

## **PERANCANGAN DESAIN SEPEDA BARU BAGI PELAJAR**

Timotius Hadi Wijaya

Desain dan Manajemen Produk

Universitas Surabaya

**Abstrak** - Sepeda merupakan salah satu sarana transportasi yang telah ada sejak abad ke-18, namun dengan seiring berkembangnya teknologi, muncullah kendaraan bermotor yang lebih nyaman, cepat dan praktis. Sehingga para pelajar dengan usia yang belum cukup untuk mengendarai kendaraan tersebut lebih tertarik untuk menggunakannya. Perancangan desain sepeda baru bagi pelajar sendiri bertujuan untuk memberikan sebuah solusi bagi pelajar dibawah umur agar tidak terburu – buru untuk ingin menggunakan kendaraan bermotor ke sekolah dan memberikan pilihan sarana transportasi yang sesuai dengan usia para pelajar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, dimana penulis menggunakan *in depth interview*, observasi, dan studi aktivitas. *In depth interview* dilakukan dengan tiga orang ahli desain produk (sepeda), delapan pelajar sekolah menengah pertama, dan satu orang *sales advisor* roda link. Observasi dilakukan untuk mendapatkan data jumlah siswa, pengguna kendaraan bermotor, serta studi aktivitas dilakukan untuk mengetahui apa saja yang dilakukan oleh pelajar sehari – hari. Dari perancangan ini akan menghasilkan sebuah produk sepeda sebagai sarana transportasi yang akan digunakan para pelajar.

### **Kata kunci : Sepeda, Pelajar dan Transportasi**

**Abstract** - *Bicycle is one of common transportation which has already exist since 18<sup>th</sup> century, however, as the development of technology, a-much-comfy-yet-fast-and-practical motorcycle has been created for underage student and it makes them more interest to use it. The aims for the design itself are to give solution for underage student to not be in a hurry to use motorcycle, also to give the choice of transportation which is fit them. The research method are qualitative method where the writer use in depth interview, observation, and activities study. In depth interview carried three product design experts (bicycle), eight high school students, and one rodalink's sales advisor. Besides, the goal of this observation is to get total students, user of motorcycle and also the activities study that have a goal to know what is the student's daily activities. This design bring in a brand new bicycle as a daily transportation for students.*

**Keywords : Bicycle, Students, and Transportation**

## **PENDAHULUAN**

Sepeda merupakan kendaraan berroda dua atau tiga, mempunyai stang, tempat duduk dan sepasang pengayuh yang digerakkan kaki untuk menjalankannya. (Nasional, 2008) Pada abad ke-18 sepeda pertama kali ditemukan dan digunakan sebagai sarana transportasi utama bagi orang – orang di massa itu. (Wiyancoko, 2010)

Di Indonesia sendiri sepeda cukup digemari oleh warga Indonesia, dibuktikan oleh pengguna yang telah menacapi jumlah 20 juta pengguna yang telah di kalkulasi oleh pihak KSI (Komite Sepeda Indonesia). Pada awal peluncuran program *car free day* hanya diikuti oleh 2.000 orang saja, tetapi sekarang menjadi 20.000 orang. (Setianingsih, 2011) Dalam hal jenis kelamin, pria biasanya cenderung lebih konsumtif terhadap kendaraan bermotor maupun tidak bermotor dibandingkan dengan wanita karena alasan kebutuhan maupun gaya hidup (Wuryantari, 2011)

Tetapi hal tersebut tidak berimbang dengan perkembangan teknologi yang ada saat ini. Mulai dari munculnya kendaraan bermotor yang berkembang dengan pesat, dibuktikan dengan tingkat pengguna sepeda motor di Indonesia mencapai angka 72% atau dapat diibaratkan dari 1000 penduduk terdapat 210 penduduk yang tidak memiliki kendaraan bermotor, rasio sebesar 4,7 : 1 yang memiliki sepeda motor untuk sarana transportasi Hal ini sendiri juga terpengaruhi oleh mulai bergesernya usia pengguna dari kendaraan bermotor ini sendiri yaitu di usia 13 – 15 tahun, dan hal ini sangat berpengaruh kepada pertumbuhan jumlah sepeda motor sendiri. Tahun lalu saja pertumbuhan sepeda motor sudah menyentuh pada angka 7,3 juta unit untuk penjualannya. Hingga saat ini jumlah total keseluruhan kuda besi yang ada di Indonesia sendiri sebanyak 47 juta unit. (Kurniawan, 2011)

Beberapa bulan terakhir pihak POLRI dan beberapa sekolah sudah mulai melarang para siswanya yang masih dibawah umur untuk tidak menggunakan kendaran bermotor ke sekolah. Beberapa alasan para pelajar tersbut menggunakan kendaraan bermotor kesekolah antara lain Orang Tua tidak dapat mengantar kesekolah, tidak adanya fasilitas antar jemput dari sekolah, transportasi umum yang tidak memadai, perlu waktu yang cepat untuk ke sekolah hingga para pelajar tersebut ingin merasa dianggap hebat oleh sang pasangan membuat semakin maraknya para pelajar usia tersebut memiilh menggunakan kendaraan bermotor. (Kuswaraharja, 2014)

*Gates Carbon Drive* atau rantai karet bergigi sudah umum digunakan dikalangan sepeda komuter dan *single speed*. Karena tidak berisik dan ringan menjadi kelebihan sistem rantai karet di sepeda. Kedua perawatan relatif tidak diperlukan kecuali penggantian. Rantai karet atau *drive belt* memiliki keuntungan bobot yang ringan, tidak berisik, bebas perawatan, sangat halus dan tidak ada pelumas mengotori sepeda dan pengendara. Tetapi rantai karet memiliki friksi atau gesekan lebih besar. Bila diukur untuk rantai sepeda biasa sekitar 2.92 rata rata, sedangkan rantai karet 3.93 (dalam hitungan watt). Tetapi angka tersebut kecil dan pengguna tidak terlalu peduli. (Pangemanan, 2013)

Dalam hal jenis kelamin, pria biasanya cenderung lebih konsumtif terhadap kendaraan bermotor maupun tidak bermotor dibandingkan dengan wanita karena alasan kebutuhan maupun gaya hidup (Wuryantari, 2011)

Hal tersebutlah yang menjadi dasar dalam perancangan sarana transportasi sepeda angin bagi pelajar ini agar dapat menarik kembali minat sang pelajar untuk tertarik kembali terhadap sepeda angin dengan cara memberikan beberapa perubahan pada rangka utama, sistem penggerak, dan komponen penunjang pencahayaan, sehingga para pelajar sendiri dapat tertarik kembali untuk menggunakan sepeda angin sebagai sarana transportasi ke sekolah maupun kebutuhan transportasi untuk kegiatan lain dan juga untuk memilikinya.

Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, maka berikut ini merupakan rumusan masalah yang ada, antara lain:

1. Aktivitas dan gaya hidup dari para pelajar yang telah meninggalkan sepeda angin dan mengganti dengan kendaraan bermotor.
2. Pelajar menginginkan sarana transportasi pribadi yang ringan, cepat dan nyaman.
3. Dipandangan pelajar sepeda saat ini terlihat sama dan tidak mengalami banyak perubahan pada desainnya.
4. Desain *frame* sepeda saat ini menggunakan bentuk struktur *diamond* (permata) yang belum menunjukkan perubahan tren.
5. Sistem penggerak yang kurang efisien dalam perawatan, jangka waktu penggunaan dan kenyamanan dalam penggunaan.

Dari ke-lima poin tersebut muncullah pertanyaan sebagai berikut :

Bagaimana merancang sebuah sepeda yang dapat menarik perhatian dan minat pelajar untuk kembali mengendarai sepeda yang sesuai dengan usia pelajar ?

Ruang lingkup atau batasan dari penyusunan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Pengguna sepeda angin dengan rentang usia 13 – 15 Tahun.
2. Sepeda dikhususkan pengguna laki - laki
3. Sepeda hanya dikhususkan untuk satu orang pengguna.
4. Studi akan dipusatkan pada studi estetika.
5. Material menggunakan logam alumunium sebagai rangka utama.
6. Studi kasus dilakukan kepada beberapa pelajar Sekolah Menengah Pertama yang menggunakan kendaraan bermotor dan sepeda angin ke sekolah, dikhususkan di kota Surabaya.
7. Sepeda yang akan dirancang adalah dengan jenis *Hybrid* karena sebagai fungsi utamanya yaitu *City Bike*.

Manfaat yang ingin diwujudkan dari adanya penelitian dan perancangan ini, sebagai berikut :

1. Bagi pelajar, pelajar dapat merasa lebih tertarik menggunakan sepeda mereka karena memiliki desain yang berbeda dibandingkan dengan sepeda yang sudah ada dipasaran.
2. Bagi Orang tua, Orang tua sendiri akan lebih tidak khawatir ketika anak mereka membawa sepeda sendiri karena sepeda lebih aman dengan dibantu hadirnya sistem mekanisme penggerak baru tersebut.
3. Bagi Penulis, Meningkatkan kesadaran terhadap sarana transportasi yang tidak hanya memiliki motor penggerak yang masih dapat terus dikembangkan.
4. Bagi Mahasiswa, Meningkatkan motivasi untuk mendesain dan merancang berbagai sarana transportasi yang nyaman, aman dan praktis salah satu contohnya adalah sepeda angin ini.
5. Bagi Lingkungan, Lebih mengurangi polusi dan juga penggunaan bahan bakar fosil, agar bahan bakar tersebut dapat digunakan untuk kebutuhan yang lebih bermanfaat. Jalanan sendiri tidak menjadi bertambah padat dan dapat mengurangi angka kecelakaan yang didominasi oleh pelajar.

Metode yang akan digunakan penulis sebagai acuan dalam perancangan dan mendesain produk ini adalah dengan pendekatan kuantitatif maupun dengan metode kualitatif.

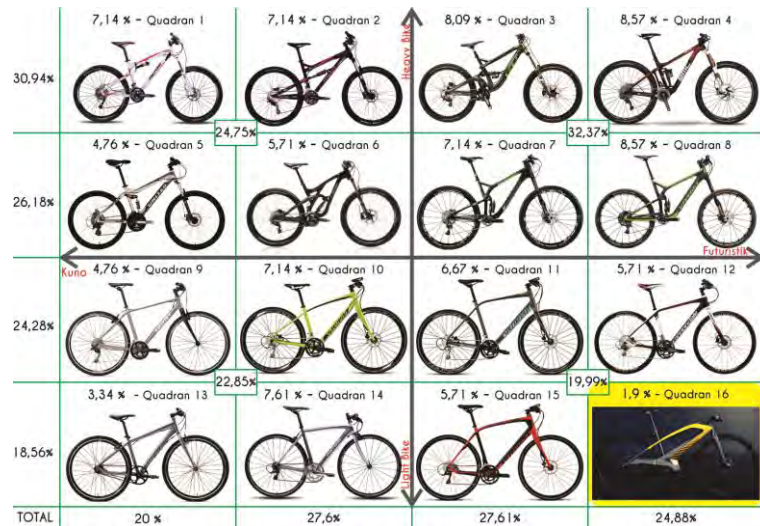
- Metode Kuantitatif, akan dilakukan dengan menggunakan kuisioner untuk melihat bagaimana pandangan para calon konsumen kepada produk ini.
- Metode kualitatif, kan dilakukan melalui observasi, IDI ( *In-Depth Interview* ) yang akan dilakukan dengan narasumber yang baik dan juga tentunya studi aktifitas agar penulis mengerti bagaimana dan apa yang dibutuhkan oleh pelajar tersebut untuk sepeda barunya nanti.

Dari hasil penelitian melalui berbagai metode yang digunakan diperoleh sintsa, sebagai berikut :

- Pelajar sudah menggunakan kendaraan bermotor sejak usia 13 tahun.
- Bentuk *frame* sepeda tidak mengalami perubahan desain yang signifikan
- Fitur – fitur penunjang berkendara untuk para pelajar belum lengkap karena di jual secara terpisah.
- Pelajar menginginkan sarana transportasi yang modern/futuristik sehingga dapat menarik perhatian dari orang lain maupun lawan jenis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan latar belakang dan juga penelitian yang telah di lakukan, penulis melakukan perancangan suatu produk sarana transportasi berupa sebuah sepeda angin. Sepeda ini akan dibuat semaksimal mungkin untuk dapat menjawab keinginan dan kebutuhan para pelajar dengan rentang usia 13 hingga 15 tahun. Desain sepeda ini muncul melalui proses pencitraan dan perkembangan tren sepeda yang ada saat ini. Berikut merupakan tabel pencitraan produk yang telah penulis pelajari :

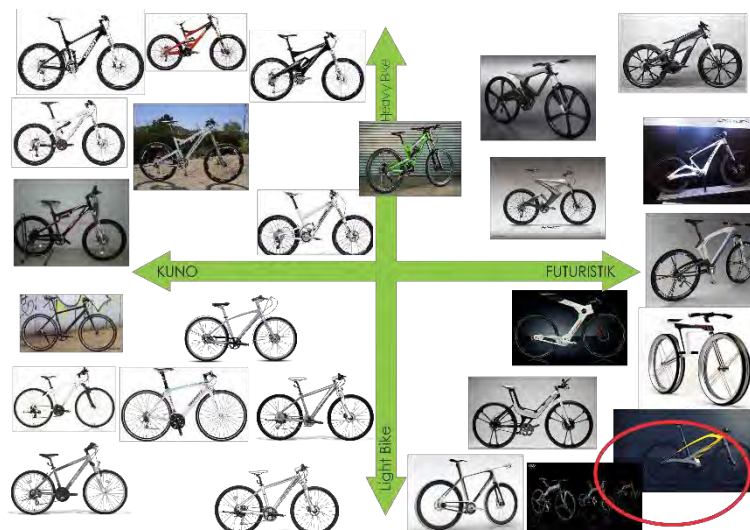


Gambar 1 Grafik Tren Sepeda

**DESKRIPSI PRODUK :**

- a. Nama Produk : Sarana transportasi alternatif yang sesuai bagi pelajar
- b. Sebutan Produk : *Sixty Eight*
- c. Fungsi : Sebagai produk untuk memenuhi sarana transportasi yang sesuai untuk pelajar
- d. Tujuan : Membantu mempermudah para pelajar ketika membutuhkan sarana transportasi yang sesuai digunakan untuk usia mereka
- e. Sasaran : Terciptanya tren baru dalam perkembangan desain sepeda.
- f. Pengguna : Pengguna pelajar dengan rentang usia 13 – 15 tahun
- g. Keunggulan :
  - Desain menarik
  - Aman, kuat, ergonomis, tahan lama.
  - Sesuai bagi para pelajar dengan rentang usia 13 – 15 tahun sebagai sarana transportasi
- h. Kelas/Kategori : TRANSPORT OR HOISTING “(11) CYCLES AND MOTORCYCLES”

Konsep yang diinginkan pada perancangan produk ini adalah produk sarana transportasi ini adalah mengusung desain futuristik dengan fungsi *city bike* yang ringan dan juga nyaman digunakan untuk berkendara sehari – hari, sehingga sepeda ini dapat membantu masalah sarana transportasi yang sesuai bagi pelajar.



Gambar 2 Grafik Pencitraan Sepeda

Berdasarkan tabel tren dan juga tabel pencitraan diatas dapat dilihat bahwa kesan utama yang akan ditampilkan desain yang futuristik moderen dengan fungsi sepeda *light bike* yang ringan dan memang ditujukan untuk sepeda perkotaan.

Setelah menentukan konsep desain yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan para pelajar, tahap selanjutnya adalah pembuatan alternatif desain. Alternatif desain sendiri akan dibuat mengacu pada bentuk – bentuk geometris yang structural sehingga kriteria utama dalam pembuatan sepeda sendiri dapat tercapai, antara lain : Pengguna, Estetika, Ergonomi, Material dan Fungsi. Aspek – aspek tersebut terpilih dengan alasan sebagai penunjang utama dalam pembuatan desain sepeda baru ini.



Gambar 3 Desain Akhir Terpilih

Proses setelah terpilihnya desain akhir dalam pembuatan sepeda ini adalah gambar teknik, dimana proses tersebut digunakan sebagai sarana bantu dalam pembuatan

prototype dengan memperhatikan detail ukuran maupun bentuk akan memberikan tingkat kepresisian yang baik dan struktural yang kuat, sehingga dapat membuat sepeda yang baik, kuat dan seimbang.



Gambar 4 *Prototype* Produk

*Prototype* merupakan produk jadi setelah memenuhi tahap – tahap diatas. Selanjutnya produk ini akan di uji pad apasar untuk mengetahui lebih lanjut respon pasar dan pendapat konsumen mengenai produk sepeda yang telah dibuat, seperti keunggulan mapun kekurangan produk, nilai jual produk, dan saran yang berguna dalam pembenahan dan pengembangan produk selanjutnya. Uji pasar sendiri melibatkan 3 orang pelajar usia 13 hingga 15 tahun.

#### **MANAJEMEN PRODUK**

Manajemen produk sendiri merupakan hal yang penting dalam pengembangan sebuah produk baru yang akan diluncurkan ke pasar. Pada manajemen produk sendiri akan membahas mengenai SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threat*), STPD (*Segmentation, Targeting, Positioning, Differentiation*), serta strategi *Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion)*. Tujuan dari manajemen produk ini sendiri adalah mengetahui strategi yang sesuai untuk produk aik pada saat proses produksi maupun proses peluncuran produk ke pasar.



## ANALISIS SWOT

Analisis SWOT sendiri digunakan sebagai acuan pada hal – hal yang berhubungan dengan produk dari keunggulan, kelemahan, peluang dan juga ancaman dari berbagai hal.

Tabel 1. SWOT Produk

<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan satu rangka utama yang terhubung, sehingga membuat bobot sepeda lebih ringan</li> <li>- Penggunaan <i>belt gates</i> mempermudah dalam perawatan dan juga penggunaan</li> <li>- Penggunaan transmisi <i>internal drive</i> mengurangi terjadinya selip ketika digunakan</li> <li>- Penambahan fitur <i>Belt Gates, Internal Drive, LED, tubless tire</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perlu mengembangkan <i>brand image</i> untuk dapat dikenal oleh masyarakat</li> <li>- Penggunaan <i>belt gates</i> yang memungkinkan harga lebih mahal dibandingkan dengan produk sejenis</li> <li>- Menggunakan transmisi <i>internal drive</i> masih asing di mata masyarakat</li> </ul>
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pertumbuhan penduduk di Indonesia masih tinggi</li> <li>- Kebutuhan sepeda tidak hanya sebagai sarana transportasi saja melainkan untuk hobi dan bergaya di depan teman.</li> <li>- Pelajar tidak semua diperbolehkan oleh orang tuanya menggunakan kendaraan bermotor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perusahaan besar dapat saja meniru dengan memunculkan jenis sepeda yang serupa.</li> <li>- Pengguna masih belum percaya akan brand yang digunakan.</li> <li>- Pengguna merasa aneh apabila menggunakan karet <i>fan belt</i> dan <i>internal drive</i> sebagai sistem penggerak.</li> </ul>

## ANALISIS STPD

Analisis STPD digunakan untuk mengidentifikasi perilaku konsumen, sehingga produk dapat dibuat dengan baik dan sesuai dengan target pasar yang akan diinginkan.

Segemntasi akan dibedakan menajadi dua buah konsumen primer dan sekunder:

- Primer : Calon pengguna dari sepeda, yatu pelajar sekolah menengah pertama atau dapat disebut sebagai *end user*.
- Sekunder : Calon pembeli sepeda, yaitu orang tua dari pelajar sekolah menengah tersebut atau dapat disebut dengan *buyer*
-

Tabel 2. Segmentasi Pasar

Primer		Sekunder	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Demografis</b></li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Demografis</b></li> </ul>	
<b>Atribut</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Atribut</b>	<b>Kriteria</b>
	Pelajar SMP dan SMA		Orang tua Pelajar SMP dan SMA
<b>Gender</b>	Laki – Laki dan Perempuan	<b>Gender</b>	Pria dan Wanita
<b>Usia</b>	12 – 17 Tahun	<b>Usia</b>	33 – 60 Tahun
<b>Pendidikan</b>	SMP - SMA	<b>Penghasilan/bulan</b>	> Rp 3.750.000
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Geografis</b></li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Geografis</b></li> </ul>	
Kota – Kota Besar di Indonesia		Kota – Kota Besar di Indonesia	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Psikografis</b></li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Psikografis</b></li> </ul>	
Pelajar SMP dan SMA yang membutuhkan sarana transportasi yang sesuai untuk beraktifitas		Orang tua pelajar SMP dan SMA dari kelas B+ hingga A+	

Target juga akan dibedakan menjadi dua buah konsumen primer dan sekunder yang menyesuaikan sesuai dengan segmentasi.

Tabel 3. Target Pasar

Primer		Sekunder	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Demografis</b></li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Demografis</b></li> </ul>	
<b>Atribut</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Atribut</b>	<b>Kriteria</b>
	Pelajar SMP yang membutuhkan sarana transportasi yang sesuai dengan usia pelajar		Orang Tua pelajar smp yang membutuhkan sarana transportasi yang sesuai untuk pelajar
<b>Gender</b>	Laki – Laki	<b>Gender</b>	Pria dan Wanita
<b>Usia</b>	13 – 15 Tahun	<b>Usia</b>	35 - 50 Tahun
<b>Pendidikan</b>	SMP	<b>Penghasilan/bulan</b>	> Rp 12.000.000
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Geografis</b></li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Geografis</b></li> </ul>	
Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Banjarmasin, Makasar		Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Banjarmasin, Makasar	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Psikografis</b></li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Psikografis</b></li> </ul>	
Pelajar SMP yang membutuhkan sarana transportasi yang sesuai dengan usia pelajar serta bermanfaat ketika digunakan bersekolah, bermain, dan berpergian		Orang tua pelajar SMP dengan kelas ekonomi A dan A+	

### **Positioning**

Sepeda yang dirancang khusus untuk pelajar sekolah menengah pertama sebagai sarana transportasi yang mengutamakan kenyamanan berkendara dan desain sepeda yang futuristik.

Penejelasan : Sarana transportasi ini merupakan alat fisik yang membantu para pelajar untuk mencapai satu lokasi yang pelajar inginkan. Pengguna sendiri adalah peajar sekolah menengah pertama usia 13 – 15 tahun.

### **Diferentiation**

- **Futuristik**

Dapat dikatakan futuristik karena menggunakan rangka cetak yang dirancang agar dapat terlihat bentuk yang memiliki pola yang didominasi oleh garis tajam (*streamline*) untuk memberikan kesan moderen pada sepeda.

- ***Light***

Sepeda ini sendiri menggunakan rangka cetak dari plat alumunium dengan menggunakan satu buah rangka utama sebagai penopangnya, sehingga lebih ringan ketika digunakan dan lebih mudah untuk di rawat.

- ***Comfortable***

Kenyamanan sepeda ini sendiri terletak pada bodinya yang lebih ringan di bandingkan dengan sepeda sejenis yang sudah ada saat ini, dan penggunaan sistem penggerak menggunakan bahan yang lebih ringan dan tidak membutuhkan pelumas.

## **MARKETING MIX**

*Marketing Mix* digunakan sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk dengan mengacu pada 4 komponen penting, yaitu, produk, Harga, Lokasi Pejualan, dan Juga Promosi.

### ***Product***

➤ ***Shoping Good***

- ***Core benefit :***

Sebagai produk sarana transportasi yang sesuai bagi para pelajar dengan usia 13 – 15 Tahun.

- ***Basic Product***

Bentuk produk mengadopsi bentuk sepeda motor balap yang memiliki bentuk tangki motor yang besar, sehingga pengguna akan merasakan sensasi berkendara seperti kendaraan bermotor dengan desain futuristik.

- ***Expected Product***

Produk yang dapat menarik kembali minat para pelajar untuk mengendarai sepeda angin.

- ***Actual Product***

Sarana transportasi pelajar yang berperan sebagai sarana perjalanan menuju suatu lokasi. Ketinggian pada sadel dapat diatur sesuai dengan keinginan pengguna untuk mempermudah menggunakan sepeda ini.

- *After sales :*

Suku cadang dapat dengan mudah didapatkan di toko penjual suku cadang sepeda universal.

### ***Price***

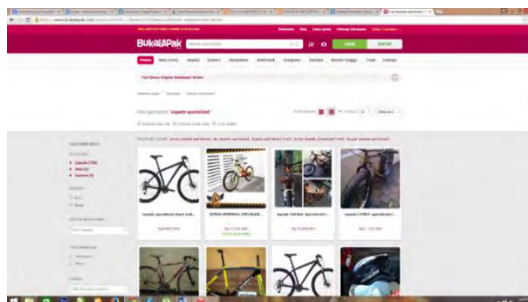
- *Penetration Pricing*

Menggunakan sistem pemasaran dengan strategi *penetration pricing* sendiri karena memang produk ini adalah produk sepeda angin pertama yang memiliki inovasi terbaru di Indonesia, tetapi dengan *brand* yang baru dan dalam masa pengenalan sehingga menekan harga jual seminim mungkin untuk mendapatkan volume penjualan yang besar dan agar dapat membangun sebuah loyalitas dari seorang konsumen.

### ***Place***

Lokasi penjualan sendiri untuk sementara akan melalui *retailer* sepeda *universal* yang telah cukup banyak hadir di daerah – daerah, tidak hanya melalui *retailer* sepeda *universal* penjualan beserta pengenalan akan dilakukan melalui pameran dan juga event – event yang diselenggarakan pihak sekolah maupun lokasi wisata yang berhubungan langsung dengan alat transportasi (museum angkut).

Produk ini juga akan dipasarkan melalui layanan toko *online*, seperti :



Gambar 5 Toko *Online* Untuk Penjualan

### ***Promotion***

Berikut ini merupakan beberapa media promosi yang digunakan dalam promosi untuk brand sepeda ini sendiri, media promosi yang digunakan, antara lain :

- Melalui Website



Gambar 6 Desain Media Promosi Melalui Website

- Melalui Media Sosial



Gambar 7 Desain Media Promosi Melalui Media Sosial

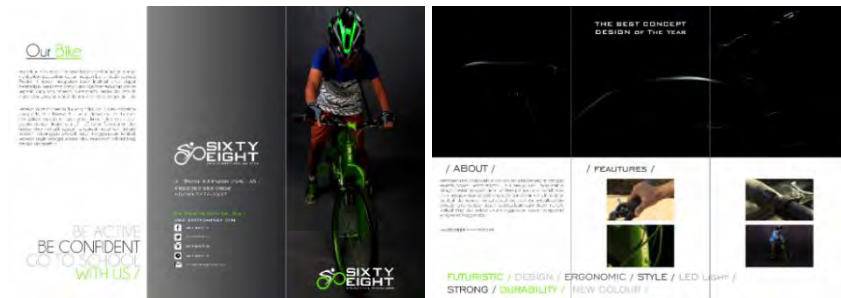
- *Banner*



Gambar 8 Desain Media Promosi Melalui Media *Banner*

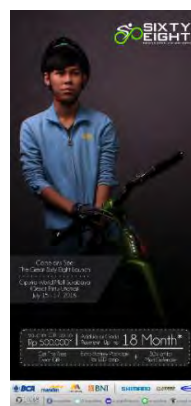
- Brosur dan Leaflet

o Brosur



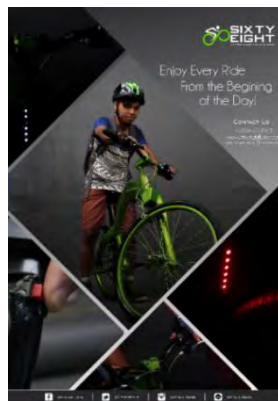
Gambar 9 Desain Media Promosi Melalui Media Brosur

o Leaflet



Gambar 10 Desain Media Promosi Melalui Media Leaflet

- Poster



Gambar 11 Desain Media Promosi Melalui Media Poster

- Kartu Nama



Gambar 12 Desain Media Promosi Melalui Media Kartu Nama

- Majalah



Gambar 13 Desain Media Promosi Melalui Media *Cover* Belakang Majalah

- Katalog



Gambar 14 Desain Media Promosi Melalui Media Katalog

- *Guide Book*



Gambar 15 *Guide Book* (Buku Petunjuk)

## **PRODUCT LAUNCHING**

*Launching* produk sepeda ini akan dilakukan dengan mengadakan pameran di beberapa lokasi seperti : *Car Free Day*, Museum Angkut dan Event – event sekolah. Pada saat pameran berlangsung, para pelajar yang memesan secara langsung akan mendapatkan sebuah helm dan juga sarung tangan gratis. Selain itu *flayer* akan dibagikan kepada pelajar maupun orang tua agar pengenalan *brand* sepeda ini semakin baik. Penggunaan media sosial juga menjadi sarana pendukung yang paling ampuh untuk saat ini, karena brand yang baru masih membutuhkan pengenala yang lebih dalam kepada masyarakat luas.

## **PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DAN HARGA JUAL**

Hasil perhitungan biaya *prototype* dan harga masal sebagai berikut :

- BIAYA PEMBUATAN *PROTOTYPE* : **Rp. 3.864.400,-**
- BIAYA PRODUK MASSAL : **Rp. 9.500.000,-**

## **KESIMPULAN**

*Sixtyeight* merupakan pelopor sebuah inovasi desain sepeda yang dikhususkan untuk pelajar dengan rentang usia 13 hingga 15 tahun. Sepeda ini dirancang dengan berbagai faktor pendukung agar dapat diminati kembali oleh para pelajar. Ada beberapa faktor yang ditonjolkan pada sepeda ini antara lain faktor desain, tren, ergonomis dan kemudahan penggunaan, sehingga sepeda ini memiliki banyak keunggulan yang tidak dimiliki kompetitor. Dengan produk yang memiliki desain konsep single frame yang ringan namun kuat dan didukung dengan desain moderen sebagai pendorong untuk pelajar dapat lebih berminat menggunakan sepeda ini. *Sixtyeight* sendiri memiliki banyak fitur yang sangat membantu bagi pelajar untuk dapat menunjang aktifitasnya contohnya adalah lampu LED yang dapat digunakan untuk membantu pengelihatannya ketika malam hari. Respon positif juga didapatkan dari para pelajar, hal tersebut didukung dengan keinginan tahu para pelajar untuk mencoba dan mengamati sepeda ini. Meskipun memiliki banyak keunggulan yang telah disesuaikan dengan pelajar, sepeda ini harus tetap dikembangkan lebih lanjut agar dapat menyelesaikan adanya kekurangan di produk.

## **SARAN**

Produk sepeda *Sixtyeight* sendiri masih perlu untuk dikembangkan lebih baik, mengingat adanya kekurangan produk, seperti penggunaan material yang kurang kuat untuk produk, serta saran – saran dari survei pasar, yaitu keseimbangan yang masih kurang, pengerjaan lebih dirapihkan kembali. Pengembangan produk dapat dilakukan dengan penelitian dan tujuan yang lebih baik dan dalam, serta penggunaan material yang lebih kuat dengan perhitungan menggunakan *software* khusus untuk membuat *main body* lebih kuat dan seimbang. Penambahan fitur keamanan seperti *built-in safety lock system* lalu penambahan *mud guard* khusus yang dapat semakin memberikan kenyamanan pada para konsumen dan juga penggunaannya. Sehingga kedepannya sepeda ini dapat betul – betul menjadi yang terdepan dalam hal inovasi dan juga fitur – fitur yang ditawarkan.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Irawan, B. (2013). *Dasar – Dasar Desain*. Surabaya : Griya Kreasi.
- Kasali, R. 1998. *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: Gramedia Grasindo.
- Kurniawan, A. (2011, Januari 12). *72 Persen Keluarga Indonesia Pengguna Sepeda Motor*. Retrieved from scribd.com:  
<http://www.scribd.com/doc/256928259/72-Persen-Keluarga-Indonesia-Pengguna-Sepeda-Motor-Kompas#scribd>
- Kuswaraharja, D. (2014, November 23). *4 Alasan Orang Tua Biarkan Anak Bawa Motor ke Sekolah*. Retrieved from detikoto:  
<http://oto.detik.com/otofokus/read/2014/10/23/101132/2727349/1208/>
- Nasional, D. P. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa 'Edisi Keempat'*. Jakarta: Gramedia
- Neuss, Juliane. (2007) *Bike Ergonomis for All People*.
- Palgunadi, B. 2008. *Disain Produk 2 : Analisis dan Konsep Disain*. Bandung : ITB
- Palgunadi, B. 2008. *Disain Produk 3: Aspek - Aspek Disain*. Bandung : ITB
- Palgunadi, B. 2008. *Disain Produk 4: Membuat Rencana*. Bandung : ITB
- Panero, J. 1979. *Human Dimension an Interior Space*. Jakarta : Erlangga.
- Pangemanan, H. (2013, Januari 21). *Rantai atau Drive Belt, Mana Yang Lebih Baik*. Retrieved from goesbike.com:  
<http://www.goesbike.com/articles/2199/1/Rantai-atau-drive-belt-mana-yang-lebih-baik.html#.VKn5RCuUfL8>
- Pheasant, S. 1999. *BodySpace 'second edition'*. Philadelphia : Taylor & Francis.Inc.
- Richard, S. 2014. *Sepeda Hybrid 16 Inch Dengan Sistem Portabel*, Surabaya.
- Setianingsih, Y. (2011, Februari 27). *Pengguna Sepeda di Kota Bandung Dapat Asuransi*. Retrieved from inilah.com:  
<http://bola.inilah.com/read/detail/1274652/URLTEENAGE>
- Wiyancoko, D. (2010). *Desain Sepeda Indonesia*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.