BAB II
TAS RAJUT VINAASTEE

II.1.Profil PT. Vinaastee International

Berdasarkan website resmi ZALORA.co.id (2014) Vinaastee diluncurkan pada tahun 2005, Vinaastee memulai karirnya sebagai label penghasil tas. Dengan semua pengalaman yang sudah didapat, pengakuan dari berbagai negara pun mulai bermunculan. Label asal Singapura ini terus mengembangkan bisnisnya hingga ke Benua Eropa dan Amerika.

Produk tasnya yang terkenal unik dibuat dan dihasilkan di negeri China. Hingga sekarang label ini terus berkarya untuk melahirkan koleksi tas yang *up to date* dengan perkembangan tren yang ada. Pada akhirnya mutu dan produk tahan lama menjadi komitmen serta prioritas kepada setiap pelanggan. Kualitas yang tinggi di setiap produk membuat koleksinya tahan lama.

Sementara itu hasil wawancara dengan Eko Gunawan (2014) sebagai kepala marketing PT. Vinaastee International diperoleh gambaran bahwa PT. Vinaastee Internasional yang ada di Indonesia berlokasi di Bandung, Jawa Barat, tepatnya di Jl. Peta No. 208 Bandung. Didirikan pada tahun 2011, di mana pada saat itu sudah memproduksi tas untuk merk *The Sak* Amerika dan bantal- bantal rajut untuk beberapa perusahaan di Amerika serta Eropa. Awalnya perusahaan ini dibuat untuk memproduksi tas *brand The Sak*, akan tetapi saat ini mulai dikembangkan untuk market lokal dengan menggunakan *brand* Vinaastee.

Pada awalnya pabrik ini lebih memfokuskan diri untuk memproduksi produk-produk berbahan dasar kulit asli dan imitasi. Sementara Vinaastee Indonesia lebih fokus kepada bahan- bahan rajut dan dalam pengembangan produk Vinaastee juga memproduksi tas dari bahan kulit imitasi.

II.1.1. Arti Kata Vinaastee

Berdasarkan hasil wawancara dengan Eko Gunawan (2014) diperoleh gambaran bahwa arti kata Vinaastee sendiri berasal dari campuran bahasa Italia dan Perancis, yang berarti perempuan yang cantik.Pada logo Vinaastee sendiri terdapat gambar burung yang tentunya juga memiliki makna yaitu, agar produk tas rajut Vinaastee ini dapat terbang setinggi- tingginya, tidak ada hambatan ruang dan waktu.

Warna pink yang diterapkan pada logo Vinaastee juga menyiratkan bahwa produk- produk yang dikeluarkan oleh Vinaastee adalah produk yang dikhususkan untuk wanita, selain itu dimaksudkan agar orang yang memakainya terlihat modis.Sedangkan model yang dipakai sebagai *icon* dari Vinaastee memberi maksud agar produk Vinaastee dapat lebih diterima diskala Internasional, karena memang produk Vinaastee ini sudah memiliki beberapa pelanggan tetap di luar negeri seperti Malaysia, Singapura dan China.



Gambar II.1. Logo Vinaastee

Sumber;

https://www.pinkemma.com/uploads/2014/03/28/logo-vinasee.jpg

Diakses pada (14 Desember 2014)




Gambar II.2. Icon produk Vinaastee skala Internasional

Sumber;

http://odioli.com/images/products/photos/21455L.jpg

http://buy8wood.com/image/data/2014/Vinaastee/EdoBackpackTaupe/Edit2.jpg

Diakses pada (14 Desember 2014)

II.1.2. Pendiri PT. Vinaastee International

Berdasarkan hasil wawancara dengan Eko Gunawan (2014) diperoleh gambaran bahwa PT. Vinaastee International didirikan oleh seorang yang berkebangsaan Singapura di China tahun 2005, lalu saat ini telah diambil alih oleh seorang CEO atau Direktur PT. Vinaastee International yang berasal dari Bali namun sekarang telah menetap di Bandung yaitu Ai Latifah.



Ai Latifah bukanlah satu satunya orang yang berpengaruh terhadap PT. Vinaastee International, beberapa rekan bisnis yang berada di luar negeri lainnya juga memberikan pengaruh yang besar terhadap perusahaan yang berpusat di Bandung Jawa Barat ini, karena merekalah yang memberi modal awal untuk membuat usaha tas rajut *merk* Vinaastee.

II.1.3.Omset Penjualan Tas Rajut Vinaastee

Berdasarkan hasil wawancara dengan SPG yang bertanggung jawab atas produk Vinaastee di Matahari BIP, diperoleh keterangan sebagai berikut: Revani (2015) “

tas rajutnya emang gak terlalu ramai, tapi omset penjualan selalu mencapai target. Untuk pembelinya lebih banyak anak muda/ wanita kantoran apalagi kalau diskon 20%, kalau diskonnya 50% lebih banyak ibu- ibu yang belinya. Tapi untuk banyak enggaknya pembeli tergantung kita masarinnya aja. Tapi sampe sekarang memang selalu mencapai target dari Vinaastee nya. ”

II.2. Ciri Khas Tas Rajut Vinaastee

Ciri khas tas rajut Vinaastee terbagi menjadi 3 pembahasan yaitu mulai dari bahan tas rajut Vinaastee, produk tas rajut Vinaastee dan perawatan tas rajut Vinaastee.

II.2.1. Bahan Tas Rajut Vinaastee

Berdasarkan hasil wawancara dengan Eko Gunawan (2014) diperoleh gambaran bahwa tas rajut Vinaastee menggunakan bahan benang *Polypropylene* (benang PP) yang biasa digunakan untuk membuat produk yang di ekspor ke luar negeri, karena memang produk Vinaastee ini termasuk barang yang sering diekspor ke negara Singapura, Malaysia, China dan negara- negara lainnya.



Gambar II.3. Contoh Benang Polypropylene.
Sumber;http://kkcdn-static.kaskus.co.id/images/2012/05/09/3466131_20120509094126.jpg
Diakses pada (5 Januari 2015)

II.2.2. Produk Tas Rajut Vinaastee

Berdasarkan hasil wawancara dengan Eko Gunawan (2014) diperoleh gambaran mengenai produk tas rajut Vinaastee yang memliki warna tahan lama, tidak luntur dan warnanya tidak terbatas. Bahan yang digunakan untuk tas rajut ini tidak akan mengalami masalah terkelupas, seperti yang dialami tas dari bahan kulit asli

maupun imitasi. Benang pada tas rajut Vinaastee mudah dibersihkan dan bisa dicuci lembut, bisa juga dicuci menggunakan sikat gigi dengan sedikit detergen. Berikut merupakan beberapa jenis produk tas rajut Vinaastee:

a. Tas Hobo

Tas ini sama seperti tas tote, tapi bedanya adalah di desain. Tas hobo memiliki desain yang melengkung seperti bulan sabit, dan biasanya tas ini berukuran besar.



Gambar II.4. Hobo Soya

Sumber:

http://dynstatic01-ec.zalora.com/R99tp1AsDEHC4-3Z2oMGj0K97Gg=/fit-in/236x345/filters:quality%2890%29:fill%28ffffff%29/http://static-origin.zalora.co.id/p/vinaastee-5816-255738-1.jpg

Diakses pada (17 April 2015)



Gambar II.5. Laguna

Sumber:

http://dynstatic02-ec.zalora.com/Pq8dJT83nm-nDGvVrWSooAc0S_o=/fit-in/236x345/filters:quality%2890%29:fill%28ffffff%29/http://static-origin.zalora.co.id/p/vinaastee-2680-328618-1.jpg
Diakses pada (6 Juni 2015)

b. *Backpack*

Backpack atau yang lebih dikenal dengan tas ransel ini merupakan tas multifungsi. Tas ini menjadi pilihan banyak orang karena sangat ringkas dan mudah untuk dibawa ke mana-mana, seperti menjadi tas sekolah, tas kerja, dan tas kuliah.



Gambar II.6. Edo Backpack Grey, Red, Navy
Sumber:
http://im.berrybenka.biz/assets/cache/286x429/product/zoom/26280_edo-backpack_grey_KF8RA.jpg
http://im.berrybenka.biz/assets/upload/product/zoom/26280_edo-backpack_red_IYAXV.jpg
http://im.berrybenka.biz/assets/upload/product/catalogs/26280_edo-backpack_navy_ONK0R.jpg
diakses pada (6 Juni 2015)

c. *Mesengger Bag*

Sebagian besar bentuk *messenger bag* adalah kotak atau persegi panjang dengan dilengkapi sabuk lebar untuk diselempangkan di bahu.



Gambar II.7. Crossbody Bag



Gambar II.8. Crossbody flap deep pink

Sumber:

https://cdn.telunjuk.com/ri/180/200/vinaastee-als-crossbody-bag_32699873.jpg

http://im.berrybenka.biz/assets/cache/281x405/product/zoom/28471_crossbody-flap_deep-pink_0X512.jpg

Diakses pada (6 Juni 2015)



Gambar II.9. Med Flap

Sumber:

http://intl.rakuten-static.com/t/121/584/d4d3/fa5b/90fb/5b8c/536f/1112e49a99005056b70afc.jpg

Diakses pada (6 Juni 2015)

d. *Sling Bag*

Tas ini serupa dengan *messenger bag*, tapi *sling bag* dibuat lebih kecil dari messenger bag. Dalam hal pemakaian tas ini dikhususkan untuk kegiatan yang tidak memerlukan barang bawaan banyak.



Gambar II.10. Big Meme



Gambar II.11. Nona Mix

Sumber:

http://dynstatic02-ec.zalora.com/Cc6i4kPNr0ZegvfK0hGowpEaEPg=/fit-in/346x500/filters:quality%2890%29:fill%28ffffff%29/http://static-origin.zalora.co.id/p/vinaastee-0979-638618-1.jpg

https://pbs.twimg.com/media/CBlCIqdUsAE5_0w.jpg:large

Diakses pada (17 April 2015)

e. *Rucksack*

Sekilas *rucksack* mirip dengan *backpack*, tapi tas ini tidak memakai sistem resleting melainkan serut (*drawstring*). Tas ini mulai terkenal pada masa perang dunia kedua, terutama oleh tentara Jerman. *Rucksack* berasal dari bahasa Jerman yakni *Racken*' artinya '*the back*', dan *Sack*' yang berarti tas.



Gambar II.12. Bazy Bag

Sumber:

http://dynstatic02-ec.zalora.com/5H4ywbEbr1OYRplOqFkTN4Mgobc=/fit-in/346x500/filters:quality%2890%29:fill%28ffffff%29/http://static-origin.zalora.co.id/p/vinaastee-0969-048618-1.jpg

http://dynstatic02-ec.zalora.com/t2KIJK27t-R7JC2flFk2L0dsttE=/fit-in/346x500/filters:quality%2890%29:fill%28ffffff%29/http://static-origin.zalora.co.id/p/vinaastee-4617-838618-1.jpg
http://dynstatic01-ec.zalora.com/sOZmuveIMksciLscKkFMTqGVIRg=/fit-in/236x345/filters:quality%2890%29:fill%28ffffff%29/http://static-origin.zalora.co.id/p/vinaastee-4605-938618-1.jpg
diakses pada (6 Juni 2015)

f. *Tote Bag*

Tas ini sering dipakai oleh wanita baik dalam acara formal maupun informal, seperti sekolah dan kerja. Dengan kapasitas yang besar membuat tas jenis ini dapat membawa segala jenis aksesoris dan perlengkapan wanita.



Gambar II.13. Pixie Coklat dan Orange
Sumber :
http://dynstatic01-ec.zalora.com/T4Lvp9IOQ-cfk8jzoM9YMlant6w=/fit-in/346x500/filters:quality%2890%29:fill%28ffffff%29/http://static-origin.zalora.co.id/p/vinaastee-9103-192428-1.jpg
Diakses pada (17 April 2015)



Gambar II.14. Shoulder Bag



Gambar II.15. Simply 2

Sumber:

http://intl.rakuten-static.com/t/bd1/6ea/7f57/92c1/70e9/5b64/5315/1118e4898f005056b743bc.JPG

http://dynstatic01-ec.zalora.com/kBpuvVbGWTtWHVn6fPLQiMQeAgM=/fit-in/236x345/filters:quality%2890%29:fill%28ffffff%29/http://static-origin.zalora.co.id/p/vinaastee-5823-670068-1.jpg

Diakses pada (6 Juni 2015)



Gambar II.16. Shopper Zigzag



Gambar II.17. Big Rose Hand Bag

Sumber:

https://cdn.telunjuk.com/ri/180/200/vinaastee-shopper-zigzag-hand-bag_29448531.jpg

http://intl.rakuten-static.com/t/cf1/6a2/9f35/4f55/70fd/5b0b/5375/1156e4b41d005056b704f4.jpg

Diakses pada (6 Juni 2015)

g. *Tas Clutch* dan *Wrislet*

Tas *clutch* ini sekilas sama dengan *wrislet*, tapi ada sedikit perbedaan. Jika *clutch* hanya bisa digenggam tapi wrislet dapat juga diselempangkan karena memiliki tali panjang yang dapat dilepas pasang.



Gambar II.18. Omi Medcos



Gambar II.19. Wallet Bag

Sumber:

http://dynstatic02-ec.zalora.com/unsafe/fit-in/346x500/filters:quality%2890%29:fill%28ffffff%29/http://static-origin.zalora.co.id/p/vinaastee-4560-845718-1.jpg

https://cdn.telunjuk.com/ri/180/200/vinaastee-wallet-bag_25310046.jpg

Diakses pada (6 Juni 2015)



Gambar II.20. Winnie Wristiet



Gambar II.21. Winnie Wristlet Bag

Sumber:

https://www.pinkemma.com/uploads/2014/07/24/VS10000013004%20-%20winnie%20wristiet%20clutch%20bag-vi-20333_blue%20mix_170rb-depan_190x190.jpg

https://cdn.telunjuk.com/ri/180/200/vinaastee-winnie-wristlet-bag_29448559.jpg

Diakses pada (6 Juni 2015)



Gambar II.22.Big Cos Brown

Sumber:

https://cdn.telunjuk.com/ri/180/200/vinaastee-big-cos-brown_46497641.jpg

Diakses pada (6 Juni 2015)

h. Tas *Satchel*

Tas ini adalah jenis tas selempang yang didesain untuk wanita. Tas *satchel* biasanya berukuran tidak terlalu besar dan mempunyai penutup yang

dilengkapi sabuk berukuran besar dibagian depannya. Desain penutup sabuknya biasanya mempunyai motif seperti skop dibagian atasnya.



Gambar II. 23. Als Crossbody

Sumber:

https://cdn.telunjuk.com/ri/180/200/vinaastee-als-crossbody-bag_32699873.jpg

Diakses pada (6 Juni 2015)



Gambar II.24. Als Crossbody-2

https://cdn.telunjuk.com/ri/180/200/vinaastee-als-crossbody_35183952.jpg

Diakses pada (6 Juni 2015)

II.2.3. Perawatan Tas Rajut Vinaastee

Eko Gunawan (2014) sebagai kepala marketing PT. Vinaastee International menyatakan bahwa perawatan tas rajut Vinaastee sangat mudah dan tidak memerlukan cara atau perlakuan yang khusus, hal ini merupakan keunggulan dari tas rajut Vinaastee selain dari model yang selalu mengikuti *trend*. Apabila benang pada tas rajut Vinaastee ini keluar, maka tinggal dibakar saja sedikit menggunakan korek api.

II.3. Keunggulan Tas Rajut Vinaastee

Berdasarkan hasil wawancara dengan Eko Gunawan (2014) diperoleh gambaran mengenai keunggulan tas rajut Vinaastee yang terdapat pada model, dari segi pemasaran dan tingkat kepuasan yang diberikan oleh produk Vinaastee. Model tas rajut Vinaastee selalu mengikuti perkembangan zaman. Hal ini membuat tas rajut Vinaastee dapat dipakai oleh semua kalangan. Contoh model tas rajut Vinaastee tahun 2011 dan tahun 2014.

Tas rajut Vinaastee tahun 2011, modelnya dititik beratkan pada permainan warna dan motif rajutan lebih terlihat rumit dan didominasi banyak warna.



Gambar II.25. Cross Body Han Bag

Sumber;

http://dynstatic01-ec.zalora.com/SNzlGCH4GiOkxL5XEoJ2YAehuCc=/fit-in/346x500/filters:quality(90):fill(ffffff)/http://static-origin.zalora.co.id/p/vinaastee-0534-202157-1.jpg

http://intl.rakuten-static.com/t/357/dc4/61dc/ca9f/f0a7/9a32/d588/1131e48377005056b75887.jpg

Diakses pada (18 April 2015)

Tas rajut Vinaastee tahun 2014, modelnya sudah mulai dibuat lebih elegan dengan tambahan kulit untuk bagian pegangan tangannya dan bagian bawah tas rajut Vinaastee, serta aksesoris yang menyerupai bunga berumbai dibawahnya. Adapun motifnya berbentuk rantai dimaksudkan agar tampilan tas tampak lebih kuat, ditambah lagi pada bagian bawah diperkuat dengan bahan kulit. Sehingga tas tersebut dapat digunakan untuk pergi ke kantor, acara pernikahan atau acara lainnya, karena model tas rajut Vinaastee ini berkapasitas besar serta elegan.



Gambar II.26. Shaura Soulder Bag



Gambar II.27. Simply 2

Sumber;

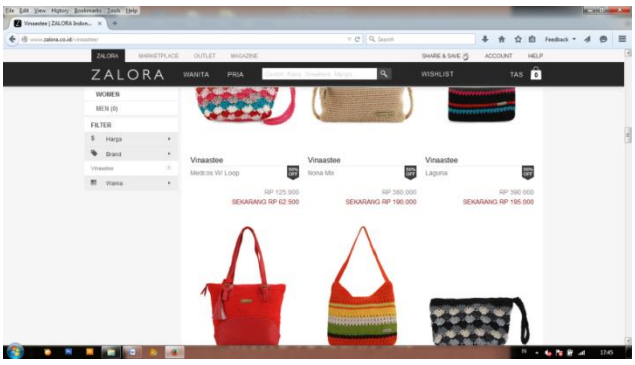
http://dynstatic02-ec.zalora.com/unsafe/fit-in/346x500/filters:quality(90):fill(ffffff)/http://static-origin.zalora.co.id/p/vinaastee-0152-949657-2.jpg

Diakses pada (18 April 2015)

II.3.1. Pemasaran Produk Vinaastee

Berdasarkan wawancara dengan Eko Gunawan (2014) di samping produk- produk Vinaastee sudah terkenal di mancanegara, produk Vinaastee unggul pula dalam pemasarannya, karena sudah berhasil memanfaatkan media online seperti berikut ini:

1. Zalora.co.id;



Gambar II.28.Website Zalora.co.id

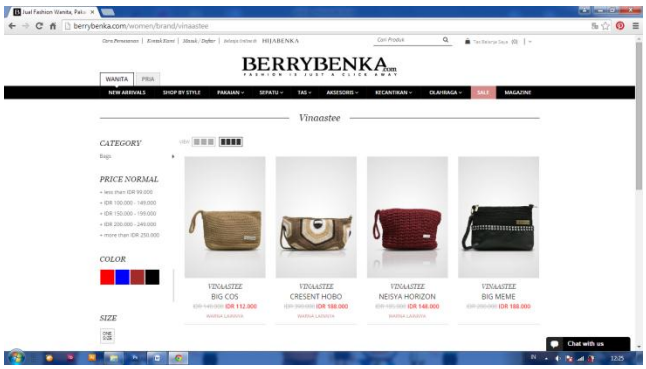
Sumber:

http://www.zalora.co.id/women/tas/vinaastee/?sort=popularity&dir=desc&category_id=264&brand=674

Diakses pada (17 April 2015)

PT. Vinaastee International memasarkan produknya melalui beberapa media *online*, salah satunya yaitu zalora.co.id dengan total tas yang dijual sebanyak 45 dengan harga mulai dari Rp. 125.000 – Rp. 550.000, selain itu zalora.co.id ini pun sedang mengadakan diskon sampai dengan 62% untuk tas *merk* Vinaastee. Jika membeli tas rajut Vinaastee di website resmi zalora, maka konsumen akan mendapatkan keuntungan seperti gratis ongkos kirim, 7 hari batas penukaran, dan cara pembayaran yang akan memudahkan transaksi pembelian.

2. Berrybenka.com;



Gambar II.29.Website Berrybenka.com

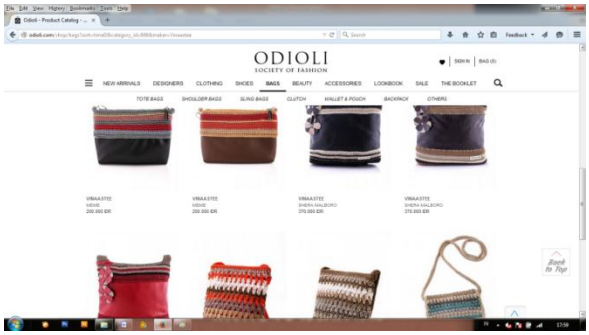
Sumber:

http://berrybenka.com/women/bags/vinaastee

Diakses pada (6 Agustus 2015)

Berrybenka.com merupakan *online-shop* yang bekerjasama dengan PT. Vinaastee International, tas yang dijual dalam website ini hanya 4 tas yang harganya mulai dari Rp. 140.000 –Rp. 390.000, selain itu tas Vinaastee sedang ada diskon 20%.

3. Odioli.com;



Gambar II.30.Website Odioli.com

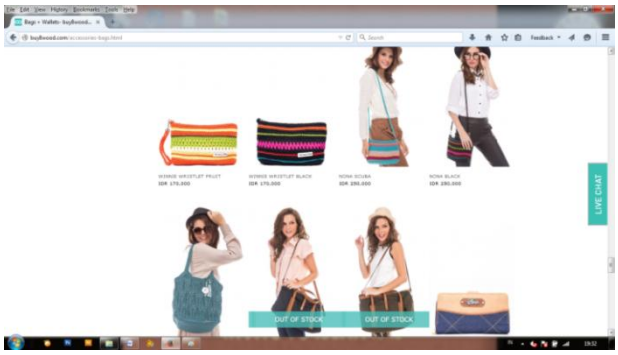
Sumber:

http://odioli.com/shop/bags?sort=timeD&category_id=608&maker=Vinaastee

Diakses pada (17 April 2015)

Pada website odioli.com ada 13 tas yang terdaftar, harga yang ditawarkan pada setiap website yang bekerjasama dengan Vinaastee termasuk odioli.com ini sama rata. Harga tas pada website ini mulai dari Rp. 140.000 – Rp. 400.000.

4. Buy8wood.com.



Gambar II.31.Website Buy8wood.com

Sumber:

buy8wood.com/accessories-bags.html

Diakses pada (17 April 2015)

Pada website buy8wood.com ini tidak mudah mencari tas dengan *brand* Vinaastee, website ini lebih kepada menampilkan jenis produk seperti tas, maka seluruh jenis tas dengan berbagai *brand* akan ditampilkan. 45 jenis tas Vinaastee dijual dalam website ini dengan kisaran harga mulai dari Rp. 130.000 – Rp.

450.000. Buy8wood.com ini menawarkan pengiriman yang cepat serta servis pengembalian produk jika tidak sesuai harapan.

5. Instagram utama tas rajut Vinaastee



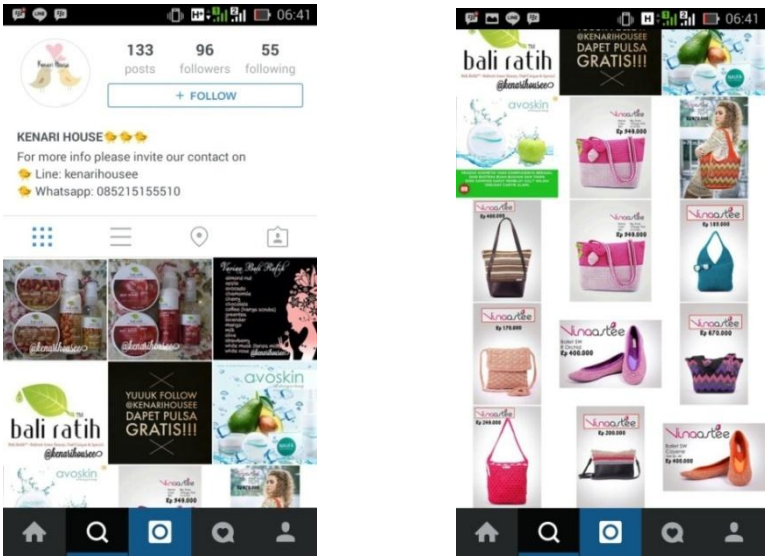
Gambar II.32. Instagram utama Vinaastee

Sumber: *Screenshot* pribadi

Diakses pada (2 Mei 2015)

Instagram resmi Vinaastee ini terakhir mengunggah fotonya pada tanggal 14 mei 2015 mengenai tips merapar tas rajut.

6. Instagram kedua tas rajut Vinaastee



Gambar II.33. Instagram Vinaastee-2

Sumber: *Screenshot* pribadi

Diakses pada (8 Juni 2015)

Untuk instagram reseller Vinaastee terakhir mengunggah foto mengenai tas rajut tanggal 26 februari 2015 dan sampai saat ini kedua instagram Vinaastee tersebut sudah tidak mengunggah foto yang berkaitan dengan produk Vinaastee.

7. Facebook tas rajut Vinaastee



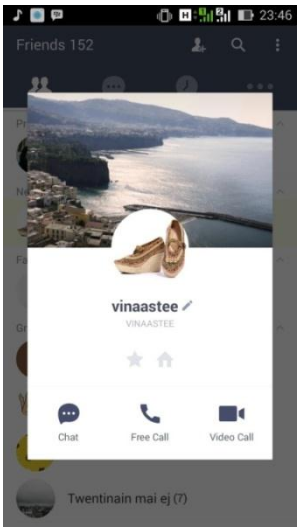
Gambar II.34. Facebook Vinaastee

Sumber: *Screenshot* pribadi

Diakses pada (2 Juni 2015)

Facebook *official* Vinaastee mengunggah foto tas model terbaru untuk katalog Vinaastee pada tanggal 5 agustus 2015.

8. LINE Vinaastee dan *Banner* Vinaastee



Gambar II.35. Line Vinaastee

Sumber: *Screenshot* pribadi

Diakses pada (7 Juni 2015)



Gambar II.36. *Banner* Vinaastee

Sumber:

https://www.facebook.com/vinaastee/photos/a.446100905491704.1073741825.238181916283605/631863780248748/?type=1

Diakses pada (8 Agustus 2015)

Dan yang akan segera menyusul yaitu di Super shopping dan Rakuten. Produk-produk Vinaastee tidak hanya dapat dijumpai pada media online tetapi bisa juga dijumpai langsung di:

- Beberapa Factory outlet di Bandung seperti: Heritage, Cascade dan lain lain;
- Showroom di Jl. Peta, Bandung;
- Matahari BIP Bandung;
- Matahari IP Bandung;
- Metro dept. store Bandung dan Jakarta;
- Beberapa online shopping yang ber afiliasi dengan Vinaastee;
- Hotel- hotel berbintang di Bandung.

Pemasaran yang dilakukan oleh PT. Vinaastee International untuk meningkatkan penjualannya yaitu dengan ikut serta dalam suatu acara seperti bazar yang dapat dilihat pada gambar berikut:

II.4. Pendapat Masyarakat Tentang Tas Rajut Vinaastee

Kepopuleran tas rajut Vinaastee berdasarkan 50 orang yang telah di survei melalui metode wawancara dapat disimpulkan bahwa hampir 41 orang yang diwawancara tidak mengetahui tas rajut *merk* Vinaastee seperti apa, sedangkan 9 lainnya mengetahui bentuk/ model tas rajut tapi tidak mengetahui *merk* tas tersebut Vinaastee atau bukan. Dari 50 orang yang telah diwawancara merupakan masyarakat usia 18- 21 tahun, yang berprofesi sebagai mahasiswa dan ibu rumah tangga/ kantoran.

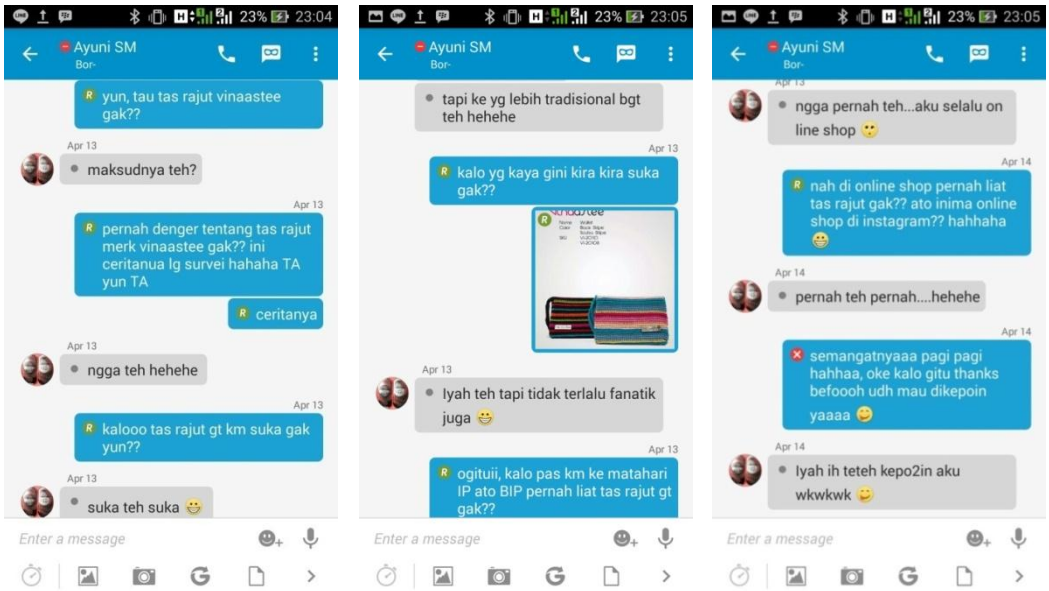


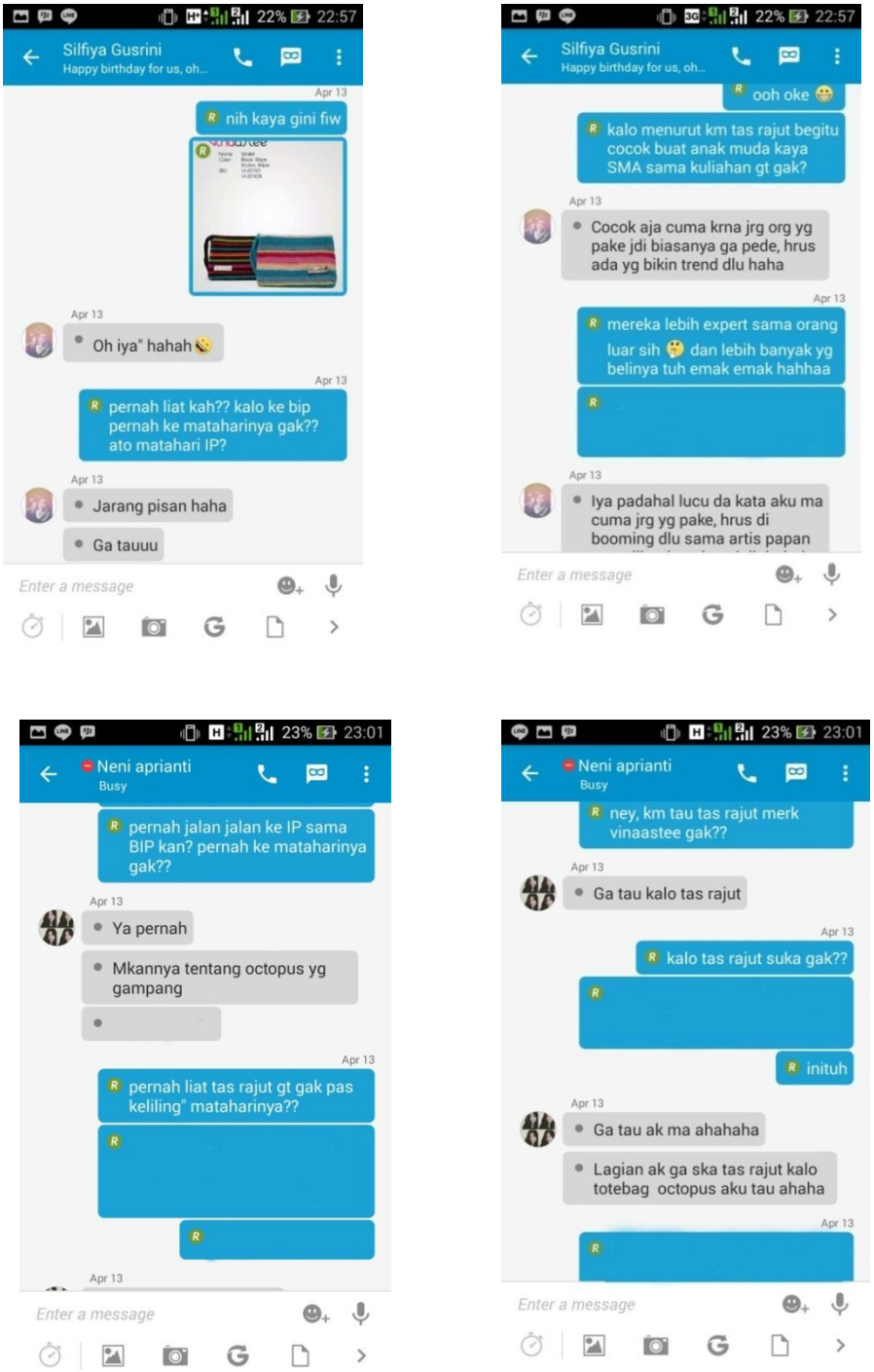
Gambar II.37. Wawancara di BIP

Sumber: Data Pribadi

Didokumentasikan pada (13 April 2015)

Adapun beberapa *screenshoot* wawancara yang dilakukan secara pribadi kepada wanita usia 18- 21 tahun yaitu sebagai berikut:





Gambar II.38. Wawancara melalui BBM

Sumber: Data Pribadi

Dilakukan pada (13 April 2015)

Pengetahuan masyarakat mengenai tas rajut Vinaastee pada kenyataan di masyarakat memang kurang dikenal, bahkan dari beberapa wawancara ada yang

mengemukakan pendapat bahwa belum pernah melihat bentuk tas rajut Vinaastee ataupun mengetahui *merk* tersebut, bahkan ada juga yang tidak menyukai tas rajutan. Selain itu meskipun omset penjualan terbilang stabil, tetapi pengetahuan masyarakat pada produk Vinaastee kurang di masyarakat kota Bandung khususnya padahal pabrik inti PT.Vinaastee International adalah di Jl. Peta no.208 Kota Bandung.



Gambar II.39. Showroom Tas rajut Vinaastee Jl. Peta

Sumber: Data pribadi

Didokumentasikan pada (22 April 2015)

Foto di atas merupakan *showroom* tas rajut Vinaastee sekaligus merupakan pabrik inti yang berada di Jl. Peta no. 208 Kota Bandung yang bersebrangan dengan Festival Citylink (jarak 100m dari Vinaastee).



Gambar II.40. Festival Citylink

Sumber : Data pribadi

Didokumentasikan pada (18 April 2015)

II.5. Pendapat Reseller Tas Rajut Vinaastee

Pendapat yang dikemukakan oleh beberapa reseller tas rajut Vinaastee, diperlihatkan oleh admin di *Facebook* Vinaastee seperti berikut ini:



Gambar II.41. Grup Reseller



Gambar II.42. Reseller - Dinnie

Sumber:

https://www.facebook.com/vinaastee/photos/a.446100905491704.1073741825.238181916283605/644295799005546/?type=1

https://www.facebook.com/vinaastee/photos/a.446100905491704.1073741825.238181916283605/639594552809004/?type=1

Diupload pada (14 Mei 2015) dan pada tangggal (29 April 2015)

Dari hasil *screenshoot* tersebut dapat disimpulkan bahwa tas rajut Vinaastee bukan hanya memiliki ciri khas dan keunggulan dari segi model ataupun bahan serta perawatan, adapun pendapat dari masyarakat yang terwakilkan oleh para reseller ini seperti yang dikemukakan ibu Winda Siregar (2015) " unik dan lucu, cuman aga berat kalau full rajutan ". Adapun bebeapa pendapat lain seperti berikut ini:

Ibu Nur (2015) "Keren"

Ibu Dian (2015) "Beda dari yang lain"

Ibu Destia (2015) "Buatan dlm negeri n gk klh saing dgn produk luar"

Ibu Hayfa Ghaisani (2015) "Gak pasaran dan bukan kw kw an"

Sementara itu respon yang diberikan oleh reseller dari Garut juga baik, Dinnie (2015) " Memakai tas rajut adalah kepuasan, dibuat handmade dengan waktu yang cukup lama, dengan kerumitan dan ketelatenan sehingga ada banyak cinta didalamnya,, ".

II.6. Analisis SWOT

Analisis SWOT berikut merupakan perbandingan tas rajut Vinaastee dengan tas berbahan dasar kulit.

Tabel II.1. Analisis SWOT

Analisis	Vinaastee	Tas Kulit
S	Merupakan tas berbahan dasar benang yang dirajut manual. Memiliki varian warna tas yang berbeda- beda, bahan benang pilihan serta perawatan yang mudah. Tas Vinaastee yang unik, berbeda dengan yang lain, bukan tas kualitas tiruan super serta mampu membuat konsumennya merasa puas dengan tas *handmade* yang berbeda.	Memiliki daya tarik dengan bahan kulit yang digunakan, memberi kesa kuat dan elegan pada setiap produknya
W	Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Vinaastee kepada masyarakat kota Bandung khususnya, yang membuat tas rajut Vinaastee ini kurang diminati oleh masyarakat usia 18- 21 tahun di Kota Bandung.	Terlalu banyak model tas kulit yang sama menjadikan tas terseut tidak memiliki keunikan tersendiri.
O	Peluang untuk memasarkan tas rajut Vinaastee ini ada pada media sosial seperti Instagram, Line dan	Peluang untuk tas kulit lebih banyak karena tas berbahan dasar kulit lebih dipercaya

	beberapa media cetak lain. Karena sejauh ini PT. Vinaastee belum memaksimalkan promosi pada media- media tersebut khususnya promosi untuk masyarakat Bandung.	oleh masyarakat khususnya warga kota Bandung. Untuk pemasaran tas kulit tidak harus berada di dalam Mall.
T	Ancaman pasar tas rajut merupakan tas kulit, karena lebih banyak masyarakat khususnya di Kota Bandung yang lebih memilih tas kulit karna lebih aman jika hujan serta dirasa tidak mudah rusak jika tergesek.	Ancaman pasar tas kulit merupakan tas kulit lain serta tas rajut karena tas rajut memiliki keunikan tersendiri. Dengan adanya berbagai ancaman pasar tersebut, tas kulit bisa lebih murah dari tas rajut khususnya Vinaastee.

II.7.Target Market Tas Rajut Vinaastee

Target market tas rajut Vinaastee terdapat pada tabel berikut:

Tabel II.2. Target Market

Faktor	
Geografi	Masyarakat Kota Bandung
Demografi	Usia: 18- 21 tahun Jenis kelamin:Wanita Pendidikan: SMA/ SMK – S1> S.Ekonomi:Menengah ke atas Pekerjaan: Pelajar dan pegawai kantoran/ ibu rumah tangga.
Psikografi	Haryanto (2010) Pada masa ini remaja sudah mantap dan stabil. Remaja sudah mengenal dirinya dan berani tampil beda dengan gaya sendiri. Remaja sudah mempunyai pendirian tertentu berdasarkan satu pola yang jelas yang baru ditemukannya.

II.8. Ringkasan dan Solusi

Tas rajut Vinaastee merupakan tas dengan bahan dasar benang *Polypropylene* (benang PP) yang dirajut menggunakan tangan bukan oleh mesin. Tas rajut Vinaastee selalu mengikuti perkembangan zaman, maka dari itu tahun 2014 sudah mulai dipadukan dengan kulit agar terlihat lebih elegan dan menarik. Ciri khas dan keunggulan dari tas rajut Vinaastee ini dapat dilihat dari segi bahan, benang yang digunakan lebih padat, kuat dan juga lembut. Selain itu bahan benang yang digunakan lebih mudah perawatannya dibanding dengan tas rajut lain.

Permasalahan yang terdapat pada produk tas rajut Vinaastee ini lebih kepada promosi yang dilakukan oleh PT. Vinaastee International yang kurang maksimal, karena masyarakat belum dapat memahami betul apa itu tas rajut, perbedaan antara tas rajut Vinaastee dengan tas rajut *merk* lain, bahkan jika menemukan tas rajut Vinaastee pun, kebanyakan masyrakat khususnya warga kota Bandung belum mengetahui bahwa itu merupakan tas rajut Vinaastee. Maka dari itu promosi yang dilakukan harus lebih maksimal dengan cara membuat sebuah *sales* promo, khususnya untuk meningkatkan penjualan tas rajut Vinaastee di masyarakat kota Bandung.