

**PENGOLAHAN BATANG BAMBU *GIGANTOCHLOA APUS* MENJADI
PRODUK SARANA BAWA DENGAN TAMBAHAN AKSESORIS
MODULAR**

Wenda Anita

Desain dan Manajemen Produk / Fakultas Teknik

wendaanita@yahoo.co.id

Abstrak - Bambu merupakan material yang bersifat kokoh dan cukup lentur yang memiliki banyak kegunaan. Namun, Indonesia sebagai negara yang memiliki 147 jenis bambu masih kurang dalam hal pemanfaatan dan pengolahan bambu. Selain itu penghargaan masyarakat Indonesia sendiri terhadap produk-produk bambu sangat rendah. Hal ini salah satunya disebabkan masalah katahanan serta jenis produk bambu yang di produksi Indonesia masih sebatas kerajinan dan peralatan dapur. Maka melalui eksperimen, observasi, dan wawancara didapatkan bahwa bambu dapat dijadikan sebagai produk *lifestyle* sarana bawa. Produk sarana bawa tersebut terdiri dari *handbag*, *clutch*, dan dompet. Ketiga produk tersebut menggunakan konsep *eco-cardio modular bamboo bag* yang menggunakan tumbuh-tumbuhan sebagai pengawet alami dan aksesoris modular sebagai nilai tambah produk.

Kata kunci: Bambu, Pengawet alami, Aksesoris Modular, Handbag, Clutch, Dompet

Bamboo is a material that is both sturdy and flexible enough. It has many uses. However, Indonesia as a country that has 147 bambo's species is still lacking in bambo's utilization and bamboo processing. Beside that, Indonesian people has low appreciation in bamboo product. That is because of Indonesia bamboo's durability still lack and the type of Indonesia bamboo product is limited, in example are bamboo craft and kitchen tool. Then through experimentation, observation ,and interviews we found that bamboo can be produced as lifestyle products. The product consist of handbags, clutches, and wallets. These products using 'eco-cardio modular bamboo

bags' concept that take plants as a natural preservative and modular accessories as extra value.

Keywords: *bamboo, natural utilization, ,modular accessories, handbag, clutch, wallet.*

PENDAHULUAN

Berdasarkan data Kementrian Lingkungan Hidup, di dunia terdapat kurang lebih 1.500 jenis bambu, dan 147 jenis aslinya tumbuh di Indonesia. Setiap jenis bambu memiliki karakteristik dan kegunaan yang berbeda-beda. Mulai dari kuliner, obat herbal, sampai dengan kerajinan. Namun hal ini tidak mendorong Indonesia unggul dalam pemanfaatan material bambu. Bila dibandingkan dengan Cina dan negara-negara penghasil bambu lainnya, Indonesia dianggap masih kurang dalam pengembangan produk-produk bambunya. Hal ini disebabkan oleh ketahanan bambu Indonesia tidak se bagus bambu dari Cina. Sebagian besar didasarkan pada pengetahuan yang kurang dalam hal pengolahan dan pengawetan bambu.

Selain masalah yang timbul dari segi keawetan, masalah lain timbul dari penghargaan masyarakat terhadap material ini. Bambu oleh sebagian besar masyarakat Indonesia masih dipandang sebagai material yang remeh. Padahal dari material ini dapat dibuat produk-produk yang memiliki nilai ekonomi tinggi, seperti contohnya produk *lifestyle* yang sedang berkembang di Indonesia. Produk *lifestyle* sendiri yang terbuat dari bambu di Indonesia sudah ada namun produk ini kurang berkembang dikarenakan masalah seperti yang disebutkan di atas yaitu ketahanan bambu dan pengelolaannya yang masih kurang.

Berdasarkan ulasan latar belakang tersebut, rumusan permasalahan yang ada adalah :

1. Kurangnya pengetahuan mengenai pengawetan dan pemanfaatan batang bambu di Indonesia
2. Penghargaan masyarakat yang rendah terhadap produk-produk bambu.

Sehingga disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini terpusat pada bagaimana cara mengolah bambu agar menjadi produk *lifestyle* sarana bawa yaitu *handbag*, *clutch*, dan dompet dengan tambahan aksesoris modular.

Dengan demikian, yang menjadi batasan pada penelitian ini yaitu:

1. Lokasi penelitian Surabaya dan sekitarnya dengan target pengguna adalah wanita dengan usia 17-25 tahun.
2. Jenis bambu yang akan digunakan yaitu bambu apus karena jenis bambu ini memiliki serat lembut, lurus, dan jarak antar ruas yang cukup panjang.
3. Bagian bambu yang digunakan adalah batangnya.
4. Jenis produk yang akan dibuat yaitu sarana bawa yang terdiri dari *handbag*, *clutch*, dan dompet.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah menemukan pengawet alami yang *eco-friendly* untuk produk bambu, mendesain dan membuat produk sarana bawa yang terdiri dari *handbag*, *clutch*, dan dompet dari bambu dengan menambahkan fungsi modular berupa aksesoris untuk menambah nilai jual dari produk sarana bawa dari bambu ini. Sedangkan manfaat yang didapat dari penelitian ini secara praktis adalah inovasi dalam pengolahan serta perancangan produk bambu Indonesia dan secara teoritis penelitian ini memberikan wawasan untuk masyarakat dalam hal cara pengolahan dan pengawetan bambu yang benar dan mudah.

METODE PENELITIAN

Langkah awal dalam penelitian ini adalah melakukan pengamatan awal melalui observasi dan survei mengenai produk-produk bambu di Indonesia dan macam-macam pengawetan yang digunakan. Kemudian dilanjutkan dengan identifikasi, perumusan masalah, serta penetapan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Berikutnya adalah melakukan pengumpulan data dengan cara studi kepustakaan, pengamatan video, interview, dan juga pengolahan. Setelah pengumpulan data, dilanjutkan dengan analisis data dan penentuan konsep desain. Dari konsep desain, dilanjutkan dengan pembuatan gambar desain untuk dibuat studi model dan *prototipenya*. Setelah itu dilakukan perancangan manajemen untuk pemasaran

produk tersebut. Dan langkah terakhir yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menarik kesimpulan dan saran bagi produk sarana bawa dari material bambu dengan tambahan aksesoris modular yang terdiri dari *handbag*, *clutch*, dan dompet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bambu di Indonesia

Bambu merupakan jenis tanaman rumput-rumputan, bambu tumbuh menyerupai pohon berkayu dan berongga. Bambu merupakan tanaman berumpun yang mudah berkembang biak. Bambu lazim digunakan untuk bahan anyaman, mebel bambu, bahan bangunan rumah, dan kandang ternak. (Adnan H dkk,2008. *Belajar Dari Bungo : mengelola sumber daya alam di era dsentralisasi*)

Bambu mempunyai banyak keunggulan, namun pemanfaatannya saat ini masih sangat kurang, karena pada umumnya pemakaian bambu masih secara tradisional. Pemerintah dan masyarakat Indonesia belum begitu peduli terhadap pengolahan bambu, saat ini produk-produk dari bambu diolah secara tradisional. Pengembangan desain, sistem pengawetan, pengeringan dan teknologi laminasi tidak cukup dihiraukan. Tidak seperti di China, Jepang dan negara-negara Eropa yang telah menjadikan bambu sebagai bahan pengganti kayu yang utama dan diandalkan. (Sumber : <http://desakupinter.com>, diakses 31 Maret 2013)

Bambu Apus

Bambu apus dipilih dari sekian banyak jenis bambu karena bambu apus memiliki serat yang lembut dan relatif lentur sehingga mudah untuk dibentuk Serat yang lembut pada bambu apus membuat bambu ini akan terlihat halus jika diberi warna. (Sumber : <http://www.indosiar.com>, diakses 5 April 2014)

Selain itu batang bambu apus memiliki karakter serat yang panjang , lurus , serta liat. Harga per batang dari bambu apus ini pun relatif murah yaitu berkisar sepuluh ribu rupiah per 5 meter. (Sumber : <http://www.propertytoday.co.id>, diakses 5 April 2014)

Hama Pada Bambu

Hama yang biasanya menyerang tanaman bambu adalah uret, kumbang bubuk, dan rayap. Uret, kumbang bubuk, dan rayap menyerang serta memakan batang bambu dan rebung yang baru terbentuk.

Tanpa perlakuan tertentu untuk melindunginya, daya tahan bambu akan kurang dari tiga tahun. Tidak seperti kayu keras lainnya, misal jati atau meranti, struktur batang bambu tidak memiliki unsur toksik atau racun. Ditambah lagi dengan hadirnya unsur zat gula yang banyak terkandung dalam bambu yang mengundang mikroorganisme. (Drs. Agus Handoko, 2003. *Budi Daya Bambu Rebung*)

Fashion Trend 2014

Setiap tahun, tren senantiasa berkembang. Sebagai salah satu negara yang industri kreatifnya tengah bangkit, Indonesia juga menelurkan tren tersendiri. Konsultan desain BD+A Design, Irvan Noeman, juga merilis riset *trend forecasting* untuk tahun depan. Ada empat tema dalam tren 2014, antara lain *Demotic*, *Sagacity*, *Cardiomind*, dan *Asylum*. (Sumber : <http://lifestyle.okezone.com>, diakses 3 Maret 2014)

PENELITIAN

In Depth Interview (IDI)

IDI dilakukan dengan 2 responden yaitu Bpk. Defit Wijaya dan juga Bpk. Harmein Khagi yang merupakan ahli dalam bidang bambu.



Gambar 1. Responden IDI Defit Wijaya (kiri) dan Harmein Khagi (kanan)

(Sumber : Pribadi)

Sintesa IDI :

1. Bambu dapat digunakan sebagai struktur bangunan maupun sebagai elemen estetis

2. Bambu memiliki sifat yang lentur dan dapat membangun struktur bentuk tertentu. Namun bambu memiliki kekurangan yaitu pada masa pakainya dan daya tahan terhadap air serta cuaca. Walaupun demikian, sudah ada teknologi pengawetan dan *coating* yang dapat mengurangi kekurangan bambu tersebut.
3. Rangkaian pada *bamboo shelter* rancangan Prof. Bando Takaaki menggunakan konsep struktur *Buckminster Fuller*, yaitu pengembangan rumus geometri dalam struktur *polihedric*.
4. Bambu yang dipakai dalam pembangunan bamboo shelter diambil dari daerah sekitar Tasikmalaya

Pengamatan Video

Data yang diamati dari pengamatan melalui video juga digunakan untuk memperkuat kajian pustaka yang telah dilakukan. Video yang menjadi sumber tersebut berjudul *Cara Benar Mengolah Bambu* oleh Bpk. Jatnika dan *Shaping Our Future With Bamboo* oleh Tita Larasati.

Sintesa Video :

1. Produk bambu yang diolah secara tradisional dipandang cepat rusak dan remeh, sedangkan produk bambu yang diolah dengan teknologi *advance* sangat mahal.
2. Pengembangan teknologi hybrid sangat mendukung untuk mengembangkan produk bambu di Indonesia karena teknologi tersebut menggabungkan antara teknik tradisional (pengrajin) dan teknologi advance (mesin).
3. Teknik penebangan ada tiga yang utama yaitu : jangan ditebang saat bulan purnama, jangan ditebang saat mengeluarkan rebung, dan jangan ditebang saat berbunga.

Pengolahan

Pengolahan yang dilakukan terdiri dari pemotongan, pengawetan, pembentukan , dan pewarnaan. Pengolahan ini dilakukan untuk mendapatkan hasil bambu terbaik. Dari segi ketahanan maupun bentuk atau estetika.

Sintesa Pengolahan :

1. Pengawetan yang paling baik adalah menggunakan air rebusan daun sirsak dan pepaya. Pengawetan ini tidak meninggalkan bau dan warna.

2. Semua bentuk dapat diterapkan dalam produk tergantung kepada kebutuhan, dapat menggunakan hanya satu pembentukan maupun beberapa campuran pembentukan.
3. Pemotongan dengan menggunakan alat manual menghasilkan bentuk yang lebih baik, namun beberapa bentuk juga memerlukan mesin sebagai alat pemotongnya.
4. Pewarnaan menggunakan bahan kimia (pilox warna, clear, atau cat) lebih baik karena lebih beragam warnanya daripada pewarnaan alami.

HASIL PENELITIAN

Dari latar belakang dan penelitian yang sudah dilakukan maka penulis merancang produk sarana bawa yang terdiri dari *handbag*, *clutch*, dan dompet dari batang bambu apus yang sudah ditipiskan menjadi lembaran dan diawetkan menggunakan air rebusan daun pepaya dan daun sirsak. Dan *prototype* produk yang dibuat sudah menggunakan material yang telah direncanakan.



Gambar 2. Foto Produk *Handbag*, *Clutch*, dan Dompet
(Sumber : Pribadi)

Produk ini diberi nama DIOBO. Kata ‘Diobo’ merupakan gabungan kata *Cardio Bamboo*. *Cardio* diambil dari nama trend yang dipilih oleh penulis yaitu ‘*Cardiomind*’. Kata *Cardiomind* sendiri diambil dari kata *cardio/cardia* yang artinya degup jantung yang aktif memberikan stimulus yang merespon mobilitas tinggi untuk lebih menikmati hidup. Sedangkan *bamboo* merupakan material utama yang digunakan untuk produk ini.



Gambar 3. Logo Produk
(Sumber : Pribadi)

Tagline

Selain logo, dibuat juga *tagline* yang berfungsi sebagai penguat citra produk DIOBO. *Tagline* yang dipilih adalah “*fashionable with luxurious bamboo*“ untuk mencerminkan citra produk sarana bawa dari bambu yang *fashionable*.

Manajemen Produk

Segmentation, Targeting, Positioning, Differentiation

Segmentation

Segmentasi produk sarana bawa dari pengolahan bambu ini dibagi menjadi dua ,yaitu segmentasi demografis dan psikografis.

Segmentasi Demografis

Segmentasi Demografis terdiri dari analisa usia pengguna, jenis kelamin, sosial ekonomi dan lokasi tempat tinggal.

Usia : Remaja hingga dewasa awal (17-30tahun)

Jenis kelamin : Wanita

Pekerjaan : SMA, kuliah, ibu rumah tangga , wiraswasta, pegawai.

Penghasilan : Rp 4.160.000- Rp.10.885.000 dan > Rp.10.885.000

Segmentasi Geografis

Lokasi yang menjadi sasaran pemasaran adalah kota besar di Indonesia

Segmentasi Psikografis

Pengguna dengan ketertarikan terhadap *trend* dan *mode* yang tinggi. Yang secara aktif mengikuti perkembangan desain-desain produk sarana bawa.

Targeting

Secara khusus, produk sarana bawa ini diperuntukkan untuk pengguna:

Demografis

Usia : 17-25 tahun

Jenis kelamin : Wanita

Pekerjaan : Kuliah, wiraswasta, dan pegawai.

Sosial ekonomi : Rp.10.885.000 – Rp.11.000.000

Geografis

Kota-kota besar di Pulau Jawa

Segmentasi Psikografis

Pengguna yang tergolong *fashion update* khususnya yang memiliki ketertarikan pada perkembangan produk sarana bawa jenis *handbag, clutch* , dan dompet.

Positioning

Produk diposisikan sebagai sarana bawa yang terdiri dari *handbag, clutch* , dan dompet bambu yang *eco-friendly* dan memiliki tampilan *fashionable*.

Differentiation

1. Desain aksesoris modular yang melekat pada setiap produk *hanbag, clutch*, dan dompet . Aksesoris modular tersebut berupa sabuk pada *handbag* dan gelang pada *clutch* dan dompet.
2. Pengawet bambu yang ramah lingkungan dari air rebusan daun pepaya dan daun sirsak.

Strength, Weakness, Opportunity, Threat

Strength

1. Terbuat dari bahan alami yaitu bambu dan diolah dengan cara yang ramah lingkungan menggunakan air rebusan daun pepaya dan sirsak
2. Memiliki aksesoris modular sebagai fungsi tambahan yang digunakan sebagai pemanis busana maupun sebagai pemanis produk itu sendiri.

Weakness

1. Cara operasional yang rumit, sehingga terkadang dapat membingungkan bagi pengguna.

Opportunity

1. Merupakan produk *pioneer* untuk tas bambu dengan desain modular.
2. Pandangan dan perhatian masyarakat terhadap produk-produk eco-design semakin meningkat sehingga peluang produk fashion bersifat eco-deign mendapat peluang besar di pasar.

Threat

1. Merupakan produk yang baru, sehingga membutuhkan banyak promosi untuk dapat dikenal oleh konsumen.

2. Kemungkinan untuk ditiru oleh pesaing besar, karena belum banyak produk sejenis dipasaran.

Marketing Mix

Product Strategy

Tiga tingkatan pada *product strategy* yaitu:

1. *Core Benefit Product*

Sebagai pemanis busana yang berbentuk sarana bawa.

2. *Actual Product*

Aksesoris modular sebagai fungsi tambahan dalam produk yang fungsinya sebagai pemanis busana maupun pemanis produk itu sendiri.

3. *Augmented Product*

Untuk menambah tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk, disertai pula garansi selama 1 minggu untuk kecacatan produk dan 1 bulan untuk kerusakan pada aksesoris modularnya. Selain adanya garansi, Diobo juga memberikan gratis jasa pengiriman untuk konsumen di luar Jawa.

Price Strategy

1. *Cost Plus Pricing*

Cost Plus Pricing merupakan harga produk yang akan ditetapkan berdasarkan biaya produksi produk termasuk juga biaya promosi, distribusi, serta profit yang diinginkan.

2. *Psychological Pricing*

Harga yang diperoleh dari *Cost Plus Pricing* diolah lagi sehingga akan terlihat lebih murah dimata konsumen.

Berdasarkan pada kedua strategi harga diatas maka diperoleh harga jual untuk *handbag* sebesar Rp. 669.900, *clutch* Rp. 489.900, dan *dompet* Rp. 419.900 yang dimana penjabarannya harganya dapat dilihat pada tabel perhitungan *mass production* dibawah.

Place Strategy

Produk akan dijual di beberapa butik, mall, serta secara online. Pembelian *online* dapat dilakukan di *website* Diobo sendiri maupun media sosial yang Diobo gunakan seperti *instagram, facebook, dan BBM*.

Promotion Strategy

Promosori dilakukan dengan tujuan untuk membuat konsumen peka terhadap produk yang dijual terutama produk dengan jenis baru seperti *handbag, clutch, dan dompet bambu Diobo*. Strategi promosi yang dilakukan mencakup *Through The Line* dan *Below The Line*.

Through The Line : promosi melalui media sosial dan banner online



Gambar 4. Promosi Melalui Media Sosial
(Sumber : Pribadi)

Below The Line : katalog produk, poster, dan brosur



Gambar 5. Katalog, Poster, dan Brosur
(Sumber : Pribadi)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Indonesia sebagai negara yang memiliki lebih banyak jenis bambu dibandingkan dengan negara lain ini masih kurang dalam hal pemanfaatan dan pengolahan bambu. Produk-produk bambu sendiri juga dianggap remeh oleh masyarakat Indonesia dan dipandang sebagai produk untuk kalangan menengah ke bawah. Padahal dari material ini dapat dibuat produk-produk yang memiliki nilai ekonomi tinggi, seperti contohnya produk *lifestyle* yang sedang berkembang di Indonesia. Perkembangan dari industri kreatif khususnya *fashion* di Indonesia didukung oleh besarnya pasar domestik dan juga meningkatnya pertumbuhan masyarakat kelas menengah.

Oleh karena itu, dari material bambu ini dibuat produk *lifestyle* jenis sarana bawa yang terdiri dari *handbag, clutch*, dan dompet. Untuk menemukan pengawetan dan perancangan yang tepat dilakukan serangkaian penelitian dengan metode kuantitatif serta kualitatif seperti wawancara, kuisioner, studi pustaka dan internet, percobaan, serta observasi. Dari hasil penelitian tersebut dibentuk suatu konsep desain yang tepat dan diharapkan dapat menjawab permasalahan yang ada.

Konsep *Eco-Cardio Modular Bamboo Bag* merupakan konsep yang menekankan pada cara pengolahan material bambu yang ramah lingkungan. Dari sekian banyak percobaan mengenai pengawetan alami yang dilakukan, ditemukan pengawetan menggunakan air rebusan daun sirsak dan pepaya adalah pengawetan yang paling cocok karena tidak meninggalkan bau dan warna pada bambu. Sedangkan konsep modular yang terdapat pada produk ini diwujudkan dalam bentuk aksesoris yang menjadi pemanis pada produk sekaligus dapat digunakan oleh *user* sebagai pemanis busana. Konsep ini menghasilkan desain *handbag, clutch*, dan dompet dengan gaya desain *cardiomind* dari material bambu yang diawetkan menggunakan air rebusan daun sirsak serta daun pepaya. Selain itu, ketiga jenis produk yang diberi nama DIOBO ini memiliki tambahan aksesoris modular sebagai nilai tambah yang dapat mengangkat nilai jual produk. Dan dari hasil *product testing* menunjukkan bahwa

responden dengan target yang ditentukan yaitu wanita usia 17-30 tahun dengan kelas menengah atas ini tertarik dan berminat untuk memiliki produk DIOBO.

Saran

Untuk kedepannya, produk akan dikembangkan lagi agar lebih baik dan maksimal. Beberapa saran yang didapatkan untuk mengembangkan produk antara lain :

1. Harga produk diharapkan dapat lebih murah
2. Variasi warna diharapkan lebih banyak lagi dan lebih natural seperti warna putih, hitam , atau coklat.
3. Untuk *handbag* diharapkan memiliki kantong untuk meletakkan *handphone*.
4. Berat produk diharapkan dapat diperingan lagi.
5. Model wanita untuk desain media promosi lebih disesuaikan dengan konsep dan gaya desain dari produk.
6. Target usia dipersempit lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan H. Tadjudin D. Yuliani L. Komarudin H. Lopulalan D. Siagian Y. Munggoro D, 2008. *Belajar Dari Bungo : mengelola sumber daya alam di era dsentralisasi*, Center for International Forestry Research (CIFOR). Bogor, Indonesia
- Handoko Agus, 2003. *Budi Daya Bambu Rebung*. Kanisius. Yogyakarta, Indonesia.
- Palgunadi, Bram. 2008. *Disain Produk 2 : Analisis dan Konsep Disain*. Bandung: ITB.
- Palgunadi, Bram. 2008. *Disain Produk 3 : Aspek-Aspek Disain*. Bandung: ITB.
- Palgunadi, Bram. 2008. *Disain Produk 4 : Membuat Rencana*. Bandung: ITB.
- <http://www.bambuawet.com> , diakses 31 Maret 2013
- <http://www.earthcare.com>, diakses 5 April 2013
- [http:// www.indonesian-products.biz](http://www.indonesian-products.biz), diakses 5 April 2013
- <http://www.jurnas.com>, diakses 1 Juli 2013
- <http://www.konstruksibambu.indonetwork.co.id>, diakses 31 Maret 2013
- <http://kalipuroasli.blogspot.com>, diakses 5 April 2013
- <http://www.sahabatbambu.com>, diakses 31 Maret 2013