

ABSTRAK

Isu lingkungan yang semakin menjadi perbincangan hangat baik di kalangan masyarakat hingga pelaku usaha membuat masyarakat menjadi semakin peduli terhadap lingkungan. Masyarakat mulai menggunakan produk ramah lingkungan seperti kantong plastik daur ulang, botol minuman yang diremukkan, tas daur ulang. Namun produk ramah lingkungan yang ada saat ini kurang memperhatikan *fashion* dan *trend* yang ada. Salah satu contoh produk yang memikirkan *fashion* dan *trend* adalah produk pakaian. Pakaian yang ada saat ini terbuat dari bahan yang kurang ramah lingkungan seperti *nylon* dan *polyester* yang susah terurai. Di luar negeri sendiri, *trend* pakaian organik sudah mulai dikembangkan. Hal ini terbukti dari semakin banyak desainer yang merancang pakaian dengan menggunakan bahan-bahan alami seperti katun organik, sutra organik, bambu, dll. Oleh karena itu perlu adanya perancangan dan pengenalan pakaian organik kepada masyarakat Indonesia khususnya Surabaya.

Perancangan pakaian organik yang dipilih yaitu perancangan kaos berkerah organik karena dari segi harga lebih murah jika dibandingkan dengan *blouse* atau *dress*. Selain itu kaos berkerah sering digunakan oleh mahasiswa untuk keperluan kampus dan digunakan bepergian santai dengan teman maupun keluarga. Tahapan dalam perancangan produk ini adalah dimulai dari identifikasi *customer needs* melalui kuesioner, membuat spesifikasi produk, konsep generasi dengan membuat pohon klasifikasi, menyeleksi konsep yang ada dengan *concept screening* dan *concept scoring*. Dari 8 konsep dalam pohon klasifikasi terpilih 1 konsep dalam *concept scoring* yaitu kaos berkerah dengan bahan 100% organik dengan motif polos dan ada aksesoris pelengkap seperti kancing. Dari konsep yang dipilih akan dilakukan pengujian konsep dan pengujian produk.

Untuk prospek pemasaran produk ini akan dihitung berdasarkan hasil peramalan jumlah penduduk Surabaya yang sesuai target. Dari peramalan jumlah penduduk Surabaya didapatkan pasar potensial, pasar potensial efektif dan permintaan efektif dari tahun 2014-2018. Data-data terkait didapatkan dari sumber BPS (Badan Pusat Statistik).

Perancangan kaos berkerah organik ini disertai dengan strategi pemasaran yang berkaitan dengan STPD. Segmentasi dari segi geografis untuk kaos berkerah organik ini adalah untuk wilayah Surabaya. Segmentasi dari segi demografis adalah untuk usia 20-40 tahun. Segmentasi dari segi psikografis, produk ini ditujukan kepada masyarakat perkotaan yang gemar berbelanja di *mall*. *Tagline* untuk produk ini adalah "*Save people, save our planet*" Sedangkan diferensiasi produk ini mengutamakan keistimewaan produk dari bahan dan desain.

Strategi lainnya adalah 4P (*Product, place, price* dan *promotion*). Produk kaos berkerah organik ini memiliki keunggulan dari segi bahan dan desain. Harga yang diberikan untuk kaos berkerah organik ini adalah sekitar Rp.250.000- Rp.450.000 dan 73.33% responden mengatakan tertarik untuk membeli produk ini. Hasil tersebut didapatkan dari penyebaran kuesioner di Universitas Petra, Universitas Surabaya, perkantoran dan *mall*. Produk ini nanti akan dijual di *mall-mall* yang ada di Surabaya seperti di Ciputra World, Grand City, Galaxy Mall dan Tunjungan Plaza. Promosi dilakukan melalui media *online*, mengadakan pameran yang bertemakan *go green* dan melalui media cetak.

Keywords : manajemen pengembangan produk, prospek pemasaran, pemasaran produk, kaos berkerah organik