pergi ke penjahit kulit. Kamera yang digunakan untuk foto produk yang akan dipromosikan di media sosial, laptop sebagai media untuk mendesain tas kulit, dan internet untuk mencari referensi desain serta tracking pengiriman barang.

Setelah melakukan beberapa kali uji coba, akhirnya ditemukan pihak yang bisa menjadi Key partner dari perusahaan Heinnick. Key partner yang Heinnick miliki adalah pengrajin dan penjual kulit dari Tanggulangin. Pengrajin kulit yang menjadi partner kami mampu menjahit kulit sesuai dengan bentuk dan teknik jahit yang dibutuhkan walaupun sedikit berbeda dibandingkan teknik jahit yang biasanya diminta oleh konsumen yang lain. Penjual kulit di Tanggulangin ini juga menyediakan berbagai macam jenis kulit yang bisa kami pilih sebagai bahan kustomisasi produk.

Customer segment yang menjadi calon konsumen kami merupakan customer yang masuk dalam kategori *Niche Market*. Customer jenis ini memiliki keinginan yang spesifik dan khusus. Dalam perusahaan ini, yang menjadi konsumen adalah para pemilik gitar premium(*Niche Market*) dan lebih spesifik lagi yaitu gitaris yang ingin barang/tas gitar dengan kesan personal (*segmented*).

Berdasarkan market research yang dilakukan, maka apa yang ada di benak calon konsumen kami adalah sebuah tas gitar yang nyaman dan aman(*customer insight*), selain itu mereka menginginkan tas yang memiliki harga terjangkau serta lebih personal (*customer wants*). Dan para gitaris juga menginginkan tas gitar yang bisa dikustom serta ukuran pas dan sesuai dengan gitar mereka (*customer need*).

Berdasarkan empathy map, hasil yang didapat adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Empathy Map

SOLUSI BISNIS

Setelah melakukan penelitian, baik secara kualitatif maupun kuantitatif, serta melakukan studi literatur, ditemukan sebuah solusi bisnis dengan konsep kreatif yaitu tas gitar kulit yang bisa dicustom. Bahan yang digunakan tidak hanya menggunakan kulit, namun juga bisa digabung dengan bahan lain seperti denim, canvas, nylon, dan polyester sehingga menghasilkan kesan lebih personal dan unik.

Dari penelitian yang dilakukan, didapat dua perusahaan yang menjadi kompetitor dari Heinnick. Yang pertama adalah Mish Leather, merupakan produsen industri kreatif dari bahan kulit di Yogyakarta yang menjual macam-macam kerajinan, diantaranya tas gitar kulit, dompet, tas, dan aksesoris dari kulit. Kompetitor kami yang kedua yaitu Ibanez merupakan merek gitar Jepang yang dimiliki oleh Hoshino Gakki. Perusahaan ini menjual tas gitar dan bermacam-macam jenis gitar. Perusahaan ini sudah sangat dikenal di dunia dengan gitar listrik yang dibuat karena

kualitasnya yang bagus dan sudah berpengalaman sejak tahun 1957 sejak namanya dibuat.



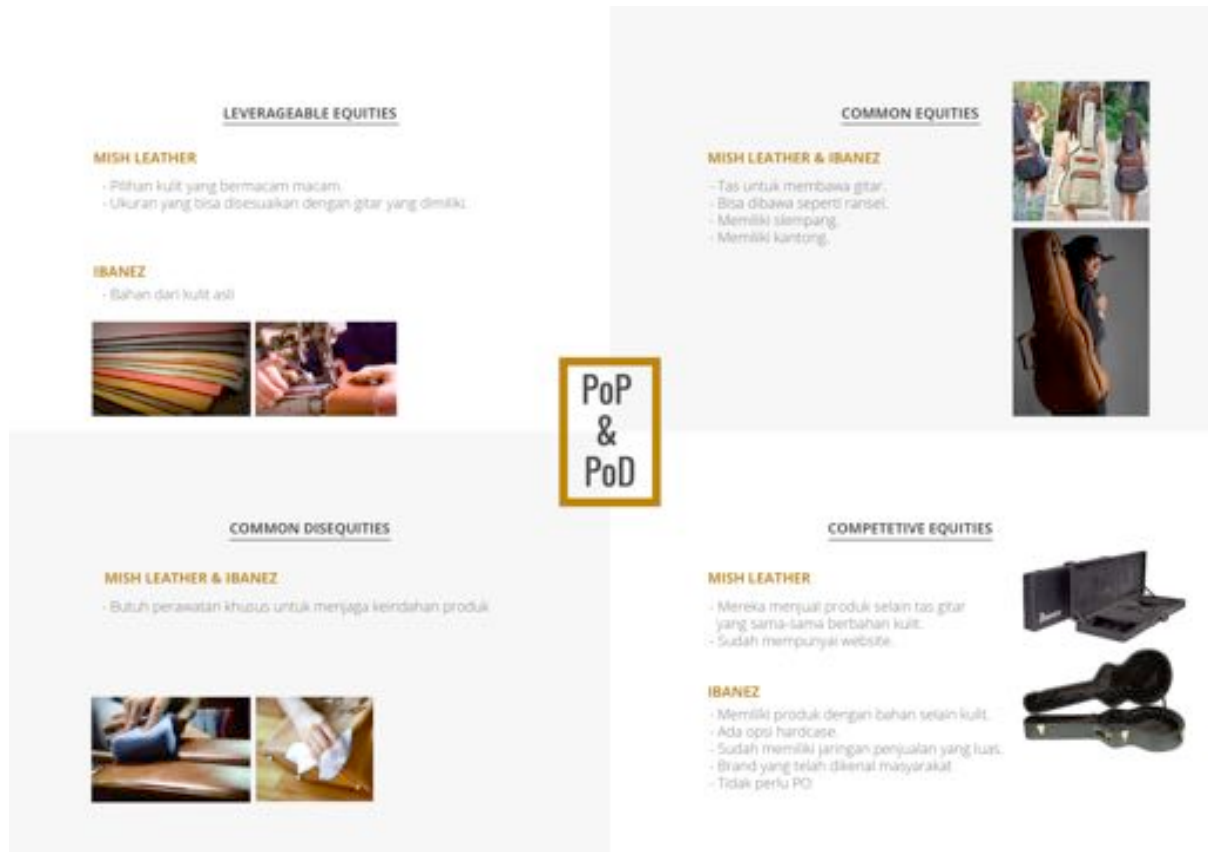
Gambar 3.1 Mish Leather & Ibanez
Sumber: www.mishleather.com & www.ibanez.com

Jika dibandingkan dengan kedua perusahaan tersebut, maka yang bisa dijadikan keunggulan tas gitar kulit Heinnick adalah menggunakan bermacam-macam kulit asli dan bahkan menggabungkan bahan kain yang lain supaya terlihat eksklusif, premium, dan personal. Selain itu, ukuran yang bisa benar-benar sesuai dengan ukuran gitar yang dimiliki oleh pemilik yang bermacam-macam ukurannya (*Leverageable Equities*).

Hal yang sama antara ide bisnis Heinnick dengan perusahaan kompetitor yaitu sama-sama menjual tas untuk membawa gitar dan bisa dibawa seperti ransel. Selain itu, juga memiliki slempang yang memudahkan membawanya dengan metode lain dan memiliki kantong untuk keperluan membawa peralatan yang lain di dalam tas gitar (*Common Equities*).

Perawatan dari produk dari ide bisnis Heinnick maupun competitor merupakan hal yang sama-sama perlu diperhatikan supaya tas gitar tetap awet dan bersih untuk menjaga keindahan produk (*Common Disequities*).

Jika dibandingkan dengan ide bisnis Heinnick, kedua perusahaan tadi memiliki beberapa keunggulan yang tidak ataupun belum kami miliki. Perusahaan Mish Leather sudah terkenal dan mampu menjual produk lain selain tas gitar yang berbahan kulit serta memiliki website, Ibanez memiliki produk dengan bahan selain kulit dan memiliki opsi tas hardcase. Perusahaan tersebut juga sudah memiliki jaringan penjualan yang luas sehingga brand yang dimilikinya sudah sangat terkenal dan ready stock (*Competitive Equities*).



Gambar 3.2 PoP & PoD Mish Leather & Ibanez

Dari perbedaan bisnis Heinnick terhadap kompetitor, solusi yang diberikan adalah memberikan kemudahan bagi para konsumen untuk mendesain sesuai permintaan konsumen. Selain itu juga kami berusaha memberikan kualitas yang kuat, aman, dan ukuran yang bisa sesuai sehingga walau stylish dan trendy, namun tas gitar yang dimiliki tetap baik dan aman karena tas gitar yang ada di pasaran terlihat biasa dan desain tidak sesuai dengan keinginan mereka, serta kurang mengakomodasikan kebutuhan mereka.

Nama Heinnick berasal dari nama pendirinya yaitu Han Sinaradi dan Nicolas Hendrawan lalu dikombinasikan dengan bahasa Inggris Britain supaya terkesan mewah dan klasik di mana Britain merupakan negara industri pertama di dunia dan negara maju dengan ekonomi terbesar keenam di dunia, sehingga nama tersebut menjadi suatu keinginan untuk menjadi perusahaan yang bisa maju dan berkembang. Desain sementara untuk logo Heinnick adalah sebagai berikut:



Gambar 3.3 Logo Heinnick

Perancangan desain tas gitar:



Gambar 3.4 Desain tas gitar kulit



Gambar 3.5 Produk tas gitar kulit

PENUTUP/ RANGKUMAN

Berdasarkan penelitian yang telah kami lakukan, maka bisa di simpulkan bahwa banyak gitaris yang menginginkan tas yang bisa mengakomodasi keinginan mereka akan gaya serta kebutuhan mereka untuk masalah slot pada tas gitar mereka. Hal ini menunjukkan bahwa ada peluang bisnis yang bisa dikerjakan, selain itu sumber daya yang dibutuhkan juga tersedia banyak di sekitar Surabaya. Setelah melakukan perbandingan dengan produk kompetitor, maka kami menemui beberapa perbedaan yang bisa menjadi nilai jual produk yang dapat dibuat. Oleh karena itu

dirasa bahwa Heinnick akan memiliki peluang untuk dapat bersaing dengan kompetitoranya.

KEPUSTAKAAN

Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Amsterdam: Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. 2010

Best, Andy. "What does Indie mean?".
http://www.kungfuology.com/indie_everything/2010/04/what-does-indie-mean.html.
22 April 2010