

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Usaha

Nero.Idn merupakan usaha di bidang clothing/ kaos yang berdiri sejak tahun 2021 bersama satu teman saya dan Nero.idn melakukan penjualan secara online yaitu di media sosial instagram. Di produk Nero.Idn sendiri kami lebih fokus ke kaos anak muda di jaman sekarang yaitu dengan model slim fit dan desain abstrak. Dalam segi desain, kami mencari referensi dari media sosial seperti instagram atau pinterest dengan meminta perizinan supaya mengambil karya tersebut, lalu kami mengkombinasikannya dan memodifikasi supaya tidak terkena hak cipta oleh pemilik gambar.



Gambar 4.1 Perijinan

Secara segmen, Nero.Idn sendiri lebih menjual kaos untuk anak-anak muda dimana desainnya lebih modern dan dapat diterima di kalangan anak muda. Banyaknya model kaos di jaman sekarang membuat para brand harus bisa menyediakan kebutuhan konsumen yang berbeda-beda dan kebutuhan konsumen yang bisa berubah sewaktu-waktu sehingga Nero.idn melakukan inovasi/ membuat sesuatu yang baru dari yang sebelumnya dengan model dan desain yang baru. Sistem pemesanan pada Nero.idn dilakukan dengan cara *pre order* atau *made by order* jadi kami melakukan penjualan sesuai permintaan konsumen kemudian akan dilakukan proses produksi dan diantarkan langsung ke konsumen sesuai dengan waktu pemesanan. Keunggulan dari produk tersebut adalah mendapatkan dengan produk yang berkualitas namun dengan harga yang tergolong murah.

4.2 Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini, melakukan wawancara terhadap 10 orang responden dengan gambaran umum responden sebagai berikut:

Table 4.1 Gambaran Umum Responden

No	Keterangan	Jumlah (Orang)	%
1	Jabatan		
	a. Mahasiswa	7	70%
	b. Fresh Graduate	1	10%
	c. Bartender/ Barista	2	20%
Total		10	100%

2	Jenis kelamin		
	a. Laki laki	9	90%
	b. Perempuan	1	10%
Total		10	100%
3	Usia		
	a. 17-21	5	50%
	b. 22-25	5	50%
Total		10	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui responden yang berusia 17 sampai 21 tahun sebanyak 5 orang (50%) dan responden yang berusia 22-25 tahun juga sebanyak 5 orang (50%). Lalu sebagian besar responden berjenis kelamin laki laki sebanyak 9 orang (90%). Kemudian diketahuin bahwa sebagian responden adalah seorang mahasiswa. Maka dari gambaran umum tersebut diketahui target pasar yang cocok untuk produk inovasi Nero.Idn.

4.3 Hasil Analisis Data

Pada bagian ini di jelaskan dan diuraikan tentang mengenai proses inovasi model dan desain pada kaos Nero.idn yang meliputi 5 tahap yaitu Idea Generation, Opportunity Recognition, Idea Evaluation, Development dan Commercialization.

4.3.1 Idea Generation

Idea generation merupakan tahapan awal dalam berinovasi dengan mencari atau menggali gali ide mengenai model dan desain yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada produk inovasi Nero.Idn Semarang dengan tujuan memperoleh ide ide untuk menciptakan produk inovasi yang menarik bagi konsumen. Nero.Idn memberi pilihan ide model kaos sebagai produk

inovasi produk kepada responden, dengan 3 model kaos yang sedang trend yaitu oversize, Longsleeve kerah dan croptop. Ide itu di dapat dari hasil observasi pada media sosial bahwa Beni Somantri pada tahun 2021 dimuat di artikel ryusei mengatakan bahwa model *oversize*, *croptop* dan *long sleeve* kerah (*turtle neck*) sedang digemari oleh anak muda di jaman sekarang, Penggalan ide ini dilakukan dengan cara mewawancarai 10 respoden yang pernah membeli produk Nero idn berumur 17-25 tahun yang berdomisili di semarang dengan hasil sebagai berikut:

Table 3.2 Hasil Wawancara Idea Generation

No	Keterangan	Jumlah	%
1..	Dari model kaos oversize, long sleeve kerah dan croptop, model kaos apa yang sedang anda sukai dan yang anda inginkan dari produk inovasi Nero.idn:		
	a. Kaos Oversize	7	70%
	b. Long sleeve	3	30%
	c. Croptop	0	0%
Total		10	100%
2.	Alasan memilih model tersebut:		
	a. Oversize		
	1. Sesuai dengan badan	4	
	2. Keren	1	
	3. Nyaman	2	
	4. Menutupi lekuk badan	1	

	b. Long Sleevee 1. Terlihat rapi 2. Sesuai dibadan 3. Keren c. Croptop	1 1 1 0	
Total		11	100%
3.	Dari desain kaos boneka/karakter, minimalis dan vintage, desain seperti apa yang sedang anda sukai dan yang anda inginkan di inovasi pada Nero.Idn: a. Vintage b. Karakter c. Minimalis	3 6 1	30% 60% 10%
Total		10	100%
4.	Alasan memilih desain tersebut: a. Vintage 1. Unik 2. Terlihat klasik 3. Keren b. Karakter 1. Keren 2. Terlihat milenial c. Minimalis a. Sempel Total	1 1 1 5 1 1 10	10% 10% 10% 50% 10% 10% 100%
5	Dari bahan baju cotton combed ada jenis yaitu 20s, 24s dan 30s mana yang paling		

	nyaman?		
	a. 30s	0	
	b. 24s	8	80%
	c. 20s	2	20%

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Setelah mendapatkan ide yang ada lalu di ambil 2 peringkat paling tinggi yang dipilih oleh responden karena dianggap sudah mewakili suara terbanyak yang nantinya akan maju ke tahap Opportunity Recognition. Dalam segi ide model yang paling banyak dipilih oleh responden adalah model kaos oversize sebanyak 7 orang responden (70%) dan model long sleeve kerah sebanyak 3 orang responden (30%). Alasan responden memilih model oversize sebagai suara paling banyak karena model oversize sesuai di badan, keren dan menutupi lekuk tubuh sehingga kaos oversize nyaman untuk digunakan. Lalu untuk dalam segi desain, desain karakter menjadi pilihan yang paling banyak dengan sebanyak 6 orang responden (60%) lalu disusul dengan ide desain vintage sebanyak 3 orang responden (30%). Alasan responden memilih desain karakter karena desainnya keren dan melihatkan desain yang lebih modern di jaman sekarang.

Berdasarkan tabel di atas, maka yang didapat dari tahap idea generation adalah:

- a) Sebagian besar responden menginginkan model kaos oversize dan long sleeve sebagai produk inovasi Nero.Idn
- b) Sebagian besar responden menginginkan desain kaos vintage dan karakter.
- c) Sebagian besar responden menginginkan bahan kaos cotton combed 24s dan warna dasar baju berwarna hitam untuk produk inovasi Nero.Idn.

4.3.2 Tahap Opportunity Recognition

Tahap opportunity recognition merupakan tahap kedua dalam tahap inovasi dimana melihat apakah produk dapat bernilai bagi konsumen. Cara yang digunakan adalah dengan mewawancarai 10 orang responden yang sudah pernah membeli produk Nero.idn yang berdomisili di Semarang. Dalam tahap ini pertanyaan yang di ajukan sebagai berikut:

Table 4.3 Hasil Pengenalan Peluang

No	Keterangan	Jumlah (Orang)	%
1	Perlukah dilakukan inovasi pada model dan desain kaos Nero.idn? a. Perlu b. Tidak perlu	9 1	90% 10%
Total		10	100%
2	Apakah ide produk inovasi kaos model dan desain yang dilakukan Nero.idn sudah pernah ada? a. Sudah ada b. Belum ada	1 9	10% 90%
Total		10	100%
3	Jika ide direalisasikan, dari ide dibawah, mana yang lebih masyarakat minati? a) Model oversize desain vintage	1	10%

	b) Model oversize desain karakter	7	70%
	c) Model long sleevee kerah desain vintage	0	0
	d) Model long sleevee kerah desain karakter	2	20%
Total		10	100%
4	Jika produk inovasi kaos terealisasikan, kisaran berapa kira kira harga yang cocok untuk produk inovasi Nero.idn?		
	a. <Rp 100.000	3	30%
	b. Rp 100.000 – 200.000	7	70%
Total		10	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Pada tahap ini dilakukan melihat peluang dari responden apakah Nero.Idn perlu melakukan inovasi atau tidak. Berdasarkan tabel di atas mayoritas responden menjawab perlu adanya inovasi pada produk Nero.idn disebut sebanyak 9 kali supaya konsumen tidak bosan dan terlihat ada yang baru. Jawaban tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya ide ide baru dalam produk Nero.idn. Lalu ditanyakan kepada responden apakah produk ide inovasi sudah pernah ada atau belum, hasilnya 9 responden menjawab belum pernah ada ide model kaos oversize, long sleevee kerah dan croptop dan juga tidak pernah menemukan ide desain kaos boneka/karakter, minimalis dan vintage. Sedangkan hanya satu orang responden menyebutkan pernah menemukan ide tersebut. Dengan jawaban tersebut menunjukkan ide model dan desain bisa dikembangkan lebih lanjut.

Lalu pada tahap ini dilakukan pendalaman oleh produk dimana dari hasil 2 tertinggi yang didapat lalu digabungkan antara hasil model dan desain dengan

- a) Model oversize desain vintage
- b) Model oversize desain karakter
- c) Model long sleeve kerah desain vintage
- d) Model long sleeve kerah desain karakter

Berdasarkan tabel di atas, hasilnya ide kaos model kaos oversize dengan desain karakter memiliki peluang di pasaran karena sebanyak 7 orang responden memilih produk tersebut untuk dapat lebih diminati oleh masyarakat karena sesuai di badan dan keren saat dipakai. Sedangkan pilihan terbanyak kedua adalah kaos model longsleevee kerah dengan desain karakter sebanyak orang responden. Lalu untuk kisaran harga, harga yang di inginkan responden kisaran di atas Rp 100.000 untuk produk inovasi Nero.Idn.Hal ini menunjukkan responden juga menginginkan kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau.

Dari tahap kesempatan peluang ini, Maka ide yang didapat dan memiliki potensi pasar yang kuat dilihat dari peluang eksternal karena:

- a. Responden menganggap Nero.Idn perlu melakukan inovasi pada model dan desain kaos.
- b. Responden menganggap ide inovasi masih jarang ditemukan di pasaran.
- c. Model oversize dan desain karakter akan lebih diminati oleh masyarakat jika direalisasikan.
- d. Responden menganggap harga yang cocok kisaran diatas Rp.100.000 sampai 200.000.

Lalu setelah melihat dari peluang eksternal, langkah selanjutnya adalah melihat peluang internal dengan cara melakukan observasi ke konveksi dan melihat kemampuan teknik Nero.idn untuk mewujudkan ide tersebut yang di dapat dari tahap idea generation. Tabel di bawah ini tentang observasi peluang internal

Table 4.4 Hasil Pengenalan Peluang Internal

No	Ide Model	Ketersediaan bahan baku	Kemampuan teknik
1	Oversize	Menggunakan bahan baku cotton combed tersedia di toko konveksi dengan harga yang lebih murah dari long sleeve polo yaitu Rp 55.000	Pembuatan kaos jadi dengan bahan baku yang cukup mudah dengan potongan yang lebih lebar sehingga pas dengan badan konsumen
2	Long sleeve polo	Menggunakan bahan baku cotton combed tersedia di toko konveksi dengan harga yang terjangkau yaitu Rp 75.000	Pembuatan kaos jadi dengan bahan baku yang cukup mudah taapi butuh waktu yang agak lama karena berlengan panjang dan berkerah

No	Ide Desain	Kemampuan teknik

1	Karakter	Mengambil referensi dari pinterest dengan memodifikasi gambar karakter atau cartoon cukup mudah untuk mendesain.
2	<i>Vintage</i>	Dalam medesain, desain <i>vintage</i> butuh waktu yang cukup lama karena memadukan warna dan tema sehingga mencapai nilai antik.

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan pada tahap identifikasi peluang ini maka didapatkan kriteria yang akan digunakan pada tahap selanjutnya, Maka kriteria yang didapatkan dari tahap opportunity recognition yaitu:

A. Peluang Eksternal

- Model yang lebih di minati oleh masyarakat adalah model kaos oversize.
- Desain yang lebih diminati oleh masyarakat adalah desain karakter.
- Bahan baju yang disukai masyarrakat adalah *cotton combed* 20s dan warna baju yang disukai oleh masyarakat adalah warna hitam.

B. Peluang Internal.

- Bahan yang mudah di dapatkan di toko toko konveksi karena bahan menjadi komponen dasar dalam peluang internal

- Harga bahan baku kaos yang digunakan relative masih terjangkau karena sebanyak 10 responden memilih harga 100.000 sampai 150.000 untuk harga produk inovasi Nero.idn.
- Memiliki kemampuan untuk merealisasikan ide tersebut dengan mudah.

4.3.3 Tahap *Idea Evaluation*

Tahap *Idea evaluation* merupakan tahap ketiga dalam inovasi produk dimana hasil ide yang didapatkan dari tahap identifikasi peluang dapat direalisasikan atau tidak. Dalam tahap ini Nero.Idn mengevaluasi ide ide yang didapat dari tahap *Opportunity Recognition* dengan menyelaraskan kriteria internal dan eksternal. Ide yang tidak selaras akan dihilangkan atau tidak diloloskan dari tahap selanjutnya.

Table 4.5 Evaluasi Ide

No	Ide	Kriteria Internal	Kriteria Eksternal	Lanjut atau tidak
1	Oversize	-Bahan kaos yang relative lebih murah atau terjangkau.	-Model kaos yang lebih diminati oleh masyarakat adalah model oversize.	Lanjut karena selaras dengan kriteria eksternal dan internal
2	Longsleeve Polo	-Bahan baku yang mudah di	-Warna yang	-Tidak lanjut karena kurang cocok dengan

		dapatkan. - Teknik pembuatan kaos jadi dengan bahan baku yang cukup mudah.	disukai oleh responden adalah warna hitam dan menggunakan bahan cotton combed 24s.	warna dasar berwarna hitam -Harga kaos longsleeve polo relative tidak murah.
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------

Desain Kaos

No	Ide	Kriteria Internal	Kriteria Eksternal	Lanjut atau tidak
1	Desain Vintage	Desain kaos karakter bisa dikatakan lebih mudah daripada desain vintage	-Desain kaos yang diminati masyarakat adalah desain karakter	Tidak lanjut karena ada kendala dalam mendesain kaos vintage
2	Desain Karakter	karena menggabungkan unsur antik yang sulit.		Lanjut karena selaras dengan kriteria internal dan eksternal

Sumber: data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel di atas maka didapatkan ide untuk maju ke tahap selanjutnya dengan kriteria yang sesuai dengan kapasitas dalam faktor eksternal dan faktor internal. Maka hasil yang didapatkan adalah ide model kaos oversize dan ide desain karakter.

4.3.4 Tapap Development

Pada tahap ini yaitu tahap pengembangan dilakukakn dengan beberapa tahap dalam mengembangkan produk inovasi Nero.Idn. Langkah langkah sebagai berikut:

4.3.4.1 Desain Awal

Langkah pertama dalam tahap ini adalah dengan membuat desain awal dari ide kaos yang didapatkan dari tahap sebelumnya. Kriteria nya yaitu:

- a. Model kaos inovasi Nero.Idn adalah model oversize
- b. Desain kaos untuk inovasi Nero.Idn adalah desain karakter
- c. Tema warna dasar pada produk inovasi Nero.Idn adalah warna hitam
- d. Bahan kaos menggunakan cotton sombed 24s karena dinilai bahan yang nyaman.



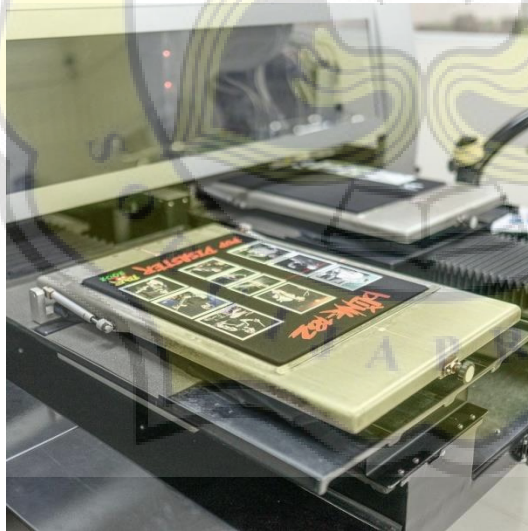
Gambar 4.2 Desain awal

4.3.4.2 Prototype

Pada tahap ini dilakukan pembuatan prototype produk diaman dari ide yang didapatkan pada tahap sebelumnya . Ide yang didapat adalah model kaos oversize dan desain kaos karakter.

Berikut proses cara pengolahan dalam produk kaos inovasi Nero.Idn:

1. Dalam inovasi ini menggunakan produk oversize dimana produk ini memiliki lingkaran badan yang lebih lebar dari kaos biasanya karena sizechart jelas berbeda dengan kaos biasanya.
2. Lalu selanjutnya membuat desain karakter mengambil referensi dari pinterest dan dilakukan modifikasi supaya keren dan menarik. Desain karakter pada baju menggunakan warna terang karena baju dasar menggunakan warna hitam.
3. Lalu siapkan kaos yang digunakan untuk mencetak desain dan disemprot menggunakan kompresor pada bagian yang akan disablon. Pada tahap penyablonan menggunakan DTG atau Direct to Garment Printing dengan menggunakan mesin cetak digital.
4. Lalu kaos diletakan pada mesin printer dan dimulai untuk mencetak desain. Lalu menunggu hingga proses pencetakan selesai



Gambar 2.3 Proses pencetakan

5. Lalu setelah proses printing selesai diamkan kaos beberapa saat sampai sablon benar benar menempel pada kaos.

6. Lalu pemberian name tag brand pada bagian dalam kaos.



Gambar 3.4 Produk prototype

4.3.4.3 Uji prototype Produk

Lalu setelah tahap pembuatan prototype produk, langkah selanjutnya adalah uji prototype produk dari ide yang didapat dari tahap sebelumnya yaitu model kaos oversize dan desain karakter dengan mewawancarai kembali responden yang sama

sebelumnya agar mengetahui reaksi terhadap produk inovasi Nero.Idn. Maka hasilnya sebagai berikut:

Table 4.6 Hasil Uji Prototype

No	Keterangan	Jumlah (Orang)	%
1.	Menurut anda, apakah produk Nero.idn sudah menarik bagi anda?		
	a. Menarik	9	90%
	b.Tidak menarik	1	10%
Total		10	100%
2.	Menurut anda, apakah ada yang masih kurang dari produk Nero.idn?		
	a. Tidak ada	7	70%
	b. Gambar kurang besar	2	20%
	c. Warna karakter kurang cerah	1	10%
Total		10	100%
3.	Apakah produk dari Nero.idn sudah sesuai dengan harapan anda?		
	a. Ya	9	90%
	b. Tidak	1	10%
Total		10	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 22

Dari uji prototype yang sudah dilakukan, dapat diketahui bahwa hampir keseluruhan responden sejumlah 9 orang menjawab produk inovasi dari Nero.Idn menarik. Jawaban tersebut merupakan pemikiran yang bisa direalisasikan untuk dijual ke pasar atau konsumen. Secara keseluruhan produk prototype mendapat reaksi yang positif dari mayoritas responden berjumlah 7 orang menjawab tidak ada yang kurang dari produk inovasi Nero.idn, Sedangkan responden lainnya berpendapat bahwa gambar nya kurang besar (2) dan warna karakter nya kurang cerah (1).

Dengan uji prototype ini rata rata responden juga berpendapat bahwa produk sudah sesuai harapan.



Gambar 4.5 Proses uji prototype produk

4.3.4.4 Redesign

Dari secara keseluruhan ide yang sudah di uji, produk inovasi Nero.idn secara keseluruhan mendapat respon yang positif dan baik dari masyarakat sehingga Nero.idn tidak perlu melakukan *redesign* atau perbaikan produk.

4.3.4.5 Produk Akhir

Dari proses inovasi yang telah dilakukan sampai tahap akhir tidak ada produk yang mengalami perbaikan maka ditemukan hasil akhir produk Nero.Idn adalah model kaos oversize dengan desain karakter. Setelah mendapat produk akhir, selanjutnya yaitu menghitung harga produk produksi (HPP). Berikut perhitungan Hpp nya:

Hpp produk akhir inovasi Nero.idn

Tabel 4.7 Perhitungan HPP

Bahan baku	Jumlah	Harga (Rp)
Kaos (Oversize)	1 kaos	60000
Cotton combed 20s		
Sablon DTG		71400
Print Label		10500
Total biaya bahan baku		141900
BOP		
Ongkir		10000
Total BOP		10000
Total Biaya		151900
HPP		151900

Sumber: Data primer

Berdasarkan tabel di atas total biaya bahan baku adalah 141900 untuk satu buah kaos. Sedangkan untuk biaya overhead nya adalah sebesar Rp 10000. Maka harga pokok produksi sebesar Rp 151900 untuk satu buah kaos. Margin yang di inginkan adalah sebesar 20% sehingga besar laba yang di dapatkan adalah Rp30.000 untuk satu kaos. Maka untuk harga jual satu kaos adalah Rp 181900



Gambar 4.6 Produk Nero.Idn

4.3.5 Commercialization

Pada tahap akhir ini, produk yang sudah diuji siap dipasarkan kepada masyarakat melalui media sosial dimana medianya kami tanyakan kepada responden yang sama sebelumnya dan diajukan kepada responden. Pertanyaannya adalah “Menurut anda, media apakah yang memungkinkan anda untuk mengerti produk Nero.Idn Semarang?” dengan jawaban responden sebagai berikut:

Table 4.8 Pemasaran

No	Responden	Media
1	Oscar Ricardo	Instagram
2	Satria Adika	Instgaram dan tiktok
3	Dandy Maulana	Instagram
4	Boban Rakha	Instagram
5	Hosea Apriyandi	Instagram
6	Yovian	Instagram
7	Ikhwan Fadhol	Instagram
8	Pieter Mario	Instagram
9	Nesyane Putri	Instagram dan tiktok
10	Calvin Petra	Instagram

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, semua responden menjawab akan mengerti produk Nero.idn jika dipromosikan lewat instagram sejumlah 10 orang dan tiktok jawaban lainnya dari 2 responden. Dengan demikian cara pemasaran akan dilakukan adalah lewat instagram dengan memperbanyak promosi.