BAB II MINIATUR BUS SEGUNDO INDONESIA

II.1 Kerajinan dalam Industri Kreatif

Saat ini industri kreatif di Indonesia sangat beragam jenisnya, Industri kreatif merupakan industri yang berasal dari hasil kreativitas, ketrampilan, serta bakat individu untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang sejahterah melalui hasil memanfaatkan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Salah satu manfaat yang dihasilkan dari industri kreatif yaitu periklanan, pasar seni, kerajinan, desain, musik, video, film dan fotografi (Departemen Perdagangan RI, 2008, h:4).

Berdasarkan hasil wawancara *online* melalui Facebook pada 5 Mei 2018 dengan ketua komunitas miniatur dan *model kit community* yaitu Wanda Bachtiansyah. Miniatur merupakan suatu tiruan sebuah objek seperti tempat, bangunan, makanan, tokoh superhero dan objek lainnya. Miniatur merupakan sebuah benda yang besar dibuat serupa tetapi dengan bentuk yang kecil. Terdapat berbagai macam miniatur, seperti miniatur kendaraan, miniatur gedung, karakter sebuah tokoh seperti superhero, hingga miniatur pemandangan.

Kesimpulan yang didapatkan dari penjelasan di atas yaitu faktor industri yang berasal dari kreativitas dan keterampilan yang ada di Indonesia dapat mempengaruhi masyarakat untuk membuat suatu kerajinan dengan menciptakan lapangan pekerjaan. Salah satunya membuat miniatur, karena faktor informasi dan teknologi yang mudah didapatkan serta industri kreatif yang terdapat di Indonesia sangat beragam membuat pengaruh yang besar terhadap industri kreatif yang ada di Indonesia.

II.2 Segundo Indonesia

II.2.1 Sejarah Segundo Indonesia

Segundo Indonesia adalah usaha rumah industri kreatif yang bergerak di bidang replika alat transportasi darat yaitu miniatur bus. Gemar terhadap sesuatu tidak membuat Sunarya begitu terinspirasi untuk mencari dan mengumpulkan benda-benda tertentu yang dianggap mampu mewakili karakter kegemarannya tersebut.

Hal itu yang mengawali ide lahirnya Segundo Indonesia yang didirikan oleh Sunarya Hadi Saputra. Kegemarannya naik bus semenjak masih usia sekolah dasar saat bepergian, menjadikannya semakin gemar terhadap dunia otomotif khususunya bus. Sunarya Hadi gemar mengumpulkan berbagai jenis pernik-pernik bus untuk dikoleksi.

Sunarya Hadi gemar terhadap bus merupakan titik awal terhadap dunia otomotif. Setelah lulus sekolah menengah atas melanjutkan studi di Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Teknologi Bandung dengan memperdalam keilmuan desain otomotif sebagai pilihan spesialisasi keprofesiannya. Pada tahun 2004 Sunarya Hadi mendapat kesempatan untuk bergabung dengan *team Product Development* sebuah pabrikan bus sebuah karoseri ternama di kota Magelang Jawa Tengah. Pengetahuan dan kegemaran tentang bus semakin bertambah seiring dengan berbagai proyek desain dan pembuatan *prototype* atau badan bus yang ditanganinya. Pada tahun 2006 setelah 3 tahun tergabung di industri karoseri, kemudian Sunarya Hadi bersama rekan-rekannya mendirikan sebuah Biro Desain Otomotif *(Furoda Design & Engineering Consultant),* konsumen yang menggunakan biro desain dari Sunarya Hadi dari kalangan industri karoseri yang menjalin kerjasama dalam pengembangan desain produk karoseri seperti bus dan kendaraan khusus lainnya (Hadi, 2017).

Sunarya Hadi yang gemar terhadap bus tidak hilang begitu saja, kesibukannya menjalankan proyek-proyek otomotif, Sunarya Hadi meluangkan waktu untuk mengaktualisasikan kegemaran tersebut pada pembuatan miniatur bus dengan menjalankan cara serta langkah ilmu yang didapatkannya. Hal ini bukan tanpa alasan, karena sebelumnya Sunarya Hadi kesulitan mencari produk miniatur bus lokal yang bisa dijadikan media kegemarannya terhadap bus. Pada Juni 2008 Sunarya mendapatkan informasi dari media internet tentang keberadaaan komunitas penggemar bus, yang terdapat masyarakat gemar dengan transportasi umum bus untuk bertukar informasi seputar pelayanan bus, teknologi, model desain, dan tujuan dari bus tertentu yang dilalui. Bergabung dengan komunitas penggemar bus menjadi awal keseriusan memproduksi miniatur bus yang pernah dikerjakannya, sehingga pada akhirnya diketahui oleh rekan-rekan dari busmania.

Banyak dari anggota komunitas penggemar bus yang memesan untuk dibuatkan miniatur bus sesuai yang dikerjakan oleh Sunarya Hadi.

Perkembangan informasi dan meningkatnya jumlah permintaan, kegiatan pembuatan miniatur dari Sunarya Hadi mulai meningkat. Mengantisipasi jumlah permintaan yang bisa bertambah, kemudian pembuatan miniatur Sunarya Hadi dipindahkan ke kampung halaman dan bekerja sama dengan anggota keluarganya untuk membantu mengelola dan menjalankan produksinya, terdapat di desa sengon Rancajaya Subang. Alasan utama untuk memindahkan kegiatan produksi ke Subang adalah permasalahan tenaga kerja sehingga diharapkan kedepannya mampu memberikan kontribusi pada tersedianya lapangan pekerjaan khususnya di sektor usaha kecil dan menengah bagi masyarakat sekitarnya di kota Subang (Hadi, 2017).

II.2.2 Profil Segundo Indonesia

Segundo Indonesia berlokasi di Jalan Mendut V no.40 Perumahan Pharmindo, Cimahi Selatan. Pada pengerjaannya Segundo Indonesia bisa memproduksi sepuluh sampai dua puluh buah unit miniatur bus dalam satu minggu. Segundo Indonesia sudah berdiri sejak Juni 2008. Membuat miniatur bus dengan skala 1:50 dengan bahan plastik *Thermoforming* dan produksi dengan proses VFC *(Vacum Froming Process)* dengan penyelesaian akhir mengunakan stiker dan *air brush painting*. Sunarya Hadi membuat miniatur dibantu oleh 7 orang karyawan. Selain miniatur bus, Segundo Indonesia membuat miniatur mini bus, jam dinding, kaos, dan topi dengan gambar bus. Segundo Indonesia memiliki pesaing yang sama di bidang pembuatan miniatur bus, tetapi sebagian besar kompetitor membuat miniatur bus dengan skala lebih besar yaitu 1:20. Keunggulan replika miniatur bus yang dibuat Segundo Indonesia dengan kompetitor yaitu miniatur dengan dimensi sesuai tidak terlalu besar dan kecil, sehingga bisa diletakan di sudut ruangan sebagai elemen estetis, dan memudahkan proses pengiriman. Produk mampu mewakili perusahaan otobis maupun karoseri sebagai bentuk ikatan dengan klien dan konsumen. Produk miniatur mampu merefleksikan warna, corak serta model bus lokal di Indonesia yang sesuai dengan skala asli 1:1 secara realistis. Proses produksi tidak membutuhkan waktu lama, dan produk bisa dipesan sesuai keinginan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara pada September 2017 dengan pemilik Segundo Indonesia yaitu Sunarya Hadi. Segundo Indonesia memiliki nama perusahaan yaitu Semantika Guna Indonesia tetapi konsumen lebih mengenalnya dengan sebutan nama Segundo. Pada tahun 2013 sebelum berganti nama, segundo lebih dikenal oleh masyarakat dan konsumen dengan nama Segundo Automodel, dan pada saat tahun 2016 Sunarya Hadi mengganti menjadi Segundo Indonesia. Segundo Indonesia mencoba menjadikan industri kreatif ini sebagai keuntungan terutama tidak semua orang bisa membuat miniatur dengan skala kecil yaitu 1:50, dengan motto *"The Indonesian Autobus Merchandising Partner"* membuat segundo fokus untuk menjadikan perusahaan outobis sebagai bisnis yang menguntungkan satu sama lain. Perusahaan outobis yang akan mengeluarkan armada terbarunya, Segundo Indonesia diminta untuk berperan penting untuk membuatkan versi miniaturnya, sehingga kerja sama ini menjadikan keuntungan untuk satu sama lain. Saat ini segundo masih aktif membuat berbagai macam miniatur bus indonesia dengan nilai jual dimulai dari Rp. 350.000,- sampai dengan Rp. 550.000,-. Segundo Indonesia menggunakan media promosi dengan memanfaatkan sosial media, semakin hari Segundo Indonesia semakin dikenal dikalangan penggemar komunitas bus. Menjadikan Segundo Indonesia salah satu pengrajin miniatur bus terbaik yang ada di Indonesia. Memanfaatkan hasil studi di Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Teknologi Bandung tidak kesulitan dalam membuat logo yang menjadikan identitas untuk Segundo Indonesia (Hadi, 2017).

Berikut logo dari Segundo Indonesia:



Gambar II.1 Logo Segundo Indonesia
Sumber: Dokumentasi Segundo Indonesia
(diakses pada 13/12/2017)

Logo diatas terdapat beberapa makna yang dijelaskan dari tipografi. Tipografi yang diterapkan pada logo diatas hanya menggunakan huruf SGND karena pesan yang ingin disampaikan dari tulisan tersebut, masyarakat dapat mengingat dengan kata SGND singkatan dari Segundo, kemudian tulisan *Forever Bus* adalah slogan dari Segundo Indonesia. Pesan yang ingin disampaikan dari slogan diatas yaitu *Forever Bus* bahwa Segundo Indonesia salah satu pengrajin miniatur bus yang ingin menceritakan sejarah serta perkembangan berbagai macam jenis dan model bentuk badan bus dari tahun ke tahun. Kesimpulan makna yang disampaikan yaitu jika masyarakat ingin mengetahui sejarah bus di Indonesia salah satunya bisa berkunjung ke Segundo Indonesia (Hadi, 2017).

II.2.3 Visi, Misi dan *Motto* Segundo Indonesia

- Visi :

  Mengabadikan bus Indonesia kedalam bentuk miniatur bisa menjadi dokumentasi nyata yang menarik dan dijadikan bahan edukasi bus dari masa ke masa.

- Misi :

  1. Sebagai pionir dalam pengembangan miniatur bus skala 1:50
  2. Mengembangkan dan menerapkan kemampuan ilmu pengetahuan dan aplikasi teknologi dalam upaya pengembangan industri kreatif.
  3. Menciptakan dan memperluas pasar produk miniatur bus, truk, dan produk karoseri lainnya.
  4. Memperjuangkan dan mempertahankan industri kecil kreatif miniatur bus, truk, dan karoseri lainnya.

- *Motto* :

  "The Indonesian Autobus Merchandising Partner" (Hadi, 2017).

II.2.4 Riwayat Pendiri Segundo Indonesia

Segundo Indonesia berdiri pada tahun 2008 oleh Sunarya Hadi Saputra, dengan memanfaatkan ilmu yang didapatkannya setelah berhenti menjadi *team Product*

Development di perusahaan karoseri New Armada. Berikut riwayat pendiri Segundo Indonesia:

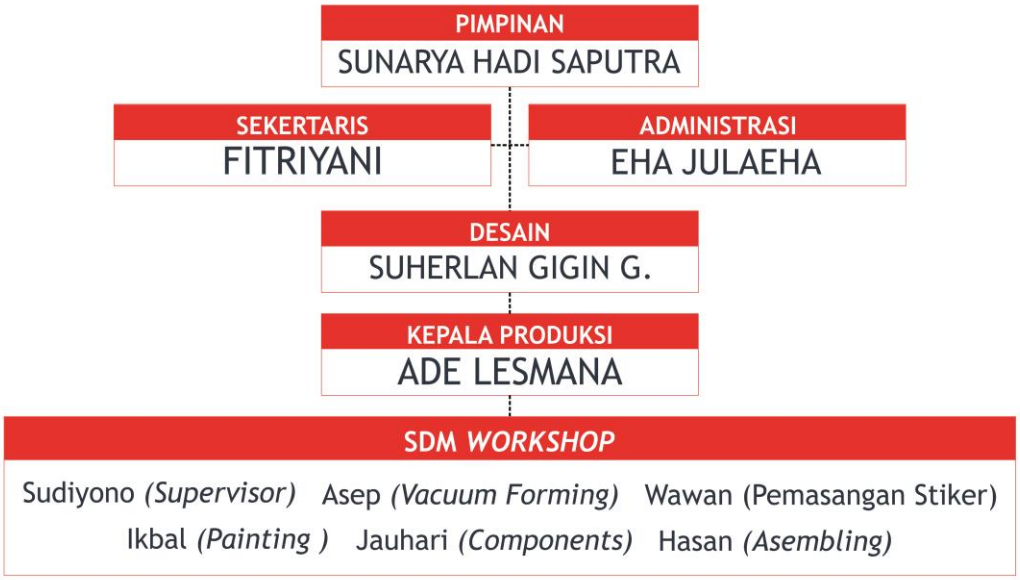


Gambar II.2 Foto pendiri Segundo Indonesia
Sumber: Dokumentasi Segundo Indonesia
(diakses pada 13/12/2017)

Nama	: Sunarya Hadi Saputra
Tempat, Tanggal Lahir	: Subang, 30 Oktober 1976
Pendidikan Dasar	: SDN II Sukamandi Subang 1984 – 1989
Pendidikan SMP	: SMPN I Sukamandi Subang 1989 – 1992
Pendidikan SMA	: SMUN I Sukamandi Subang 1992 – 1995
Pendidikan Tinggi	: Universitas Bandung Raya – Teknik Kimia Tekstil 1995 – 1998 Institut Teknologi Bandung – Program Studi Desain Produk 1998 – 2004
Profesional	: *Design Development – Autobus Division* PT Mekar Armada Jaya Magelang 2004 – 2007 Segundo Indonesia *(Founder)* 2008 – 2018.
Pelanggan Utama	: Anggota Komunitas pecinta bus Indonesia
Prospect Costumer	: -Perusahaan *Outobus* - Perusahaan Karoseri - Perusahaan AC Bus - Perusahaan Chassis Bus Hino dan Mercedes Benz (Hadi, 2017)

II.2.5 Struktur Segundo Indonesia

Segundo Indonesia telah berdiri sejak tahun 2008, hingga sampai saat ini Segundo Indonesia memiliki 10 karyawan. Berikut struktur perusahaan Segundo Indonesia:



Bagan II.1 Struktur Segundo Indonesia
Sumber: Dokumen Segundo Indonesia
(diakses pada 13/12/2017)

Struktur Segundo Indonesia masing-masing memiliki tugas yang berbeda, berikut fungsi dari masing-masing tugas dalam struktur Segundo Indonesia:

- Pimpinan

Pimpinan dari Segundo Indonesia memilik tugas untuk mengatur serta mengawasi perkembangan usaha dari proses penjualan produk Segundo Indonesia. Serta yang membuat konsep baru terhadap beberapa produk miniatur yang akan dibuat.

- Sekertaris

Sekertaris didalam struktur Segundo Indonesia bertugas untuk mencatat seluruh konsep serta perkembangan dari Segundo Indonesia. Tugas yang wajib dikerjakan yaitu mencatat seluruh jumlah miniatur terjual dan pembuatan miniatur setiap bulannya.

- Administrasi

Administrasi bertugas untuk mengatur keuangan. Mulai dari keuangan jumlah produksi, hingga hasil penjualan dari produk yang terjual dari miniatur. Serta

mengatur keuangan dari setiap karyawan yang bekerja, dari uang makan hingga uang pokok bulanan.

- Desain

Tugas dari desain yang bekerja di Segundo Indonesia yaitu, membuat konsep warna, corak, dan badan bus yang akan dijadikan menjadi miniatur. Konsep dari konsumen yang akan dijadikan miniatur. Konsep tersebut dibuat dan diatur oleh bagian desain dalam Struktur Segundo Indonesia.

- Kepala Produksi

Kepala produksi bertugas untuk mengawasi seluruh bagian SDM *Workshop* yang membuat proses miniatur dari mulai pembuatan bentuk badan miniatur hingga proses akhir yaitu miniatur yang diberi kemasan dan siap jual.

- *Supervisor*

Bertugas sebagai mengatur pola kerja dan bagian-bagian yang dilakukan oleh bawahannya yang mengerjakan pembuatan miniatur. Tugas lain dari *Supervisor* memberikan laporan terhadap perkembangan pengerjaan miniatur kepada kepala produksi.

- *Vacuum Forming*

Fungsi dari tugas *vacuum forming* yaitu yang membuat bahan dasar miniatur yaitu plastik *Thermoforming* menjadi bentuk badan miniatu bus yang akan diberi warna dan corak.

- Pemasangan Stiker

Bahan dasar miniatur yaitu *Thermoforming* yang telah menjadi badan miniatur bus, kemudian diberi warna dan corak agar miniatur memiliki identitas. Tugas yang dikerjakan dengan teliti karena pada bagian ini pemasangan stiker bagian yang penting agar terlihat rapih karena miniatur dengan skala 1:50.

- *Painting*

Bertugas untuk memberikan warna dengan cara *air brush* pada bagian dasar badan bus serta komponen yang akan dipasang kedalam miniatur, salah satunya dari ban miniatur, *interior, dashboard,* hingga kursi sehingga komponen terlihat sama dengan bentuk aslinya.

- *Components*

Tugas dari *components* yaitu bagian yang memasang seluruh komponen dari kursi, ban miniatur, hingga *interior* dan *dashboard* kedalam miniatur yang sedang dirancang.

- *Assembling*

Fungsi dari tugas *assembling* yaitu menerima dokumen hasil pengerjaan dan perkembangan produksi setiap harinya yang nanti akan di analisis dan dilaporkan kepada bagian kepala produksi, hingga bertugas memeriksa bagian miniatur yang siap untuk dijual dan tidak layak untuk di jual (Hadi, 2017).

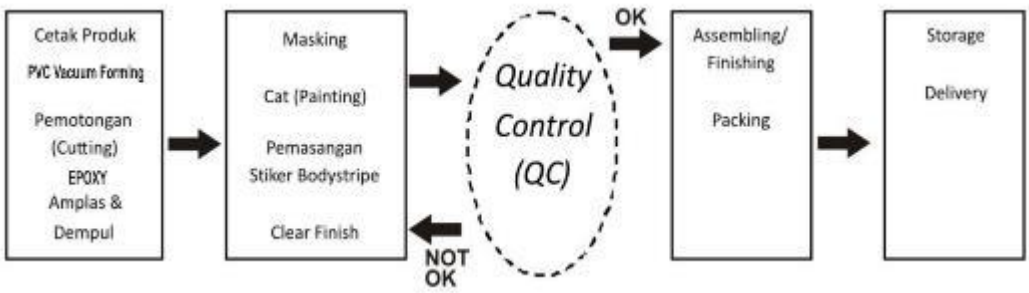
II.2.6 Kapasitas Produksi

Menghitung kapasitas produksi pada jenis usaha rumah industri *automodeling* tidak selalu dapat dihitung secara akurat setiap bulannya, karena tergantung pada tingkat kesulitan pengerjaan dari masing-masing model yang dipesan. Semakin rumit maka pengerjaannya akan memakan waktu cukup lama. Berdasarkan pengalaman selama ini, untuk menghitung kapasitas produksi diambil dari rata-rata minimal kemampuan produksi dengan perhitungan dan kemampuan minimal per hari x 25 hari kerja sebagai berikut:

- Kapasitas per bulan : 4 minggu x 25 unit = ±100 unit
- Kapasitas per tahun : 100 unit x 12 bulan = ±1200 unit (Hadi, 2017).

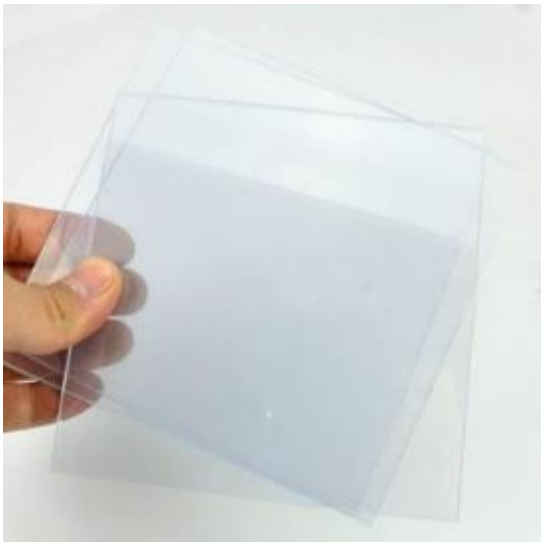
II.2.7 Proses Produksi

Kemampuan Segundo Indonesia dalam membuat miniatur bus dapat dilihat dari proses pembuatan miniatur bus dengan bahan plastik *Thermoforming*, dan penyelesaian akhir menggunakan stiker. Berikut langkah-langkah dalam pembuatan miniatur bus buatan Segundo Indonesia:



Bagan II.2 Skema produksi Segundo Indonesia
Sumber: Dokumen Segundo Indonesia
(diakses pada 13/12/2017)

Skema proses produksi yang dilakukan oleh Segundo Indonesia dalam membuat miniatur bus dengan skala 1:50 berbahan dasar plastik *Thermoforming*, dengan skema yang dibuat bertujuan agar kualitas dari miniatur bus buatan Segundo Indonesia memiliki standar serta menjadi yang terbaik.



Gambar II.3 Bahan dasar plastik *Thermoforming*
Sumber: Dokumentasi Segundo Indonesia
(diakses pada 13/12/2017)

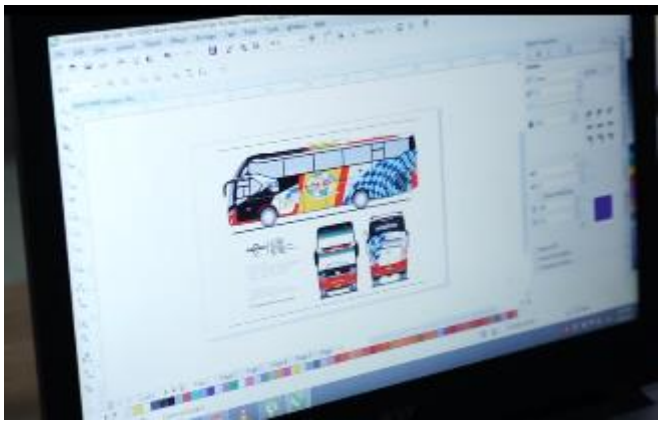
Bahan dasar menggunakan plastik *Thermoforming*, karena plastik tersebut tidak memiliki beban yang berat serta tidak mudah pecah, selain itu memiliki harga yang jauh terjangkau dibandingkan dengan akrilik dan fiber. Keunggulannya bahan mudah diatur serta dibentuk, kemudian bahan akan meminimalisir harga produksi yang bisa melebihi biaya yang ditentukan. Kompetitor yang menggunakan bahan

dasar menggunakan akrilik dan fiber dengan benda yang akan lebih berat serta miniatur yang mudah pecah jika terbanting.



Gambar II.4 Alat mesin cetak stiker
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Menggunakan mesin cetak stiker untuk warna dan corak yang akan ditempelkan pada bagian miniatur bus. Sehingga memberikan identitas dari miniatur bus yang akan dibuat.



Gambar II.5 Proses desain bentuk miniatur dan warna
Sumber: Dokumentasi Segundo Indonesia
(diakses pada 13/12/2017)

Proses membuat desain bentuk dari miniatur yang akan dibuat. Sunarya Hadi menggunakan 2 aplikasi, yaitu menggunakan Corel Draw dan 3D Max. Aplikasi yang dipilih alasannya karena mempermudah proses pembuatan sebelum miniatur dibuat.



Gambar II.6 Teknik membentuk bahan dasar miniatur
Sumber: Dokumentasi Segundo Indonesia
(diakses pada 13/12/2017)

Menggunakan alat dengan teknik *vacuum forming process*, dengan bahan dasar miniatur yang akan dibentuk menjadi sebuah badan miniatur bus yang dibuat. Pemilihan dari teknik tersebut karena alat yang terjangkau serta perawatannya yang sangat mudah dan irit.



Gambar II.7 Bahan dasar yang telah dibentuk menjadi miniatur
Sumber: Dokumentasi Segundo Indonesia
(diakses pada 13/12/2017)

Setelah menggunakan alat dengan teknik *vacuum forming process*, bahan dasar dari plastik *Thermoforming* telah berbentuk sesuai desain yang sudah diterapkan dan akan dibuat. Badan miniatur diberi warna dasar putih dengan menggunakan *air brush*. Miniatur bus siap untuk diberi warna dengan kertas stiker sesuai pesanan yang konsumen inginkan.



Gambar II.8 Sketsa perancangan untuk warna dan corak
Sumber: Dokumentasi Segundo Indonesia
(diakses pada 13/12/2017)

Proses selanjutnya mengatur gambar dan bentuk bus yang akan dibuat. Sketsa untuk warna dan corak pada bus siap untuk dicetak menggunakan kertas stiker, serta ditempelkan pada bagian miniatur bus yang telah dibuat.



Gambar II.9 Proses menyatukan kertas stiker dengan miniatur
Sumber: Dokumentasi Segundo Indonesia
(diakses pada 13/12/2017)

Kertas stiker yang telah dicetak dan dipotong menjadi beberapa bagian, siap direkatkan dengan miniatur bus yang telah dibentuk. Warna dan corak stiker disesuaikan dengan sketsa dan perancangan awal. Warna dapat menyesuaikan dengan permintaan konsumen.



Gambar II.10 Pemasangan kursi untuk miniatur dengan *interior*
Sumber: Dokumentasi Segundo Indonesia
(diakses pada 13/12/2017)

Kursi yang dibuat berbahan dasar plastik *Thermoforming*, pada dasarnya kursi dibuat menyesuaikan dengan warna dan corak dari miniatur bus yang akan dipasang. Kursi dibuat untuk miniatur dengan *interior*, sehingga miniatur terlihat lebih sempurna dengan bagian dalam bus yang terlihat.



Gambar II.11 Pemasangan Ban miniatur
Sumber: Dokumentasi Segundo Indonesia
(diakses pada 13/12/2017)

Pemasangan ban agar miniatur bus dapat untuk bergerak. Pada dasarnya miniatur bus buatan Segundo Indonesia dibuat hanya untuk barang penghias ruangan, sehingga bukan untuk miniatur mainan. Maka dari itu ban miniatur dibuat hanya untuk bergerak ke depan dan ke belakang.



Gambar II.12 Miniatur bus telah diberi kemasan
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Miniatur yang telah diberi kemasan siap untuk dikirimkan kepada konsumen. Terdapat dua bagian miniatur. Miniatur bisa digerakan ke depan dan ke belakang, serta miniatur yang hanya untuk sebagai benda penghias ruangan yang di beri kotak dengan bahan dasar akrilik.



Gambar II.13 Miniatur bus siap untuk dikirim
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

Miniatur yang telah diberi pengaman dan siap untuk dikirimkan melalui jasa pengiriman paket, sesuai pesanan dari konsumen yang membeli produk Segundo Indonesia di media sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, atau lapak *online* seperti Bukalapak dan Tokopedia. Miniatur yang telah dikirim melalui jasa pengiriman paket akan dikonfirmasi oleh Segundo Indonesia kepada konsumen yang membeli (Hadi, 2017).

II.2.8 Varian Produk

Segundo Indonesia memiliki varian produk miniatur bus, mulai dari miniatur bus, mini bus, hingga *merchandise*, macam–macam produk yang terdapat di Segundo Indonesia sebagai berikut:

1. Miniatur bus dengan *interior.*

Miniatur bus dengan *interior* dapat dibuat sesuai dengan pesanan dan keinginan konsumen, miniatur dengan *interior* miniatur yang paling banyak diminati oleh konsumen karena terlihat dengan jelas bentuk *interior* didalamnya. Konsumen bisa mengubah jenis warna dan corak dari miniatur yang dipesan. Harga miniatur dengan *interior* Rp. 550.000,- hingga Rp. 445.000,- dengan bahan plastik *Thermoforming*, dan ukuran 25 cm x 7,5 dan skala 1:50, dengan fungsi miniatur sebagai penghias ruangan atau koleksi.



Gambar II.14 Produk miniatur bus dengan *interior*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

2. Miniatur bus *non interior.*

Miniatur *non interior* dapat dibuat sesuai dengan pesanan dan keinginan konsumen, konsumen yang membeli miniatur *non interior* karena dari harga yang lebih terjangkau. Harga miniatur *non interior* Rp. 335.000,- dengan bahan plastik *Thermoforming*, dan ukuran 25 cm x 7,5 dan skala 1:50, dengan fungsi miniatur sebagai penghias ruangan atau koleksi.



Gambar II.15 Produk miniatur bus *non interior*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

3. Miniatur medium bus

Miniatur medium bus diminati oleh sebagian besar konsumen dari perusahaan *outobus* pariwisata, serta dapat dibuat sesuai dengan pesanan dan keinginan. Konsumen yang membeli miniatur medium bus dari perusahaan outubus karena miniatur yang tidak mudah ditemui di sebagian wilayah yang ada di Indonesia. Harga miniatur medium bus Rp. 175.000,- dengan bahan plastik *Thermoforming*, dan ukuran 25 cm x 7,5 dan skala 1:50, dengan fungsi miniatur sebagai penghias ruangan atau koleksi.



Gambar II.16 Produk miniatur medium bus
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

4. Miniatur mini bus *long chasis*

Miniatur mini bus kurang diminati oleh masyarakat, konsumen yang memesan miniatur mini bus yaitu dari perusahaan travel atau pariwisata, miniatur dapat dibuat sesuai dengan pesanan dan keinginan konsumen. Konsumen bisa mengubah jenis warna dan corak dari miniatur yang dipesan. Harga miniatur mini bus dengan *interior* Rp. 150.000,- dengan bahan plastik *Thermoforming*, dan ukuran 15 cm x 4 cm dan skala 1:50, dengan fungsi miniatur sebagai Penghias ruangan atau koleksi.



Gambar II.17 Produk miniatur mini bus *long chasis*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

5. Miniatur mini bus *short chasis*

Miniatur mini bus kurang diminati oleh masyarakat, konsumen yang memesan miniatur mini bus yaitu dari perusahaan travel atau pariwisata, miniatur dapat dibuat sesuai dengan pesanan dan keinginan. Konsumen bisa mengubah jenis warna dan corak dari miniatur yang dipesan. Harga miniatur mini bus dengan *interior* Rp. 150.000,- dengan bahan plastik *Thermoforming*, dan ukuran 15 cm x 4 cm dan skala 1:50, dengan fungsi miniatur sebagai Penghias ruangan atau koleksi.



Gambar II.18 Produk miniatur mini bus *short chasis*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

6. Miniatur *Funny Bus Mini Marcopolo.*

Miniatur *funny bus* bisa didapatkan dengan cara memesan karena jumlah produksi pada miniatur ini tidak terlalu banyak sehingga bagi masyarakat yang ingin membelinya dapat dengan cara memesan miniatur. Miniatur *funny bus* yang membelinya dari konsumen komunitas penggemar bus, tidak setiap waktu bagi masyarakat yang membeli miniatur tersebut. Miniatur dijual dengan harga Rp. 100.000,- dengan skala 1:50 dan ukuran 15 cm x 4 cm. Miniatur *funny bus* termasuk kedalam miniatur pelengkap sehingga jumlah produksi yang tidak terlalu banyak.



Gambar II.19 Produk miniatur *Funny bus mini marcopolo.*
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

7. Miniatur Taksi.

Miniatur taksi didapatkan dari Segundo Indonesia dengan cara memesan atau sistem *pre order* karena miniatur tidak diproduksi secara setiap saat. Faktor konsumen yang lebih mencari miniatur bus, serta miniatur taksi lebih banyak dibeli oleh perusahaan travel terutama yang terdapat di kota Bandung. Miniatur dijual dengan harga Rp. 100.000,- dengan skala 1:50 menggunakan bahan plastik *Thermoforming.*



Gambar II.20 Produk miniatur taksi.
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

8. Jam Dinding *Face Bus.*

Jam dinding *face bus* yang dijual oleh Segundo Indonesia termasuk *merchandise* yang langka bagi masyarakat terutama perusahaan *outobus*. Banyak dari masyarakat yang mencari jam dinding unik tersebut, warna dari jam dinding dapat dipesan sesuai keinginan konsumen. Jam dinding dijual dengan harga Rp. 275.000,- dengan menggunakan bahan dasar plastik *Thermoforming.*



Gambar II.21 Produk jam dinding *face bus.*
Sumber: Dokumentasi Segundo Indonesia
(diakses pada 13/02/2017)

II.2.9 Data Hasil Penjualan

Segundo Indonesia dalam 30 hari memproduksi hingga 100 unit miniatur, sehingga terdapat hasil penjualan yang sesuai dengan jumlah produksi serta harapan hingga tercapai suatu target penjualan. Berikut data hasil penjualan dari tahun 2014 hingga tahun 2016 yang telah dilampirkan:

Tabel II.1 Data Penjualan Segundo Indonesia
Sumber: Dokumen Segundo Indonesia
(diakses pada 20/04/2018)

Bulan dan Tahun	2014	2015	2016	2017
Januari	126 unit	102 unit	76 unit	84 unit
Februari	89 unit	97 unit	68 unit	54 unit
Maret	94 unit	109 unit	72 unit	82 unit
April	107 unit	111 unit	79 unit	112 unit
Mei	121 unit	84 unit	86 unit	94 unit
Juni	146 unit	118 unit	91 unit	104 unit
Juli	103 unit	94 unit	112 unit	86 unit
Agustus	88 unit	74 unit	89 unit	118 unit
September	114 unit	68 unit	118 unit	89 unit
Oktober	91 unit	127 unit	102 unit	113 unit
November	84 unit	124 unit	83 unit	89 unit
Desember	105 unit	107 unit	97 unit	94 unit
Total Penjualan	1268 unit	1215 unit	1073 unit	1119 unit

Berdasarkan data yang didapatkan dari Segundo Indonesia, bahwa Segundo Indonesia mengalami penurunan penjualan miniatur dari tahun 2014 hingga tahun 2016. Pada tahun 2014 terdapat kenaikan penjualan pada bulan Juni, faktor yang mempengaruhi kenaikan penjualan karena Segundo Indonesia mengikuti *event* yang diadakan oleh komunitas penggemar bus. Keuntungan yang didapatkan oleh Segundo Indonesia faktor konsumen yang berada di lingkungan saat *event* berlangsung, sehingga mengalami peningkatan jumlah penjualan pada bulan Juni.

Pada tahun 2016 jumlah produksi miniatur menjadi 1200 unit miniatur, sedangkan jumlah penjualan lebih menurun hanya 1073 unit miniatur (Hadi, 2017).

II.2.9 *Product Knowledge*

Produk miniatur bus buatan dari Segundo Indonesia yaitu miniatur dengan skala 1:50, dengan bahan dasar plastik *Thermoforming.* Bahan dasar yang tahan lama dan tidak berbahaya, bahan yang tidak mudah pecah jika terbanting, serta miniatur dapat untuk penghias sebuah ruangan dan koleksi. Proses pengiriman yang mudah serta proses produksi dari miniatur yang tidak membutuhkan waktu lama. Produk dapat dipesan sesuai keinginan dari konsumen. Segundo Indonesia telah bekerja sama dengan beberapa perusahaan *outobus* yang ada di Indonesia terutama pulau Sumatera dan Jawa. Segundo Indonesia sebagai salah satu pionir dalam pengembangan miniatur bus skala 1:50. Produk dari Segundo Indonesia yaitu miniatur bus dengan *interior, non interior,* miniatur medium bus, mini bus *long chassis,* dan mini bus *short chassis.* Konsumen dapat memesan miniatur melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, atau melalui lapak *online* yaitu Bukalapak dan Tokopedia. Miniatur akan dikirim melalui paket sesuai kesediaan dan pesanan dari konsumen (Hadi, 2017).

II.2.10 *Positioning*

Positioning yaitu pengaturan sebuah penawaran pasar untuk menduduki target yang jelas, berbeda serta dibandingkan dengan kompetitor dalam khalayak sasaran (Kotler, Armstrong, 2008, h:225).

Positioning dari Segundo Indonesia yaitu sebuah produk miniatur bus dengan menjadikan pionir di skala 1:50 menggunakan bahan dasar yang lebih terjangkau dan tidak mudah rusak. Pada miniatur bus yang sejenis di skala 1:50 lebih kepada bahan dasar menggunakan *papercraft* serta kompetitor lainnya bermain di skala lebih besar yaitu 1:20 dan harga yang tidak terjangkau.

II.3 Kompetitor

Pada saat ini di wilayah Bandung terdapat beberapa pengrajin miniatur yang bergerak dibidang yang sama dengan Segundo Indonesia, yaitu pengrajin miniatur bus. Berbeda dengan Segundo Indonesia beberapa pengrajin membuat miniatur bus dengan skala yang lebih besar yaitu 1:20. Sebagai berikut beberapa kompetitor dari Segundo Indonesia:

1. Niki Kayoue

   Niki Kayoue adalah pengrajin miniatur bus yang berasal dari Kota Malang. Pengrajin dan pemilik dari Niki Kayoe bernama Chairil Anwar. Niki Kayoue membuat miniatur bus dengan skala 1:20 dengan bahan dasar dari kayu pinus. Salah satu karoseri dari perusahaan *outobus* yang mengetahui bahwa Cahiril Anwar dapat membuat sebuah miniatur bus tertarik dengan karya yang dibuatnya. Pada tahun 1995 Chairil Anwar mulai menggunakan multipek atau triplek untuk membuat miniatur bus. Selain bus, Chairil Anwar pernah membuat miniatur kapal pesiar dan pesawat. Niki Kayoue menggunakan cara mempromosikan produknya dengan mengikuti pameran – pameran, mulai dari pameran antar kecamatan hingga kabupaten. Pada tahun 2005 Niki Kayoue dikenal Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang akhirnya terpilih untuk mengikuti Pekan Raya Jakarta (PRJ) selama 10 hari. Sebagian besar pengunjung yang hadir tidak membeli produk dari Niki Kayoue karena dinilai lebih mahal dari kerajinan lainnya. Konsumen yang memesan miniatur bus dari Niki Kayoue sebagian besar dari perusahaan *outobus*. Tempat pembuatan miniatur bus tersebut saat ini berlokasi di Desa Turirejo No.2 RT.01 RW.02 Kecamatan Lawang Kabupaten Malang. Sejak tahun 2007 hingga sekarang, Niki Kayoue sudah menggunakan bahan dasar akrilik dan terdapat 39 model bus yang bisa dikerjakan. Harga dari miniatur bus Niki Kayoue bervariasi tergantung ukuran dan model. Miniatur ukuran kecil skala 1:50 Rp. 475.000,- dan ukuran besar skala 1:20 dengan harga Rp. 2.000.000,-. Niki Kayoue hingga saat ini dikenal oleh seluruh kalangan penggemar bus, miniatur bus, dan kolektor miniatur, karena karyanya yang semakin tahun semakin berkembang dan lebih baik (Nurchaliq, 2015).



Gambar II.22 Produk miniatur Niki Kayoue
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2017)

II.4 Promosi Segundo Indonesia

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Segundo Indonesia yaitu Sunarya Hadi pada 13 April 2018. Proses promosi yang dilakukan dengan mengikuti pameran baik tingkat regional dan nasional dengan mencapai target, yaitu produk cepat di kenal, dapat mengetahui segmentasi pasar suatu daerah, cepat mendapat relasi baru, dan mudah mengetahui kompetitor produk sejenis dari daerah lain. Selain mengikuti pameran, Segundo Indonesia melakukan proses dengan cara mengembangkan kemitraan dagang dan mempererat jaringan bisnis, meningkatkan pendekatan dengan komunitas penggemar bus, serta melalui media cetak koran, majalah, dan melalui media sosial. Proses yang telah dilakukan tidak memiliki tahapan yang khusus, serta strategi yang matang agar jangkauan pasar tercapai (Hadi, 2017).

II.5 Khalayak Sasaran Segundo Indonesia

Berdasarkan hasil wawancara pada Maret 2017 dengan pemilik Segundo Indonesia yaitu Sunarya Hadi, menjelaskan bahwa khalayak sasaran dari Segundo Indonesia yaitu memiliki pengelompokan. Mulai dari khalayak sasaran demografis, sasaran Segundo Indonesia menjadi beberapa bagian. Sebagian besar datang dari kalangan komunitas penggemar bus dan masyarakat yaitu 60% yang setiap bulannya

membeli produk miniatur bus buatan Segundo Indonesia, dari usia 17 sampai 40 tahun yang berprofesi dari karyawan, mahasiswa, sampai pengusaha. Serta 20% datang dari kalangan perusahaan *outobus* yaitu pemilik perusahaan anggutan umum bus, mulai dari bus reguler hingga bus pariwisata yang menjadi konsumen setiap bulannya kepada Segundo Indonesia. Serta 10% datang dari perusahaan badan bus karoseri, terakhir 10% datang dari kolektor otomotif yang setiap bulannya menjadi konsumen dari Segundo Indonesia.

Berdasarkan khalayak sasaran geografis dari Segundo Indonesia. Sunarya Hadi menjelaskan konsumen yang membeli produk miniatur bus Segundo Indonesia sebagian besar dari pula Jawa dan Sumatera. Faktor yang mempengaruhi karena di pulau Jawa dan Sumatera transportasi darat bus menjadi alat transportasi yang diminati, dan faktor keberadaan bus menjadi alat transportasi darat bagi masyarakat yang berpergian ke luar kota selain kereta api (Hadi, 2017).

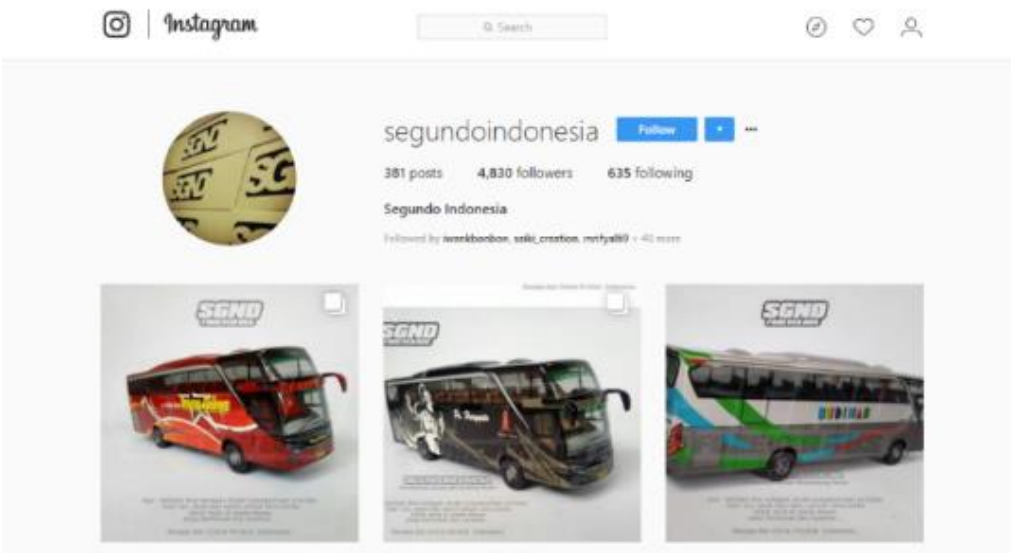
II.6 Analisis

II.6.1 Analisis Media Segundo Indonesia

Segundo Indonesia menggunakan proses promosi dengan memanfaatkan media sosial, berikut analisis media sosial yang digunakan oleh Segundo Indonesia:

- Instagram

Segundo Indonesia memiliki akun media sosial dengan nama pengguna @segundoindonesia, memiliki jumlah pengikut mencapai 4.830 dimedia sosial Instagram, dengan jumlah unggahan 381 dan mengikuti 635 pengguna Instagram. Segundo Indonesia mengunggah foto dalam jangka waktu 1 hari berjumlah 3 sampai 4 foto dengan berisikan informasi atau proses penjualan miniatur bus yang berbeda beda.



Gambar II.23 *Screenshoot* Media sosial Instagram Segundo Indonesia
Sumber: www.instagram.com/segundoindonesia/?hl=en
(diakses pada 11/04/2018)

Foto yang telah diunggah oleh Segundo Indonesia dalam media sosial Instagram tentang informasi produk miniatur yang dipromosikan mendapatkan respon dengan komentar dari calon konsumen yang menanyakan tentang spesifikasi produk atau harga dari produk. Setiap unggahan mendapatkan respon 4 sampai 6 pengguna yang berkomentar pada foto unggahan Segundo Indonesia. Hasil analisis terlihat jumlah pengguna yang menyukai unggahan foto Segundo Indonesia mencapai 225 pengguna Instagram.



Gambar II.24 *Screenshoot* unggahan foto Instagram Segundo Indonesia
Sumber: www.instagram.com/p/BhbH67Tn0_7/?hl=en&taken-by=segundoindonesia
(diakses pada 11/04/2018)

- Facebook

Segundo Indonesia memiliki Halaman Facebook dengan nama pengguna Segundo Indonesia, dengan proses pencarian Segundo Indonesia. Jumlah 15.500 yang menyukai halaman Facebook Segundo Indonesia, dengan jumlah pengikut 15.651 orang. Terdapat beberapa kontak yang dapat dihubungi terlampir pada informasi tentang Segundo Indonesia salah satunya pesan pemesanan atau informasi melalui WhatsApp. Segundo Indonesia menggunggah foto dihalaman Facebook dengan jangka waktu 3 foto unggahan dalam waktu 10 sampai 20 menit.



Gambar II.25 *Screenshoot* halaman Facebook Segundo Indonesia
Sumber: www.facebook.com/Segundo-Indonesia-164158420388131/
(diakses pada 11/04/2018)

Jika dilihat dari respon calon konsumen dimedia sosial Instagram yang antusias, berbeda dengan halaman Facebook Segundo Indonesia yang terlihat kurang mendapatkan respon. Beberapa unggahan foto, setiap unggahan hanya mendapatkan respon 10 sampai 16 yang menyukai foto. Tidak terlihat respon dari kolom komentar yang menanyakan tentang produk atau harga dari 15.500 orang yang menyukai halaman Facebook Segundo Indonesia.



Gambar II.26 *Screenshoot* unggahan foto Facebook Segundo Indonesia
Sumber:
www.facebook.com/photo.php?fbid=1909908789020737&set=a.1904707782874171.1073742014 (diakses pada 11/04/2018)

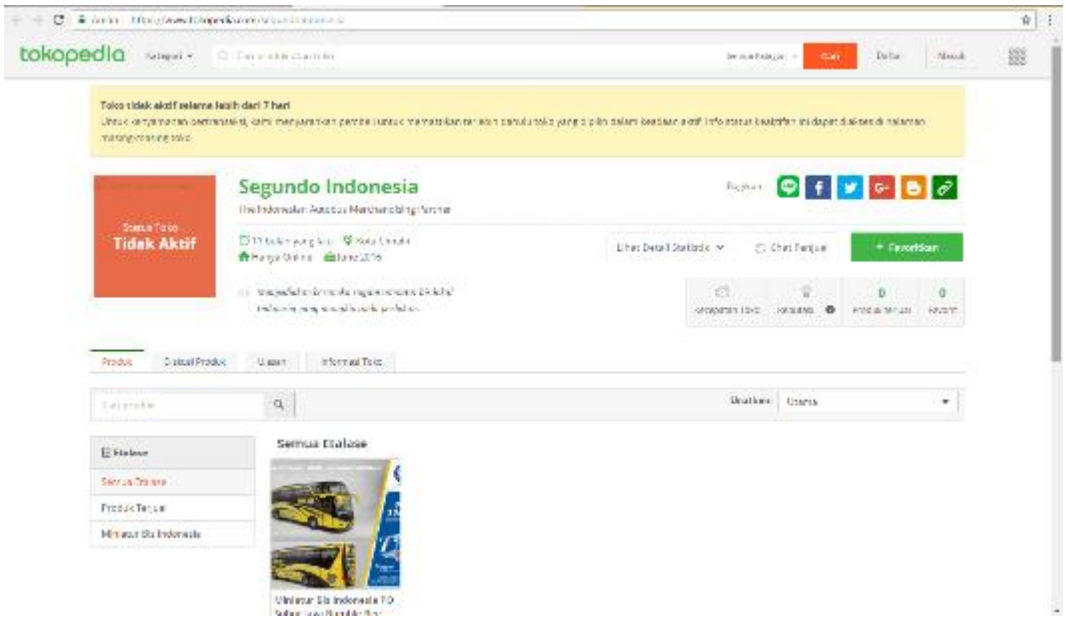
Setiap unggahan foto produk dari miniatur bus Segundo Indonesia terlampir produk yang mendapatkan potongan harga. Bertujuan supaya respon 15.500 orang yang menyukai halaman Facebook berminat untuk membeli produk miniatur yang mendapatkan potongan harga. Berdasarkan analisis, unggahan foto hanya mendapatkan 16 respon orang yang menyukai foto tersebut.



Gambar II.27 *Screenshoot* unggahan foto Facebook Segundo Indonesia
Sumber:
www.facebook.com/photo.php?fbid=1910242672320682&set=a.1904707782874171.1073742014. (diakses pada 11/04/2018)

- Tokopedia

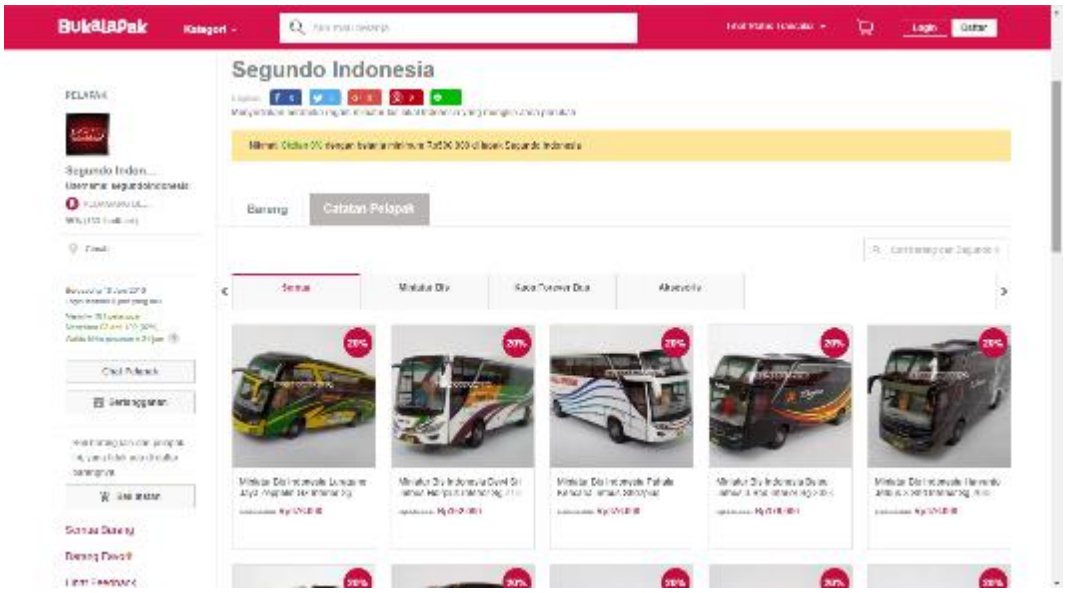
Segundo Indonesia membuka lapak *online* di Tokopedia dengan nama pencarian Segundo Indonesia. Hasil analisis yang didapatkan bahwa lapak *online* Segundo Indonesia di Tokopedia sudah tidak aktif, hanya ada 1 unggahan foto produk dan tidak mendapatkan respon dari pengguna Tokopedia. Keterangan terlihat Segundo Indonesia terakhir aktif pada 11 bulan yang lalu yaitu bulan April 2017, dengan proses pengiriman melalui jasa pengiriman paket. Kesimpulan yang didapatkan bahwa Segundo Indonesia hanya membuat lapak *online* di Tokopedia dan tidak mengelolahnya. Terlihat tidak ada kontak yang dapat dihubungi.



Gambar II.28 *Screenshoot* lapak *online* Tokopedia Segundo Indonesia
Sumber: www.tokopedia.com/segundoindonesia
(diakses pada 11/04/2018)

- Bukalapak

Berdasarkan hasil analisis Segundo Indonesia membuat lapak *online* di Bukalapak. Terlihat aktif dengan 56 unggahan foto produk di Bukalapak. Segundo Indonesia memiliki 181 pelanggan, dengan waktu pengiriman 21 jam dari Segundo Indonesia kepada jasa pengiriman barang. Hasil analisis terlihat setiap produk dari unggahan foto terdapat potongan harga hingga 20% yang bertujuan supaya menarik minat konsumen untuk membeli produk Segundo Indonesia melalui lapak *online* Bukalapak.



Gambar II.29 *Screenshoot* lapak *online* Bukalapak Segundo Indonesia
Sumber: www.bukalapak.com/u/segundoindonesia
(diakses pada 11/04/2018)

Kesimpulan dari analisis media yang dilakukan sebagian besar responden lebih aktif di media sosial Instagram dengan respon yang baik dari 4 sampai 6 yang mengomentari unggahan foto dari Segundo Indonesia. Bertolak belakang respon dari unggahan foto Segundo Indonesia di halaman Facebook yang tidak terlihat respon dari calon konsumen, dari 15.500 orang yang menyukai halaman hampir 1:8 respon tidak terlihat karena jumlah *likes* di unggahan Facebook hanya mencapai 10 sampai 16 *likes*. Berbeda dengan lapak *online* yang dibuat oleh Segundo Indonesia. Terlihat dalam Tokopedia Segundo Indonesia sudah tidak aktif melakukan iklan serta transaksi berbeda dengan Bukalapak yang masih aktif hingga saat ini.

II.4.2 Analisis 4P *(Product, Price, Place, Promotion)*

- ***Product* / produk**

Produk merupakan jenis barang dan jasa yang bisa diberikan kepada konsumen untuk memenuhi segala bentuk kebutuhan yang bisa diberikan kepada konsumen (Sumarni dan Soeprihanto, 2010, h: 274).

Segundo Indonesia merupakan pengrajin miniatur bus yang menawarkan produk miniatur bus dengan skala 1:50. Menggunakan bahan dasar plastik *Thermoforming*. Kompetitor dengan skala yang sama hanya mampu membuat menggunakan bahan

dasar kertas, berbeda dengan kompetitor yang menggunakan bahan dasar akrilik bisa membuat dengan skala yang lebih besar yaitu 1:18, dengan kelemahan miniatur lebih berat serta mudah rusak jika terbanting.

- ***Price* / Harga**

Harga yaitu jumlah uang yang ditawarkan dari penjual kepada konsumen berupa barang atau jasa dan pelayanan (Sumarni dan Soeprihanto, 2010, h: 281).

Harga dari produk miniatur bus Segundo Indonesia bervariasi mulai dari Rp. 220.000,- hingga Rp. 550.000,- berbeda dengan kompetitor yang menjual dengan harga Rp. 900.000,- hingga Rp. 1.500.000,-

- ***Place* / Tempat**

Tempat atau distribusi merupakan penyuplai yang dimanfaatkan oleh produsen dan distributor untuk menyalurkan barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen (Sumarni dan Soeprihanto, 2010, h: 288).

Segundo Indonesia tidak memiliki distribusi yang luas, hanya memanfaatkan media sosial serta *event* yang dilaksanakan komunitas bus, komunitas miniatur bus dan pemerintah. Tempat rumah industri Segundo Indonesia menjadi salah satu lokasi bagi konsumen yang ingin datang langsung untuk memilih barang yang siap jual yaitu berada di Jalan Mendut V. Pemukiman Pharmindo, Cijerah, Kecamatan Cimahi Selatan.

- ***Promotion***

Promosi diartikan sebagai cara memberi informasi, berinteraksi dan berkomunikasi sebuah barang serta jasa kepada khalayak sasaran yang ditawarkan kepada konsumen, supaya dapat mengenali barang atau jasa yang di promosikan (Suryana, 2001, h: 112).

Segundo Indonesia hanya memanfaatkan proses promosi melalui media sosial dengan Instagram, Facebook, Whatsapp, dengan lapak *online* seperti Bukalapak dan Tokopedia.

II.6.2 Analisis SWOT *(Strengh, Weakness, Opportunity,* dan *Threat)*

Analisis SWOT merupakan singkatan dari *Strengh* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), *Threat* (ancaman). Semua perusahaan atau organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam menyesuaikan bisnis yang dijalankan serta dikelolah. Tidak ada perusahaan yang memiliki kekuatan serta kelemahan yang sama dalam area bisnis (David, 2008, h:8).

Matriks SWOT dapat mendapatkan hasil secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dialami atau dihadapi suatu perusahaan, dapat disesuaikan dengan kekuatan serta kelemahan yang dimilikinya (Rangkuti, 2006, h:19).

Analisis SWOT merupakan analisis yang digunakan untuk pemecahan masalah, yang menggunakan faktor internal dan eksternal yang didapat dari sebuah penelitian. Merupakan sebuah hasil riset yang digabungkan dan saling dikaitkan untuk menutupi kekurangan dan ancaman dari luar perusahaan.

Tabel II.2 Strategi Analisis SWOT Segundo Indonesia
Sumber : Data Penelitian Pribadi (2018)

Internal / Eksternal	Kekuatan	Kelemahan
	-Menggunakan bahan dasar plastik *Thermoforming* serta bahan dasar yang tidak berbahaya untuk konsumen. -Sebagai pionir dalam pengembangan miniatur bus skala 1:50. -Harga murah dibanding kompetitor karena skala yang lebih kecil dan cocok untuk sebuah pajangan yaiu 1:50. -Proses pengerjaan dan pengiriman yang cepat.	-Jumlah produksi tidak menentu dilihat dari ketersediaan bahan dasar. -Masyarakat tidak antusias dan mengetahui tentang miniatur bus Segundo Indonesia. -Jumlah karyawan masih terbatas. -Tidak memiliki tempat distribusi yang pasti karena masih mengandalkan *event-event* yang berkaitan dengan bus.

Peluang	SO	WO
-Pengrajin bus sangat jarang terdapat di kota bandung dengan keadaan perusahaan outobus yang semakin banyak di kota bandung. -Bahan dasar yang bisa didapatkan secara mudah dan murah. -Membuat konsep miniatur baru dengan membuat miniatur bandros yang saat ini terdapat di kota Bandung	-Meningkatkan jumlah produksi dan kualitas produk miniatur bus. -Mengenalkan Segundo Indonesia sebagai pengrajin miniatur bus yang ada di wilayah Bandung. -Meningkatkan kualitas produk serta layanan.	-Menginformasikan konsumen tentang proses pembuatan miniatur bus dengan bahan dasar yang mudah di dapatkan. -Meningkatkan jumlah produksi dan kualitas, akan bertambahnya jumlah karyawan. -Memperluas dan menentukan tempat Distribusi yang pasti.
Ancaman	**ST**	**WT**
-Bahan dasar semakin mahal harganya, sehingga dampaknya harga produk ikut meningkat. -Kompetitor membuat miniatur bus dengan skala lebih besar dari Segundo Indonesia. -Konsep miniatur yang bisa untuk ditiru. -Promosi dan pemasaran yang hanya memanfaatkan Media Sosial.	-Mengangkat dan memperkenalkan miniatur sebagai barang yang unik kepada masyarakat. -Menentukan Distribusi yang pasti dan berhubungan langsung dengan bus. Contohnya terminal dan lain-lain. -Bahan dasar yang lebih terjangkau tetapi mudah didapatkan untuk ditiru. -Meningkatkan proses penjualan dan pemasaran.	Membuat miniatur dengan skala yang lebih besar dan kualitas yang lebih baik dengan Kompetitor. -Menginformasikan kepada konsumen tentang keunggulan dari produk miniatur Segundo Indonesia. Membuat miniatur berbeda dengan skala yang sama, seperti miniatur minibus, angkot, dll.

Berdasarkan hasil analisis SWOT diatas dapat diketahui keunggulan dari produk miniatur bus buatan Segundo Indonesia dengan miniatur bus buatan kompetitor yaitu Nikie Kayoue. Hasil yang didapatkan yaitu bahwa miniatur bus buatan Segundo Indonesia memiliki keunikan dengan skala 1:50 dengan bahan dasar plastik *Thermoforming.* Bahan dasar tersebut memiliki keunggulan dengan ukuran benda yang tidak berat serta tidak mudah pecah jika terbanting. Berbeda dengan kompetitor yang membuat miniatur dengan bahan dasar akrilik dan fiber dengan ukuran benda yang lebih berat serta lebih besar karena skala 1:18 dan 1:20. Serta proses pengerjaan dari Segundo Indonesia yang lebih cepat, hingga konsumen dapat mendapatkan miniatur sesuai dengan keinginan yang dipesan, sedangkan proses produksi Nikie Kayoue pengerjaannya bisa 2 sampai 3 bulan per miniatur yang dibuat.

II.6.3 Analisis Wawancara

Penemuan masalah penelitian dapat diperoleh dengan cara mandiri oleh peneliti, dapat dilakukan dengan proses wawancara. Perumusan masalah dibagi menjadi dua macam yaitu penemuan pasif dan aktif. Penemuan aktif dapat diartikan sebagai penemuan masalah yang di teliti secara mandiri oleh peneliti, dalam menemukan fenomena-fenomena yang dianggap penting serta mendapatkan solusi dari masalah tersebut (Muhammadi, 2004).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Segundo Indonesia yaitu Sunarya Hadi pada 13 April 2018. Hasil wawancara yang didapatkan bahwa Segundo Indonesia hanya memanfaatkan media promosi melalui sosial media yaitu Instagram, Facebook, Whatsapp, dan lapak *online* yaitu Bukalapak dan Tokopedia. Keinginan Segundo Indonesia untuk memanfaatkan proses promosi sehingga dapat meningkatkan penghasilan yang didapatkan. Segundo Indonesia merasa bahwa penjualan dari produk miniatur busnya masih dirasa tidak ada peningkatan dari hasil data diatas menjelaskan, pada tahun 2015 hanya 1215 unit dan 2016 terjual 1073 unit miniatur. Pada tahun 2014 miniatur dapat terjual hingga 1268 unit maka hasil

yang didapatkan Segundo Indonesia mengalami proses penurunan pada penjualan produk miniatur bus.



Gambar II.30 Foto hasil wawancara dengan pemilik Segundo Indonesia
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2018)

II.6.4 Analisis Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan jawaban dari responden yang sesuai dengan khalayak sasaran. Memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, supaya dari jawaban responden mendapatkan solusi dari masalah yang dijadikan kuesioner. Jenis angket mempunyai dua macam yaitu tertutup dan terbuka, dan kuesioner yang digunakan dalam hal ini adalah kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang telah disediakan jawabanya, sehingga responden memilih jawabnya secara langsung (Sugiyono, 2008, h:142).

Berdasarkan data analisis yang telah dilakukan pada bulan April 2018, kuesioner tentang Segundo Indonesia ditunjukan kepada masyarakat yang tinggal di wilayah Bandung dan sekitarnya. Bertujuan untuk mengetahui respon masyarakat tentang pengetahuan dan minat terhadap miniatur. Salah satunya untuk melihat apakah masyarakat mengetahui tentang Segundo Indonesia. Kuesioner telah dijawab oleh 41 responden dengan hasil sebagai berikut:

- Pertanyaan pertama diajukan untuk mengetahui golongan usia responden:

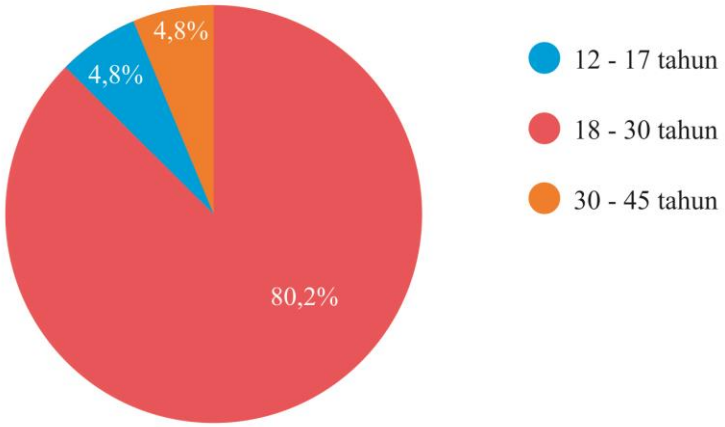


Diagram II.1 Golongan usia responden.
Sumber : Data Penelitian Pribadi (2018)

Berdasarkan hasil kuesioner, 80,2% responden berusia 18 hingga 30 tahun. Pada usia 12 hingga 17 sebanyak 4,8% responden, dan usia 30 hingga 45 tahun sebanyak 4,8%. Kesimpulan yang didapat respon sebagian besar berusia dari 18 hingga 30 tahun.

- Pertanyaan kedua diajukan untuk mengetahui jenis kelamin dari responden:

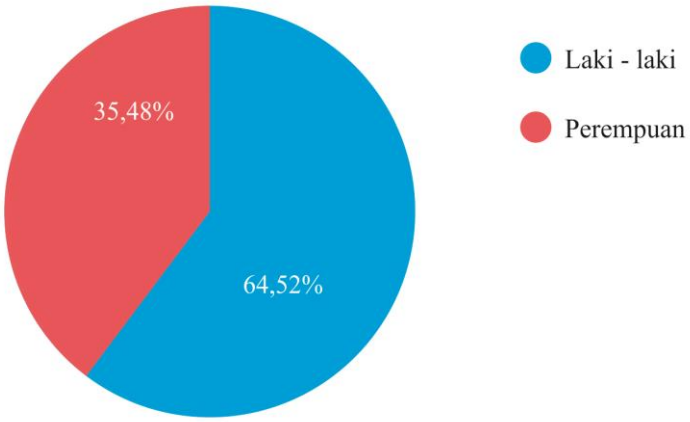


Diagram II.2 Golongan jenis kelamin responden.
Sumber : Data Penelitian Pribadi (2018)

Berdasarkan hasil kuesioner, mendapatkan data dengan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 64,52% dan responden dengan jenis kelamin perempuan 35%.

- Pertanyaan ketiga diajukan untuk mengetahui minat responden terhadap miniatur:

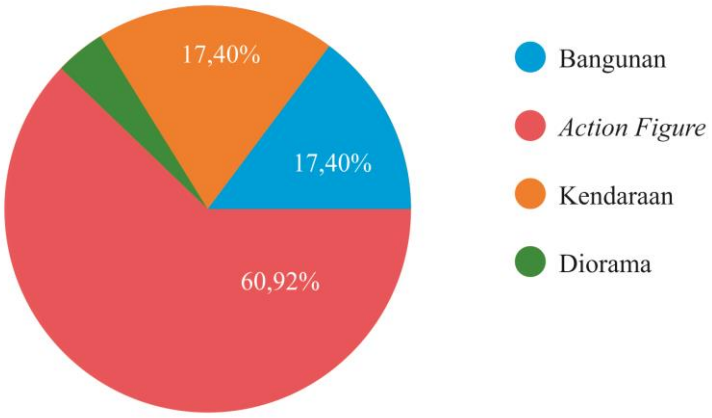


Diagram II.3 Minat responden terhadap miniatur.
Sumber : Data Penelitian Pribadi (2018)

Berdasarkan hasil kuesioner terhadap minat responden terhadap miniatur, dapat disimpulkan sebagian besar responden berminat mempunyai miniatur "*Action figure"* yaitu 60,92% dan minat responden terhadap miniatur kendaraan dan bangunan hanya 17,4%.

- Pertanyaan keempat diajukan untuk mengetahui faktor mengapa minat responden yang ingin memiliki miniatur:

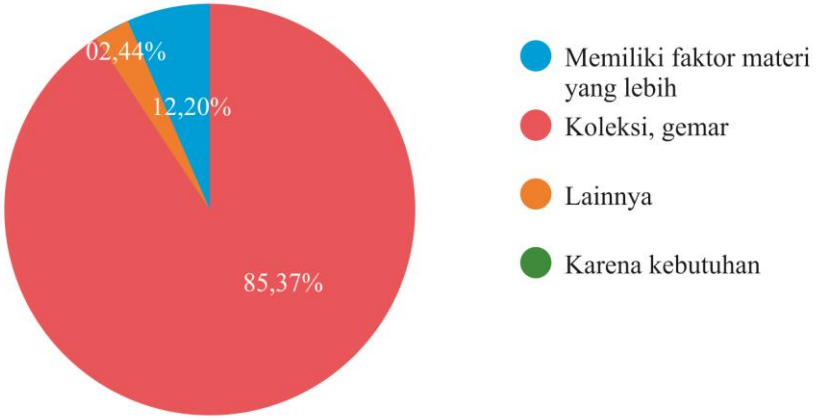


Diagram II.4 Mengapa minat responden terhadap miniatur.
Sumber : Data Penelitian Pribadi (2018)

Berdasarkan hasil kuesioner, faktor mengapa minat responden yang ingin memiliki sebuah miniatur. Sebagian besar 85,37% responden menjawab karena faktor

koleksi dan gemar terhadap miniatur. Faktor memiliki kondisi ekonomi yang lebih sebanyak 12,20%, dan faktor lainnya menjawab sebanyak 02,44%. Kesimpulan yang didapat yaitu responden ingin memiliki sebuah miniatur karena gemar dan ingin mengkoleksi miniatur tersebut.

- Pertanyaan kelima diajukan untuk mencari informasi responden mengetahui tentang Segundo Indonesia:

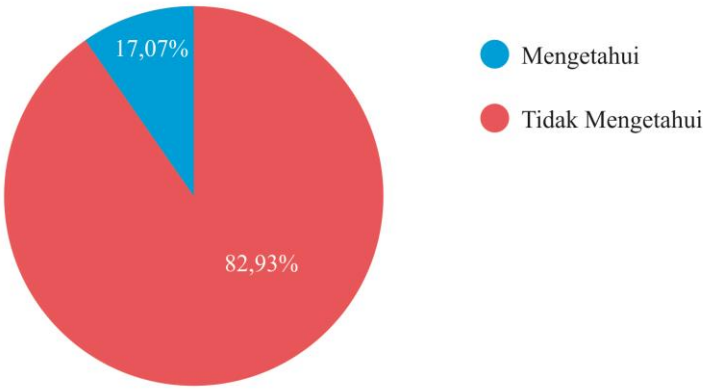


Diagram II.5 Data responden mengetahui tentang Segundo Indonesia.
Sumber : Data Penelitian Pribadi (2018)

Berdasarkan hasil kuesioner, terdapat 17,07% mengetahui tentang Segundo Indonesia. Responden yang tidak mengetahui tentang Segundo Indonesia sebanyak 82,93%. Kesimpulan yang didapatkan yaitu Segundo Indonesia kurang diketahui oleh sebagian besar responden.

- Pertanyaan keenam diajukan untuk mencari minat responden terhadap miniatur bus:

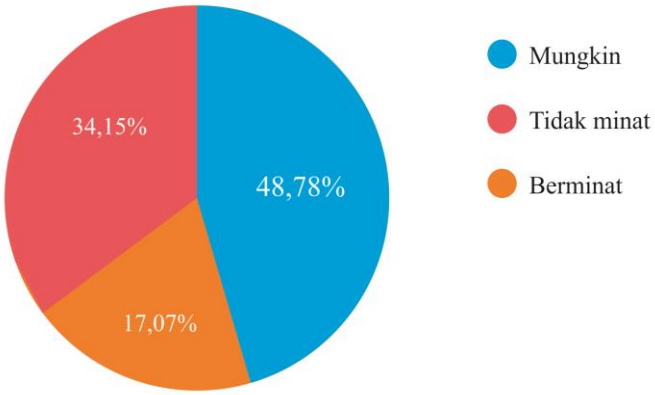


Diagram II.6 Minat responden terhadap miniatur bus.
Sumber : Data Penelitian Pribadi (2018)

Berdasarkan hasil kuesioner yang diperoleh, minat responden terhadap miniatur bisa terjadi dengan 48,78% berminat dengan alasan yang tepat, bagaimana cara Segundo Indonesia menarik perhatian responden. Responden yang berminat dengan 17,07% dan tidak berminat 34,15% responden.

- Pertanyaan ketujuh diajukan untuk mencari informasi responden yang menggunakan media sosial setiap saat:

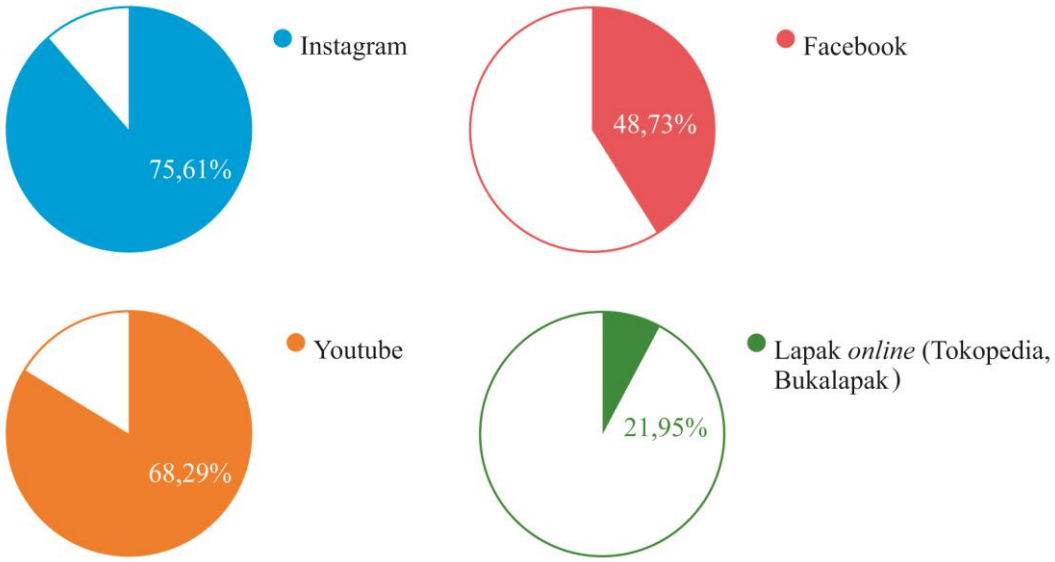


Diagram II.7 Responden yang menggunakan media sosial.
Sumber : Data Penelitian Pribadi (2018)

Berdasarkan hasil kuesioner yang diperoleh, responden lebih dominan menggunakan Instagram dengan 75,61%. Responden menggunakan Youtube dengan 68,29%. Pada penggunaan Facebook dan lapak *online* saat ini dilihat dari hasil kuesioner lebih sedikit dibandingkan dengan Instagram dan Youtube, jumlah responden menggunakan Facebook 48,73% dan responden menggunakan lapak *online* hanya 21,95%.

Kesimpulan yang didapatkan berdasarkan hasil analisis yaitu minat dari responden terhadap miniatur bus berpeluang untuk menarik minat dari responden dilihat dari jumlah minat yang telah dilakukan pada analsis diatas. Terlihat dari media sosial Facebook Segundo Indonesia yang kurang direspon karena jumlah responden

hingga saat ini yang menggunakan Facebook lebih kecil dibandingkan dengan responden yang masih aktif menggunakan Instagram.

II.7 Resume

Saat ini industri kreatif yang ada di Indonesia sangatlah beragam dengan kemudahan mendapatkan informasi yang mudah. Masyarakat dengan mudah mengubah informasi menjadi sesuatu yang kreatif salah satunya kerajinan miniatur.

Segundo Indonesia merupakan pengrajin miniatur bus yang berasal dari wilayah Bandung, setelah berdiri pada tahun 2008 Segundo Indonesia membuat miniatur bus dengan skala 1:50 dengan bahan dasar plastik *Thermoforming*. Keunggulan dari miniatur bus buatan Segundo Indonesia adalah proses pembuatan tidak membutuhkan waktu lama, ukuran miniatur yang minimalis mudah diletakan serta memudahkan proses pengiriman. Berbeda dengan Kompetitor dengan skala lebih besar 1:18 serta proses pengerjaan yang membutuhkan waktu lebih lama 1 sampai 2 bulan.

Masalah yang dihadapi Segundo Indonesia adalah proses penjualan yang mengalami penurunan. Penjualan Segundo Indonesia dalam jangka waktu dari tahun 2014 sampai 2016, yaitu pada tahun 2014 terjual 1268 unit, 2015 terjual 1215 unit , dan 2016 terjual 1073 unit. Faktor yang mempengaruhi karena Segundo Indonesia hanya menggunakan proses promosi menggunakan media sosial yaitu melalui Instagram, Facebook, dan lapak *online* yaitu Bukalapak dan Tokopedia. Keinginan Segundo Indonesia yang meningkatkan proses penjualan dengan cara promosi yang baik dan benar serta manfaat yang akan didapatkan dari promosi yang telah dilakukan.

II.8 Solusi Perancangan

Saat ini industri kreatif di Indonesia sangat beragam jenisnya, banyak memanfaatkan berbagai macam teknologi. Industri kreatif yang ada di indonesia sangat beragam dengan memanfaatkan penggunaan pengetahuan dan informasi, salah satunya membuat kerajinan seperti miniatur. Miniatur dibuat karena faktor

masyarakat yang pintar mengolah informasi menjadi sebuah keunikan dan menguntungkan. Minat serta kegemaran masyarakat dapat dimanfaatkan menjadi sebuah keuntungan untuk sebagai mata penghasilan. Salah satunya Segundo Indonesia yang sedang mengembangkan usahanya sebagai salah satu pioner pengrajin miniatur bus dengan skala 1:18. Segundo Indonesia memiliki beberapa kekurangan dalam mengembangkan usahanya, salah satunya faktor promosi yang dilakukan serta penurunan dalam proses penjualan produk miniaturnya. Maka dari itu salah satu faktor untuk mengangkat kembali proses hasil penjualan dari produk miniatur bus Segundo Indonesia dengan cara proses promosi yang baik dan tepat. Menginformasikan kepada masyarakat tentang produk dari Segundo Indonesia, bahwa Segundo Indonesia salah satu pengrajin miniatur dengan menggunakan bahan dasar serta prestasi yang diraih tidak diragukan lagi kualitasnya. Proses produksi dari Segundo Indonesia semakin meningkat dan Segundo Indonesia bisa menjadi semakin berkembang dalam usahanya.