

**PENELITIAN *MARKET* TERHADAP  
KONSEP BISNIS KERAJINAN PEPAKATTO**

**Kezia Lauren Handoyo**

**Christian Anggrianto**

Visual Communication Design

Fakultas Industri Kreatif Universitas Ciputra

UC Town, Citra Land, Surabaya

**ABSTRAK**

Penelitian market terhadap konsep bisnis kerajinan Pepakatto dilakukan dengan tujuan evaluasi dan perkembangan bisnis Pepakatto yaitu menjual produk interior ruangan berupa lampu yang terbuat dari teknik *paper layering*. Tujuan dari pembuatan ide bisnis ini dikarenakan adanya masalah tidak dapat tidur dengan lampu mati yang dialami bukan hanya anak kecil, maliankan remaja dan dewasa juga. Metode penelitian yang digunakan dengan menggunakan metode kualitatif yaitu wawancara, dan metode kuantitatif yaitu pembagian kuesioner. Kesimpulan hasil penelitian yang didapat yaitu remaja dan pemuda atau dewasa muda yang baru saja berkeluarga.

Kata Kunci: Masalah Tidur, Remaja, Pemuda, Lampu tidur, *Paper Cutting*

**ABSTRACT**

*Market research on the concept of the Pepakatto handicraft business was conducted with the aim of evaluating and developing the Pepakatto business, namely selling interior products in the form of lamps made from paper layering techniques. The purpose of making this business idea is due to the problem of not being able to sleep with the lights off experienced by not only young children, but also teenagers and adults. The research method used is using qualitative methods, namely interviews, and quantitative methods, namely the distribution of questionnaires. The conclusion of the research results obtained are teenagers and young people or young adults who have just had a family.*

*Keyword : Sleep Problem, Teens, Youth, Night Lamp, Paper Cutting*

## PENDAHULUAN

Kreasi kertas ditemukan pertama kali di negara China dan mulai menyebar di sekitar Asia dan negara-negara di Eropa. Kreasi kertas yang paling pertama dikenal oleh banyak orang berasal dari Eropa dan sejak itu lah seni menggunting kertas mulai di teruskan di berbagai macam negara dan kota. Akan tetapi, masih banyak pula yang belum mengetahui bagaimana kertas dapat dikreasikan secara luas dalam hal kesenian seperti dekorasi, hiburan dan hadiah.

*Layering* merupakan salah satu teknik yang digabungkan dengan kreasi menggunting beberapa bagian kertas dan dilapisi kembali dengan kertas lain menggunakan teknik pengguntingan yang sama sehingga membentuk sebuah gambar ketika digabungkan menjadi satu.

Pada dasarnya, masyarakat kota memiliki banyak permasalahan tidur yang disebabkan oleh *insomnia* dan trauma. Kondisi ini adalah kondisi seseorang mencoba untuk beradaptasi dengan kondisi ruangan yang gelap dan gagal pada saat mencoba. Beberapa remaja dan orang dewasa pun masih takut atau tidak terbiasa tidur dengan keadaan lampu yang mati akibat traumanya pada kegelapan atau kondisi gelap.

Melihat permasalahan yang sudah dijelaskan diatas, ide bisnis yang diusulkan adalah pemanfaatan kreasi pengguntingan kertas berlapis pada lampu tidur (*paper cutting light box*) dapat diaplikasikan pada zaman sekarang, dimana masyarakat lebih menginginkan suatu produk yang praktis serta mempunyai setidaknya lebih dari satu kegunaan. Penggunaan cahaya lampu pada kreasi gunting kertas menghasilkan terkstur lampu yang jauh lebih lembut dan tidak menyakitkan seperti jenis lampu tidur lainnya. Warna cahaya yang dihasilkan dari lampu LED pada lampu pun bervariasi dan bisa disesuaikan dengan keinginan pembeli. Hal ini, membuat suasana pada saat tidur menjadi lebih nyaman dan relax pada saat menjelang tidur.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana respon dan ketertarikan terhadap produk bisnis Pepakatto yang menawarkan kreasi *paper cutting light box* di kalangan masyarakat. target market dari penelitian ini adalah pria dan wanita dengan rentan usia 15 tahun sampai dengan 30 tahun dengan segmen menengah keatas yang sedang tinggal di Indonesia, khususnya anak muda remaja dan keluarga muda yang baru memiliki anak.

## METODE PENELITIAN:

Penelitian ini berlangsung pada tanggal 15 September 2019 sampai 25 September 2019 dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif yaitu angket/kuisisioner dan wawancara expert dan extreme users serta studi literatur.

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

**Data Primer:**

Data primer yang digunakan merupakan hasil penelitian yang dilakukan secara maya, dengan menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif dilakukan dengan membagikan formulir kuesioner kepada calon target market, dan metode kualitatif dilakukan dengan cara wawancara melalui sosial media Instagram dan Whatsapp dengan *expert user* (ahli produk) dan *extreme user* (pengguna produk).

**Profil Narasumber/Responden Kuesioner:**

Responden dari kuesioner yang dipilih acak berdasarkan lingkungan yang meliputi mahasiswa/pelajar dan keluarga muda yang sudah/belum mempunyai anak. Dan usia Responden dispesifikasikan antara usia 15-30 tahun, antara anak remaja hingga orang yang bekerja (usia produktif awal). Sementara segmen yang diambil adalah segmen menengah keatas yang sedang tinggal di Indonesia.

**a. Prosedur penelitian:** Langkah prosedur yang dilakukan pada proses penelitian ini berupa interview dan wawancara secara *virtual*. Berikut adalah beberapa langkah dalam melakukan penelitian ini:

- i. Awareness, mencari data mengenai paper cutting dan siapa saja yang sudah melakukan dan bertahan dalam bisnis di bidang prakarya ini.
- ii. Research, ketika sudah mengetahui beberapa inspirator dan teladan, mencari tahu informasi mendasar seperti akun sosial media, website, lokasi, produk yang ditawarkan dan nomor telepon merupakan suatu pendukung ke-valid-an untuk penelitian ini.
- iii. Interview, meng-interview inspirator-inspirator yang telah didapat akan membantu banyak dan lebih jelas mengenai pengalaman-pengalaman mereka pada awal-awal memulai bisnis mereka hingga situasi sekarang.
- iv. Reasearch kedua, riset kali ini bersifat lebih personal karena hanya membutuhkan satu instrument saja, yaitu peneliti sendiri yang melakukan pencarian informasi dan riset lebih mendalam di internet mengenai data pendukung dan pelengkap dari informasi yang tidak didapatkan saat.interview sebelumnya.
- v. Waktu penelitian: 9 September 2019 – 4 Oktober 2019
- vi. Sumber data: Primer dan sekunder

**b. Pengumpulan Data:** pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan data primer dan sekunder, dengan metode pengumpulan data wawancara tidak terstruktur, dimana peneliti akan mewawancarakan subjek dengan media virtual seperti

telepon, WhatsApp dan Instagram.

### Profil Narasumber Wawancara

Narasumber wawancara yang dipilih adalah orang-orang yang termasuk dalam *expert user* dan *extreme user*.

1. Brittany Otto, *Paper Artist and Owner of Badger Burrow Studio Seattle, Washington (expert user)*.
2. Sopo ki nuart, *Graphic Designer, Founder of Nu Art Merch Yogyakarta (expert user)*.
3. Dewi Kocu, *First Indonesian Paper Artist, Owner of Cutteristic Jakarta (expert user)*.
4. Anastasya Lestari, *Visual Communication Design Student, Buyer at Nu Art Merch Yogyakarta (extreme user)*.
5. Royanah Diana, *Housewives, Buyer at Nu Art Merch Yogyakarta (extreme user)*.
6. Valenci Kalista, *College Student, Buyer at Nu Art Merch Yogyakarta (extreme user)*.

### Data Sekunder:

Data diambil dari beberapa literatur dan sumber bacaan yang terdapat teori-teori pendukung dalam proses penelitian ide bisnis *Natural Home Decor* yang berupa buku, studi kasus, *e-jurnal*, hingga sumber internet. Berikut beberapa literatur dan sumber bacaan yang digunakan dalam penelitian ini:

1. *Creative Research in Papercut Art and Graphic Design*, Chenyuan Guo, Yan'an University, Yan'an, Shaanxi. Menjelaskan sejarah singkat kreasi pengguntingan kertas dan berbagai pengembangannya didalam dunia kreatif dan desain grafis.
2. *Physiological Effects of Blue Pulsed LED in an Indoor Lighting Environment*, <sup>1,2</sup>C. A. Chaveznava-Treviño, <sup>2</sup>T. Katsuura dan, <sup>2</sup>Y. Shimomura, <sup>1</sup>Universidad de Monterrey dan <sup>2</sup>Chiba University. Menjelaskan hasil penelitian mengenai efek psikologi tubuh terhadap lampu LED berwarna biru di dalam suatu ruangan.
3. *Reduction of The Blue Light Hazard by Adding A Cyan Light LED*, <sup>1</sup>Junxiong Ni, <sup>1</sup>Tie Shen, <sup>2</sup>Yasuo Ebara, <sup>2</sup>Koji Koyamada, <sup>1</sup>Yoichi Kawakami dan <sup>2</sup>Yuichi Nakamura, <sup>1</sup>Department of Graduate School, School of Engineering, Kyoto University dan <sup>2</sup>Academic Center for Computing and Media Studies, Kyoto University. Menjelaskan mengenai sistem *Liquid Crystal Display* (LCD) yang mudah ditemukan pada setiap aspek kehidupan kita serta bahayanya '*blue light*' pada LED yang biasanya terdapat pada balik layar..

4. *Uji Perbandingan Komposisi Beberapa Jenis Limbah Pertanian Sebagai Bahan Pembuatan Kertas Daur Ulang*, Sri Indah Lestari, Universitas Sumatera Utara. Menjelaskan perbandingan komposisi beberapa jenis limbah pertanian sebagai bahan pembuatan kertas daur ulang.
5. *Case Study on Paper Recycling*, Vipul S. Agarkar, P. Rahul Rao, Dyanesh Sankulwar dan Prof. Aamir Sayed, Department of Mechanical Engineering J.D. college of Engineering and Management, Nagpur. Menjelaskan banyaknya pemakaian kertas dalam kehidupan manusia sejak dulu dan perbandingannya jika menggunakan kertas daur ulang.

#### **PEMBAHASAN:**

##### **Hasil penelitian data kuantitatif melalui Kuesioner:**

Berdasarkan data-data yang didapat melalui kuisisioner, sebanyak kurang lebih 70% responden mengakui bahwa dirinya/mengenal seseorang tidak bisa tidur dengan kondisi gelap. Permasalahan ini terjadi karena beberapa mengalami depresi, pemikiran berat, *insomnia* dan beberapa lainnya terbiasa tidur dengan lampu menyala terang atau remang-remang (*dim*). Sebagian besar responden menjawab bahwa mereka tertarik dengan adanya produk *Paper Cutting Light Box* karena alasan yang bervariasi dan mempunyai peluang membeli untuk dirinya sendiri ataupun memberikan kepada orang istimewanya (pacar, keluarga, dan sebagainya).

Pengetahuan masyarakat akan produk *Paper Cutting Light Box Natural Home Decor* masih termasuk 'jarang' karena tidak banyak yang membuat produk yang serupa. Sebanyak 90% Responden lebih mempertimbangkan soal *design*, kualitas dan harga untuk produk Paper Cutting Light Box untuk mencapai keputusan membeli. Untuk sosial media, responden cenderung sering memakai media sosial *LINE* sebesar 80.7% dan 78.9% untuk *Instagram*, dengan hasil ini maka responden sangat familiar dengan *social media*, sehingga sangat efektif melakukan promosi produk melalui penggunaan sosial media

Kesimpulan dari hasil kuisisioner yang dilakukan, produk ini masih jarang dikenal oleh masyarakat di Indonesia, dapat disimpulkan juga bahwa market cenderung kurang mempercayai dan masih kurang akan apresiasi barang 'baru' (unik) dan *handmade* karena lebih tertarik dan yakin akan barang yang mempunyai *brand* kuat dan terkenal. Dengan situasi seperti ini, Pepakatto berpeluang untuk membuat suatu terobosan baru di Indonesia yang akan mengangkat *awareness* dan kepercayaan akan produk-produk unik yang muncul kedepannya.

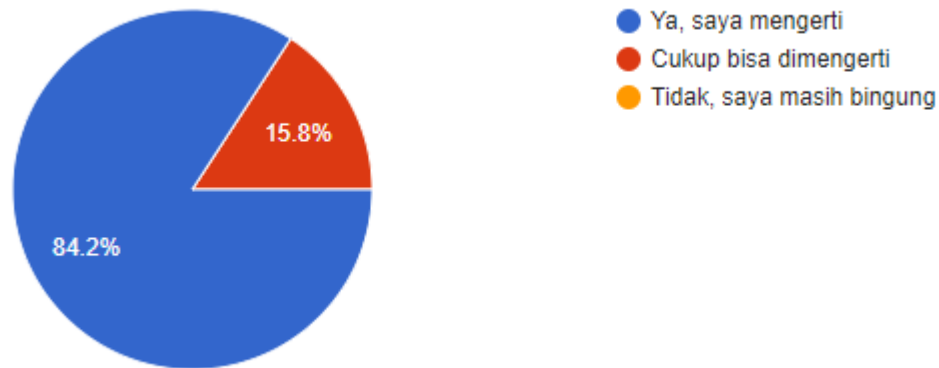
Data-data yang dicantumkan adalah pertanyaan-pertanyaan beserta hasil pendataan statistika melalui

kuisisioner yang disebar secara acak. Terdapat total responden sebanyak 57 orang yang terdiri dari pria dan wanita dengan rentan usia 15 tahun sampai 25 tahun.

#### Pertanyaan 1:

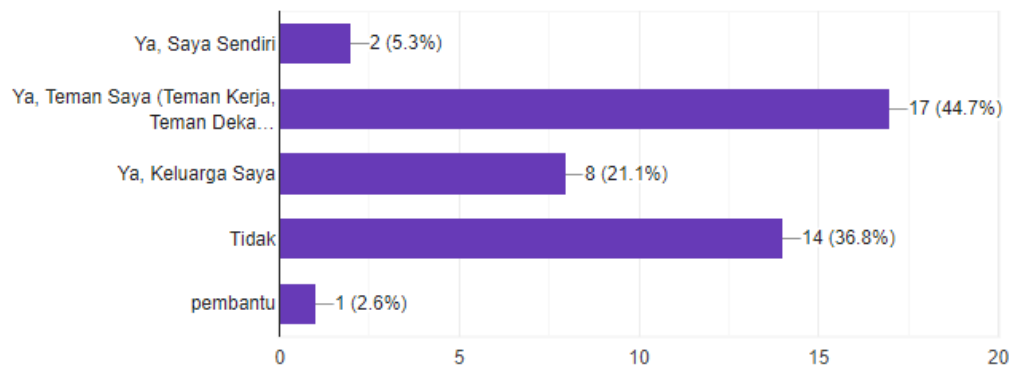
“Pepakatto merupakan bisnis art & craft berupa paper cutting yang diterapkan ke dalam bentuk interior rumah atau gifts seperti lampu dll. Pepakatto bersifat Custom sehingga desain bisa disesuaikan dengan keinginan pembeli. Apakah pengertian ini cukup jelas untuk dimengerti ?

- Ya, saya mengerti
- Cukup bisa dimengerti
- Tidak, saya tidak mengerti”



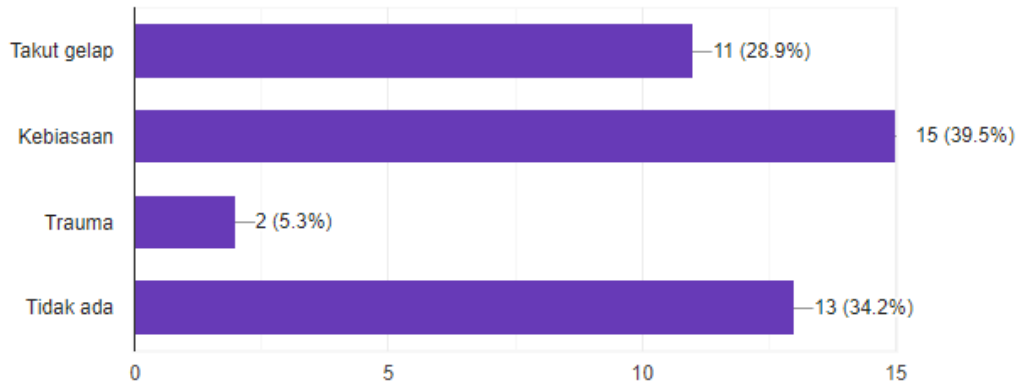
#### Pertanyaan 2:

“Apakah kalian mengetahui / mengenal seseorang yang tidak bisa tidur dengan keadaan gelap/tanpa lampu?”



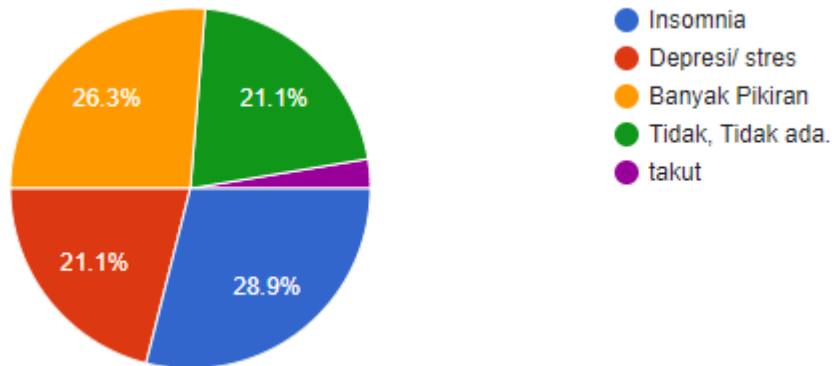
**Pertanyaan 3:**

“Apakah ada alasan yang membuat tidak bisa/susah tidur dengan lampu?”



**Pertanyaan 4:**

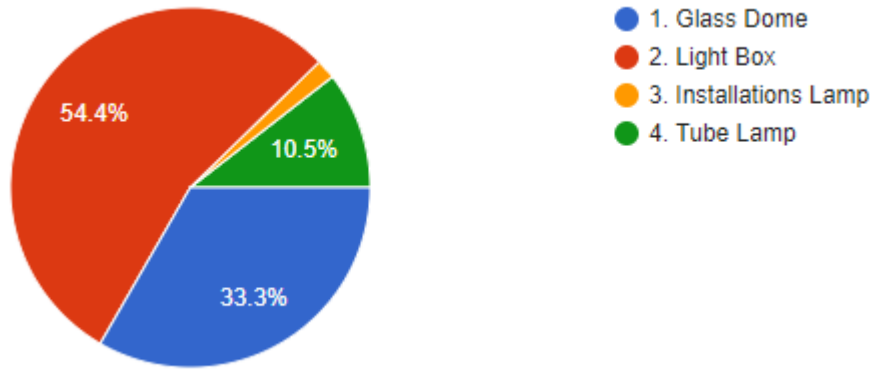
“Apakah ada hal lain yang membuat tidak bisa tidur? (Jika ada, Pilih yang paling sering)”



**Pertanyaan 5:**

“Diantara 4 lampu ini, manakah yang paling menarik perhatian Anda?”

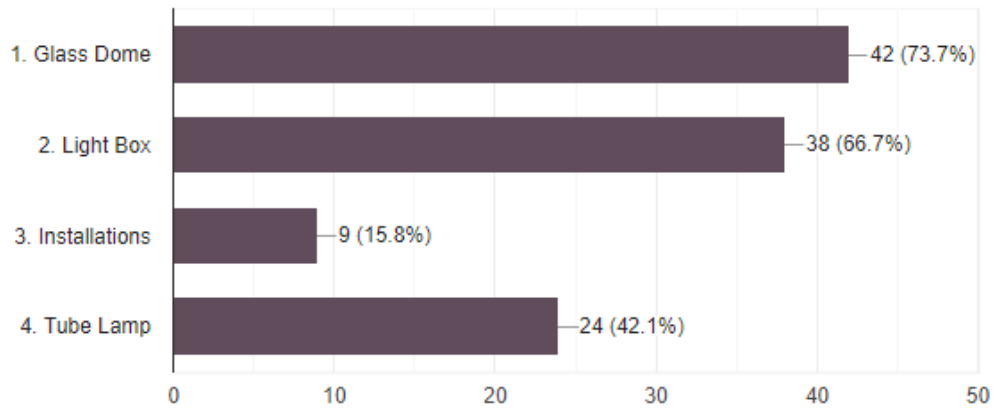
- a. Glass Dome
- b. Light Box
- c. Installations Lamp
- d. Tube Lamp”



**Pertanyaan 6:**

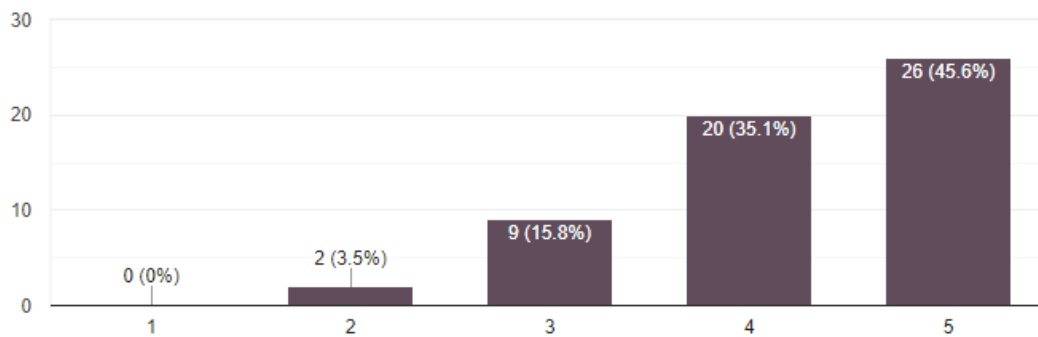
“Diantara 4 lampu ini, Lampu apa saja yang Anda inginkan? (*Multiple Selection Choices*)

- a. Glass Dome
- b. Light Box
- c. Installations Lamp
- d. Tube Lamp”



**Pertanyaan 7:**

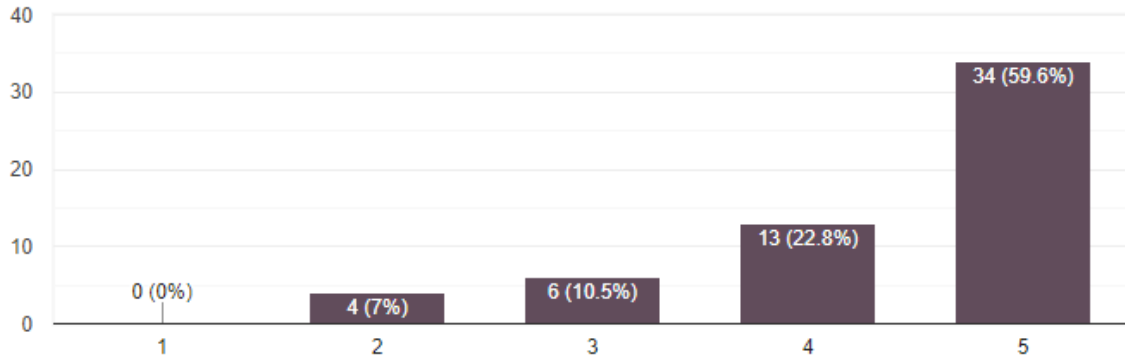
“Dari skala 1 - 5, Berapa Nilai yang Anda berikan untuk opsi 1 (Glass Dome)?”





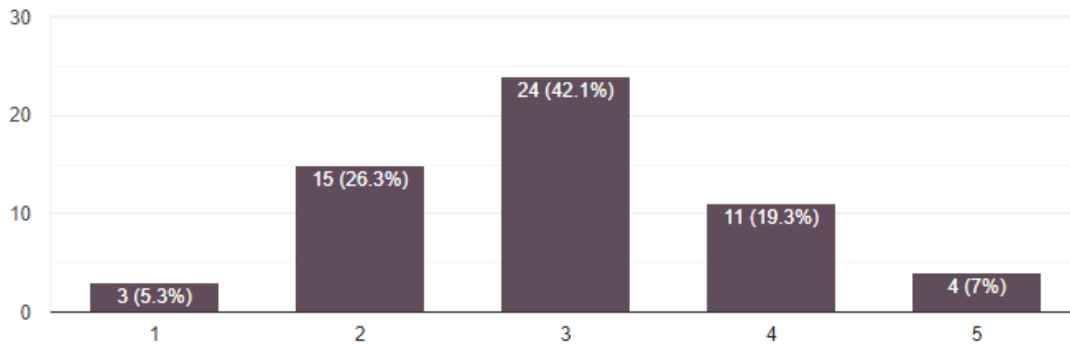
**Pertanyaan 8:**

“Dari skala 1 - 5, Berapa Nilai yang Anda berikan untuk opsi 2 (Light Box)?”



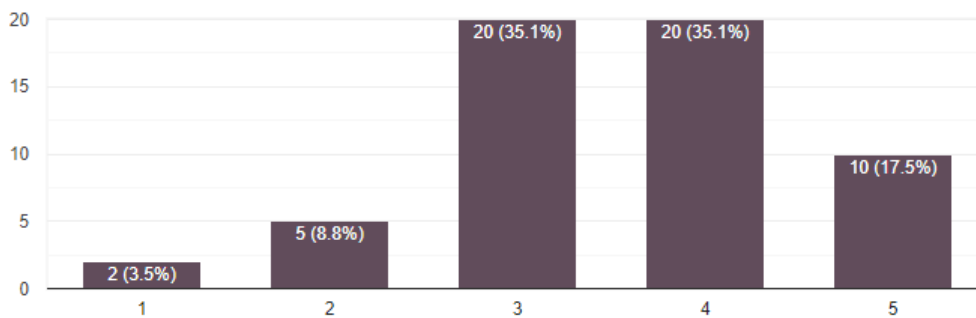
**Pertanyaan 9:**

“Dari skala 1 - 5, Berapa Nilai yang Anda berikan untuk opsi 3 (Installations Lamp)?”



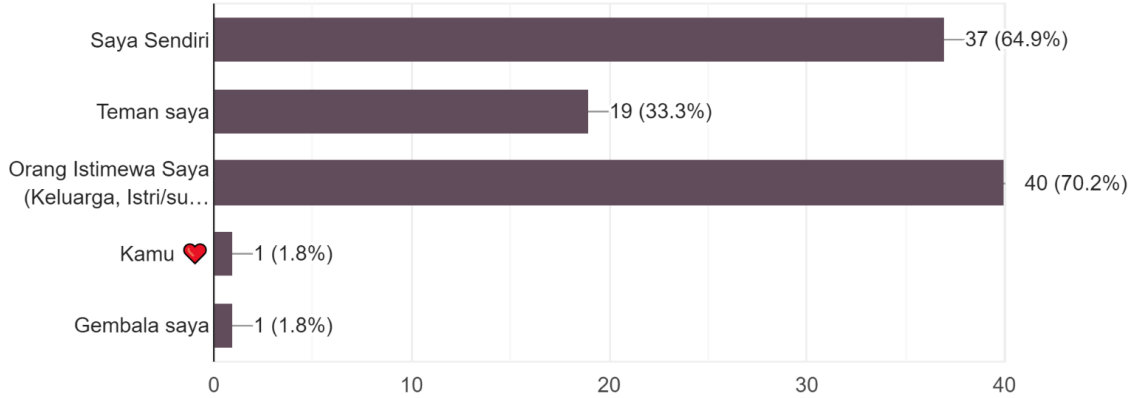
**Pertanyaan 10:**

“Dari skala 1 - 5, Berapa Nilai yang Anda berikan untuk opsi 4 (Tube Lamp)?”



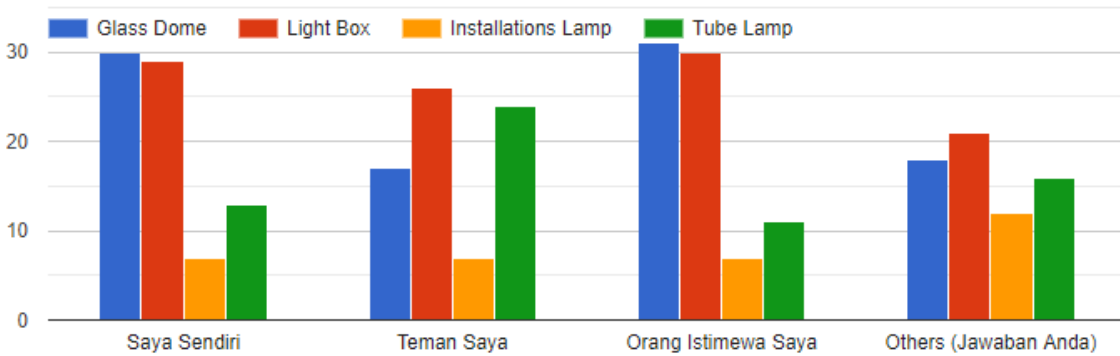
**Pertanyaan 11:**

“Jika Anda berkesempatan membeli, teruntuk siapakah Anda akan membelinya? (*Multiple Selection Choices*)”



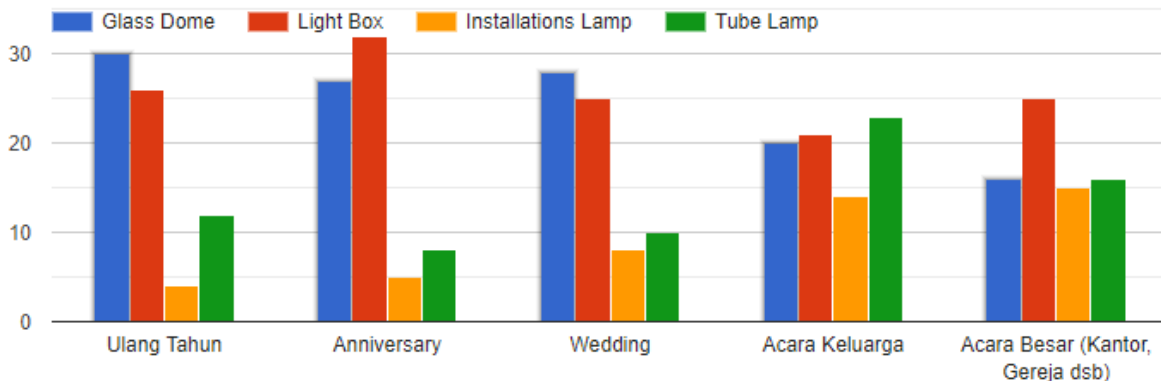
**Pertanyaan 12:**

“Untuk Siapa dan Apa yang akan diberikan? (*Multiple Selection Choices*)”



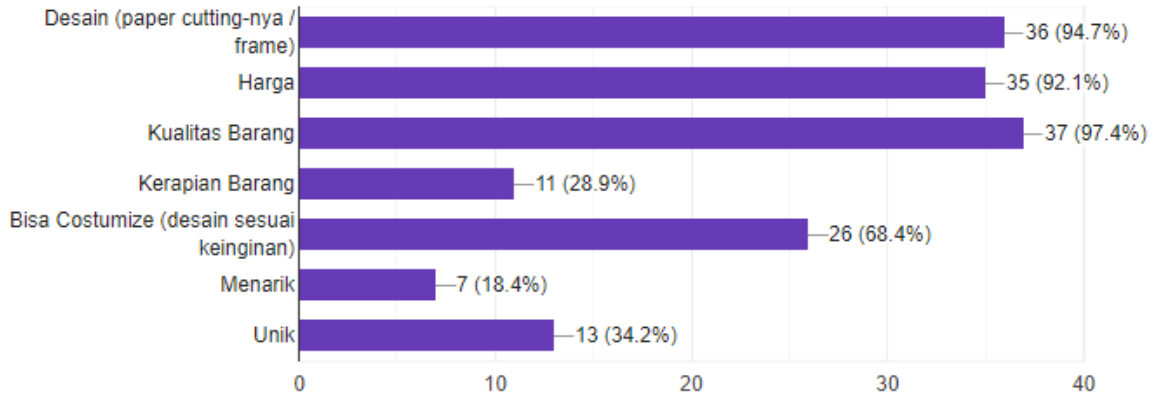
**Pertanyaan 13:**

“Dalam beberapa Event, apa yang akan diberikan? (*Multiple Selection Choices*)”



**Pertanyaan 14:**

“Apa yang mempengaruhi keputusan Anda untuk membelinya?”

**Pertanyaan 15-17:**

“Nama Asli (Bukan Panggilan), Umur, Kontak (pilih salah satu: IG / ID LINE / WA / No.Telp)”

No	Nama	Umur	Kontak (salah satu: IG / ID LINE / WA / No.Telp)
1	Yolanda Stephanie	21-25	Yolandafanni98
2	Veronika	21-25	Vero1412
3	Stevani	15-20	@estherstevani
4	Laura	21-25	laura_laurentine
5	Jyoti Prema Utami	21-25	Jyotipremaa
6	Florencia	21-25	Florenciasiswanto
7	Thea	21-25	Ig: lauwthea_
8	Yosua A.	21-25	Line: yo.yosua
9	Dewi Mayasari	21-25	Fong_li3
10	Maylani	21-25	083832652904
11	Kevin Surya Putra	15-20	Kevintaniago
12	Kevin Sanka	21-25	Ke vinsanka
13	Ayunda	21-25	Ayundays
14	Tasia	21-25	Ig: @tasiaangraini11

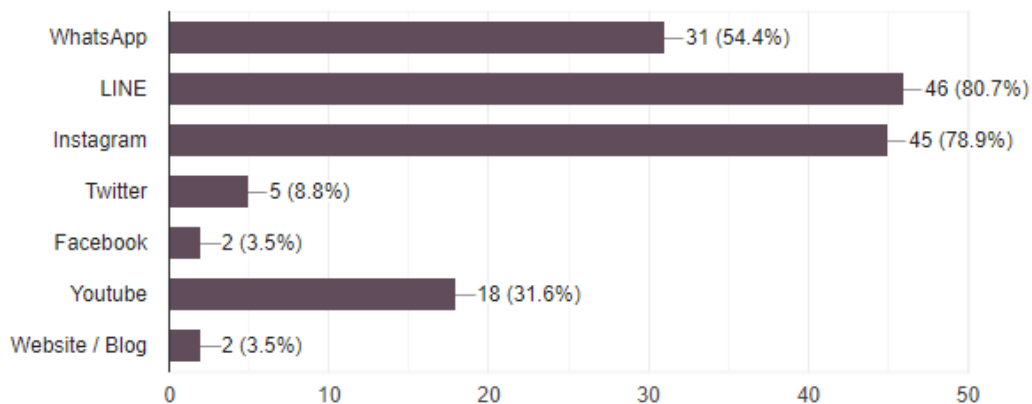
15	Livia	15-20	LiviaSugianto
16	Meirina	21-25	ig: merion.s
17	Alex	21-25	@alexdavidsan
18	Christopher	21-25	Christo1098
19	Yohanes	21-25	yohanes_agustinus
20	Celine Sanka	15-20	ig; Celinesanka
21	Ericko Vieri Manuel	21-25	Erickovm
22	Kevin Eugene	21-25	Kevin090898
23	Sharon Elvira	21-25	LINE: sharonelvira
24	William Tarumanegara	21-25	Williamstr
25	Bernadus	15-20	081331881465
26	Bianca	21-25	0817309300
27	Vira	15-20	Viracamella
28	Edward	21-25	Edward_giovanni
29	Caseya Sepcandio	21-25	IG: caseyasepcandio
30	Katryn Amelia	15-20	rynlihana -> IG
31	Geraldo Oktavian	15-20	@_aldogeraldo
32	Marco	15-20	Ndak punya hp
33	Steven	15-20	Cvenz
34	Winona Nathania Boenadhi	21-25	IG @winonanb @adecenttea
35	Tavia	21-25	081359008319
36	BagusW	21-25	Bagusw
37	Yosafat	21-25	line: yosafatjo
38	Rachel	21-25	085607571010
39	Jenni	15-20	082233557796
40	Audrey Adinata	21-25	od118
41	Venisia Tamara	15-20	@venisia_tamara
42	Dwi Retno Lingga Santoso	21-25	081235413061

43	Emilia	15-20	Ermiliaa
44	Aristo	21-25	Aristoho
45	Thania	21-25	sir.mousey
46	Milka	15-20	IG: Milkaepafras
47	Eiffel C. J. Paath	21-25	LINE – eiffelcjp
48	Ray Matthew Johanes Kaurow	21-25	Raykaurow
49	Gabriella A.	21-25	@k.zuki
50	Ferdinan	21-25	@ferdinanfiv
51	Binangkit Intan	21-25	@b.intan
52	Cintia	21-25	@cn_cei (ig)
53	Abraham	15-20	082334831832
54	Reinaldo	21-25	@reinaldo_iw
55	Michelle S.	21-25	Michellesinatra08
56	Frelin	21-25	Line: frelinidj
57	Jesslyn	21-25	ig jesslynkosh

**Pertanyaan 18:**

“Lebih sering menggunakan apa? (*Multiple Selection Choices*)

- Whatsapp
- LINE
- Instagram
- Twitter
- Facebook
- Youtube
- Website / blog”



### Hasil penelitian data kualitatif melalui Wawancara: Data Primer

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis terhadap beberapa pemilik bisnis serupa Nuzart pemilik Nu Art Merch Yogyakarta berpendapat bahwa tidak mudah untuk menjual barang yang tidak sering ditemukan di Indonesia, tetapi dengan usaha dan tekad, pasti akan mendapatkan hasilnya, hanya perlu konsistensi saja. Membuat suatu brand tidak pernah gampang, perlu mengalami *trial* dan *error* terlebih dahulu untuk mengetahui sistem bisnis kita yang lebih dalam lagi. Sedangkan Expert Users dari Dewi Kocu yang merupakan *paper artist* pertama di Indonesia dan pemilik usaha Cutteristic menyarankan untuk lebih percaya kepada media online / e-commerce karena sudah jaman teknologi mengambil alih. Marketing berpengaruh sangat banyak pada bisnis. Selain menambah awareness, tidak perlu susah-susah juga membuka toko karena sudah dipermudah dengan disediakan platform dimana-mana (Tokopedia,Shopee dsb) dan masyarakat sekarang sedang berlomba-lomba di *online shop*.

## PENUTUP

### Kesimpulan dan saran

Berdasarkan data penelitian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa Pepakatto mendapatkan cukup banyak ketertarikan dari para target market. Sebagian target market menganggap bahwa produk ini merupakan produk yang baru dan asing sehingga masih banyak market yang ragu-ragu untuk memiliki atau membeli produk ini.

Desain dengan bentuk dan warna yang menarik dapat menjadi faktor penting untuk pengembangan produk dan *awareness* khususnya di penjualan. Serta gaya desain dari *branding* dan pengenalan yang cukup menyakinkan akan membuat calon konsumen menjadi tertarik. Untuk media pemasaran yang akan dilakukan adalah melalui penjualan *online* agar mendapatkan *awareness* dari masyarakat. Hal yang dibutuhkan untuk kelanjutan riset bisnis ini adalah akan dikembangkan seperti apa produk pepakatto kedepannya, dan pengenalan akan produk Pepakatto dibenak masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

### Studi Literatur :

1. Godin, Seth (2018). ***This Is Marketing: You Can't Be Seen Until You Learn to See.***
2. Hedges, Keith (2017). ***Architectural Graphic Standards.***
3. Sarsby, Alan (2016). ***SWOT Analysis***
4. Burns, paul (2018). ***Entrepreneurship and Small Business***
5. Hatten, Timothy (2018). ***Small Business Management: Creating a Sustainable Competitive Advantage***

**Jurnal:**

1. Harahap, Ramadhani Fitri S.Sos., M.Si. (2013). "**Jurnal Dampak Urbanisasi Bagi Perkembangan Kota di Indonesia**". Volume 1, No. 1.
2. Guo,Chenyuan (2017). "**Creative Research in Papercut Art and Graphic Design**". Volume 185
3. Chaveznava, Treviño dan Shimomura (2018). "**Physiological Effects of Blue Pulsed LED in an Indoor Lighting Environment**". Volume 39, No. 3.
4. Ni, Junxiong. Shen, Tie. Ebara, Yasuo. Koyamada, Koji. Kawakami, Yoichi dan Nakamura, Yuichi (2018). "**Reduction of The Blue Light Hazard by Adding A Cyan Light LED**". Volume 4, No. 1, 44-63.
5. *Lestari, S. Indah* (2018). "**Uji Perbandingan Komposisi Beberapa Jenis Limbah Pertanian Sebagai Bahan Pembuatan Kertas Daur Ulang**". Volume 1, No. 1.
6. Sankulwar, Dyanesh (2016). "**Case Study on Paper Recycling**". Volume 2, No. 1