

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Diadora, sebagai salah satu merek internasional yang berada di bawah naungan PT MAP *Active* Adiperkasa (MAA), memiliki potensi besar dalam menanggapi tren tersebut. PT MAP *Active* sendiri merupakan anak perusahaan dari PT Mitra Adiperkasa Tbk yang menaungi lebih dari 150 berbagai macam merek internasional di sektor gaya hidup dan olahraga, serta memiliki lebih dari 2.300 gerai ritel di seluruh Indonesia (MAP *Active*, 2023). PT MAP *Active* memiliki kekuatan distribusi dan pengaruh pasar yang membuatnya memiliki peluang strategis untuk membuat desain alas kaki *casual unisex* yang sesuai dengan preferensi pelanggan Indonesia.

Dalam upaya pengembangan produk alas kaki, inovasi desain menjadi elemen kunci dalam memenangkan persaingan. Pengembangan produk dimulai dari ide dan kreativitas yang dikonversi ke dalam komponen produk berdasarkan kebutuhan konsumen akan aspek kebaruan. Inovasi desain juga berkaitan erat dengan penciptaan value yang unik untuk membedakan suatu produk di pasar.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah R&D atau *Research and Development* dengan mengidentifikasi berbagai permasalahan pada studi kasus penelitian yaitu produk sepatu *casual brand* Diadora untuk dikembangkan lagi sebagai upaya mengeluarkan produk yang *based on trend* namun tetap disesuaikan dengan kebutuhan pengguna sesuai dengan studi kasus yang terjadi. Selain itu, desainer menggunakan pendekatan *Morphological Forced Connections* (MFC) yang menjadi metode eksploratif untuk menggabungkan berbagai elemen visual dan struktural produk secara sistematis ke dalam bentuk matriks kreatif. Metode ini

dikembangkan oleh Don Koberg dan Jim Bagnall, dan telah terbukti efektif untuk menghasilkan ragam alternatif desain baru yang inovatif dan tidak monoton. Metode ini efektif untuk menghasilkan variasi desain baru yang orisinal, sebagaimana dibuktikan dalam studi (Pambudi & Yunidar, 2021), dan telah banyak digunakan dalam pengembangan produk berbasis ide kreatif (Hsiao & Chou, 2004). Perancangan *sneakers* Diadora ini diharapkan dapat menciptakan produk yang tidak hanya menarik dari sisi estetika, tetapi juga nyaman dan berkualitas, sesuai dengan karakteristik merek Diadora yang telah dikenal. Dengan pendekatan MFC, diharapkan dapat dihasilkan desain *sneakers* yang tidak hanya memenuhi ekspektasi konsumen dalam hal kenyamanan dan kualitas, tetapi juga memberikan pengalaman gaya hidup yang lebih dinamis dan berkelas bagi penggunanya.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, didapatkan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Perancangan produk ini ditujukan untuk memenuhi kebutuhan proyek brand Diadora untuk kategori *casual*.
2. Perancangan alas kaki ini memanfaatkan warna-warna tren seperti *maroon* dan *earth tone*, dan material yang belum diterapkan dalam koleksi alas kaki Diadora.
3. Perancangan ini dibuat untuk model dan warna alas kaki yang dapat digunakan oleh pria maupun wanita dewasa muda dengan rentang usia 18-35 tahun.

1.3. Rumusan Masalah (*Problem Statement*)

Berdasarkan Identifikasi masalah diatas, rumusan masalah yang akan dibahas adalah, Diadora ingin memasuki pasar alas kaki kategori *casual* yang memanfaatkan warna tren dan material sebagai bagian *upper* dari alas kaki *sneakers*.

1.4. Pertanyaan Penelitian (*Research Questions*)

Berdasarkan hasil identifikasi masalah diatas, maka rumusan permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana membuat desain sepatu *casual* Diadora yang sesuai untuk preferensi konsumen indonesia?
2. Bagaimana tren warna seperti *maroon* dan *earth tone* dapat diterapkan dalam desain sepatu untuk memperkuat daya tarik visual dan estetika produk?

1.5. Tujuan Penelitian (*Research Objectives*)

Pada penelitian ini, diharapkan tercapai tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Merancang desain alas kaki *casual unisex* untuk *brand* Diadora Indonesia yang sesuai dengan karakteristik dan preferensi konsumen lokal.
2. Mengeksplorasi penerapan tren warna seperti maroon dan earth tone pada desain sepatu *casual*.

1.6. Batasan Masalah (*Delimitation/s*)

Penelitian dibatasi dengan berbagai pertimbangan agar dihasilkan beberapa solusi yang mengerucut, sebagai berikut:

1. Produk sepatu yang akan dirancang adalah sepatu *casual* Diadora untuk kategori pria dan wanita yang disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan pasar Indonesia.
2. Sol yang dipakai menyesuaikan dengan sol yang telah dipakai untuk produksi *sneakers* Diadora.
3. Perancangan ini berfokus pada sepatu yang dapat dipakai oleh wanita maupun pria dewasa muda.

1.7. Ruang Lingkup Penelitian (*Scope*)

Studi analisis dalam perancangan ini berfokus pada perancangan sepatu kasual untuk brand Diadora yang ditujukan kepada pasar Indonesia, khususnya untuk pria dan wanita. Penelitian ini mencakup tahap perancangan desain dan pemilihan material.

1.8. Keterbatasan Penelitian/Perancangan (*Limitation*)

Keterbatasan penulisan perancangan sepatu kasual untuk brand Diadora ini dilakukan selama masa *internship* di PT. MAP Active, sehingga dalam proses perancangan, semua desain harus disesuaikan dengan arahan dan kebutuhan perusahaan. Waktu yang tersedia untuk perancangan ini terbatas selama enam bulan dan proses desain harus mengikuti standar serta keterbatasan manufaktur yang ada di industri.

1.9. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi peneliti maupun pihak lainnya yang berkaitan maupun berperan dalam penelitian ini. Berikut manfaat penelitian:

1. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan pada bidang desain produk yang menggunakan metode rancangan *Morphological Forced Connections* (MFC) sebagai acuan dalam menciptakan produk baru. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi literatur tambahan yang dapat dikembangkan pada penelitian selanjutnya.

2. Manfaat bagi Masyarakat

Memberikan penalaran dalam melihat proses terciptanya produk baru yang menyesuaikan kebutuhan konsumen sehingga dapat meningkatkan kedekatan brand dengan masyarakat terkait.

3. Manfaat bagi Industri

Memberikan wawasan untuk pengembangan sepatu *casual* yang sesuai dengan tren dan kebutuhan pasar Indonesia dengan ide gagasan mengenai proses terbentuknya produk baru.

4. Manfaat bagi Penulis

Penelitian ini memberikan ilmu dan pengalaman bagi peneliti dalam proses perancangan produk baru dengan segala rangkaian penelitian sebagai panduan dalam melakukan hal serupa di masa depan.

1.10. Sistematika Penulisan

Berisi tentang susunan penulisan laporan penelitian.

1. BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdapat latar belakang perancangan, identifikasi masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, ruang lingkup penelitian, keterbatasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika perancangan.

2. BAB II : KAJIAN

Pada bab ini berisi teori mengenai objek teliti serta teori mengenai permasalahan - permasalahan yang hadir pada fenomena yang terjadi mulai dari teori yang berisi rangkaian umum sampai dengan khusus. Teori tersebut didukung melalui buku dan jurnal yang berkaitan dengan

3. BAB III : METODE

Dalam bab ini terdapat metode penggalan data, perancangan produk, dan metode validasi yang digunakan pada penelitian untuk mencari solusi terbaik terhadap permasalahan yang ada.

4. BAB IV : PEMBAHASAN

Dalam bab ini memuat hasil analisa data hasil studi dari permasalahan yang ada lalu diolah untuk disimpulkan sebuah konsep dari perancangan yang dilakukan sebagai sebuah solusi.

5. BAB V : KESIMPULAN

Berisikan penutup yang terdiri dari kesimpulan serta saran – saran yang bermanfaat bagi hasil penelitian.