BAB III

DATA DAN ANALISA

3.1 Data

Data dari perancangan didapatkan melalui wawancara, kuesioner, observasi dan *studi literature* untuk mengetahui *insight*, pemahaman dan pengalaman target mengenai Gitar Allegro juga informasi-informasi penting mengenai *brand*.

Wawancara

Gambar 3.1 Wawancara Ibu Ratna Yuningsih (Pemilik Rumah Produksi Gitar Allegro)
Sumber: Riset Pribadi 2018

Wawancara dilakukan kepada Ibu ratna yuningsing merupakan pemilik dari rumah produksi Gitar Allegro yang merupakan anak dari pendiri Gitar Allegro yaitu pak ratiman. Gitar Allegro sendiri telah berdiri sejak tahun 1985 Pertama kali memasarkan gitar di bandung yaitu ke beberapa tempat alat musik dengan sistem titip jual dibeberapa toko alat musik di bandung yaitu di jalan dewi sartika, jalan kosambi, sukajadi dan cimahi. Yang sampai akhirnya Allegro membuka toko sendiri yang bertepat di jalan batukarut kab. Bandung yang sampai saat ini sudah berjalan 20 tahun. Dan masih menjualnya produknya ke beberapa toko alat musik di kota bandung tersebut tersebut. Saat pertama berdiri Gitar Allegro memproduksi gitar elektrik dan akustik namun pada saat ini semakin banyaknya persaingan dan kurangnya karyawan membuat Allegro harus memfokuskan pada satu jenis gitar yaitu gitar akustik dan akustik ellektrik. Bahan pembuatan pun memakai bahan khusus dan sangat baik untuk membuat gitar yaitu memakai jenis kayu mahogany dan *rosewood sonokeling* sebagai bahan dasar, dan triplek lokal dan triplek syprus untuk *body*nya. Allegro memasarkan barangnya dari harga 350-1.5 juta, tapi kalo misalkan ada pemesanan yang ingin lebih bagus allegro juga menerimanya dengan harga 1 juta keatas. Dengan semakin banyaknya merek gitar lokal baru bermunculan otomatis pesaingpun makin banyak bahkan banyak masuknya produk gitar dari cina yang menurut ibu ratna gitar cina bagus dari tampilannya namun dari segi kualitas pemakaian tidak akan lebih tahan lama dibandingkan gitar allegro, karena Allegro juga membuka layanan *servis* gitar dan dari banyaknya yang servis Gitar Allegro mengatakan bahwa mereka sudah memiliki allegro dengan kualitas baik sampai 10 tahun bahkan lebih dari cerita semua pelanggan yang *servis* gitar tersebut. Belum lagi ada produk Gitar Solo yaitu gitar peniru, memang kalo di toko-toko tidak di sebut Gitar Solo namun Gitar Solo memakai merek terkenal dengan model yang sama, bahkan Allegro juga ada tiruannya namun dengan harga yang murah yang kualitasnya lebih rendah namun segi penampilan cukup bagus. Dan dengan kondisi ini membuat Allegro sedang dalam kondisi penurunan penjualan bahakan sekarang tingal 15 pengrajin yang dulunya sampai mencapai 30 pengrajin. Penurunan mulai terjadi dari 3 tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2015 keadaan sepi penjualan berkurang derastis

dan puncaknya pada tahun 2017 yang pernah dalam satu bulan tidak ada pembeli dan sampai saat ini pada tahun 2018 pun mengalami penurunan yang derastis. Dari setiap penjualan satu produk Allegro maka didapatkan hasil sekitar 20%. Kurangnya kegiatan promosi dan kegiatan kampanye *branding* yang dilakukan oleh Allegro, sampai Allegro hanya melakukan kegiatan promosi dengan mengikuti pameran alat musik saja yang pernah dilakukan dari tahun ke tahun.

Gambar 3.2 Wawancara Bersama Pengrajin Gitar Allegro

Sumber: Riset Pribadi 2018

Wawancara bersama pengrajin Gitar Allegro mengenai tahapan pembuatan Allegro, dari mulai pemilihan bahan yang baik yang bisa digunakan, karena pemilihan barang kayu yang baik akan berpengaruh pada kualitas produk, lalu mulainya pencetakan bentuk dan rangka dari *body* gitar sampai ke tahap penghalusan bahan yang telah menjadi bentuk gitar, dan pengecatan semuanya dilakukan dengan *handmade* dan dilakukan oleh pengrajin dengan sangat teliti untuk memberikan kualitas yang baik. Ciri khas dari produk Allegro ini yaitu dari bentuk lengkungan badan gitar dan bentuk kepala gitar yang mempunyai bentuk yang khas yang digunakan oleh Allegro dari dulu. Proses yang mempengaruhi kualitas gitar yaitu di tahap pembuatan *body* dimana pengeleman dan pembentukan harus sangat di perhatikan, dimana menempelkan rangka gitar ke dalalm bagian yang menempel pada papan bagian belakang gitar dengan dibentuk agak cembung, karena jika tidak teliti makan rangka yang tertempel akan mudah retak atau membuat papan belakang pecah, yang membuatnya produk akan tidak tahan lama. Jenis jenis yang dibuat Allegro pun

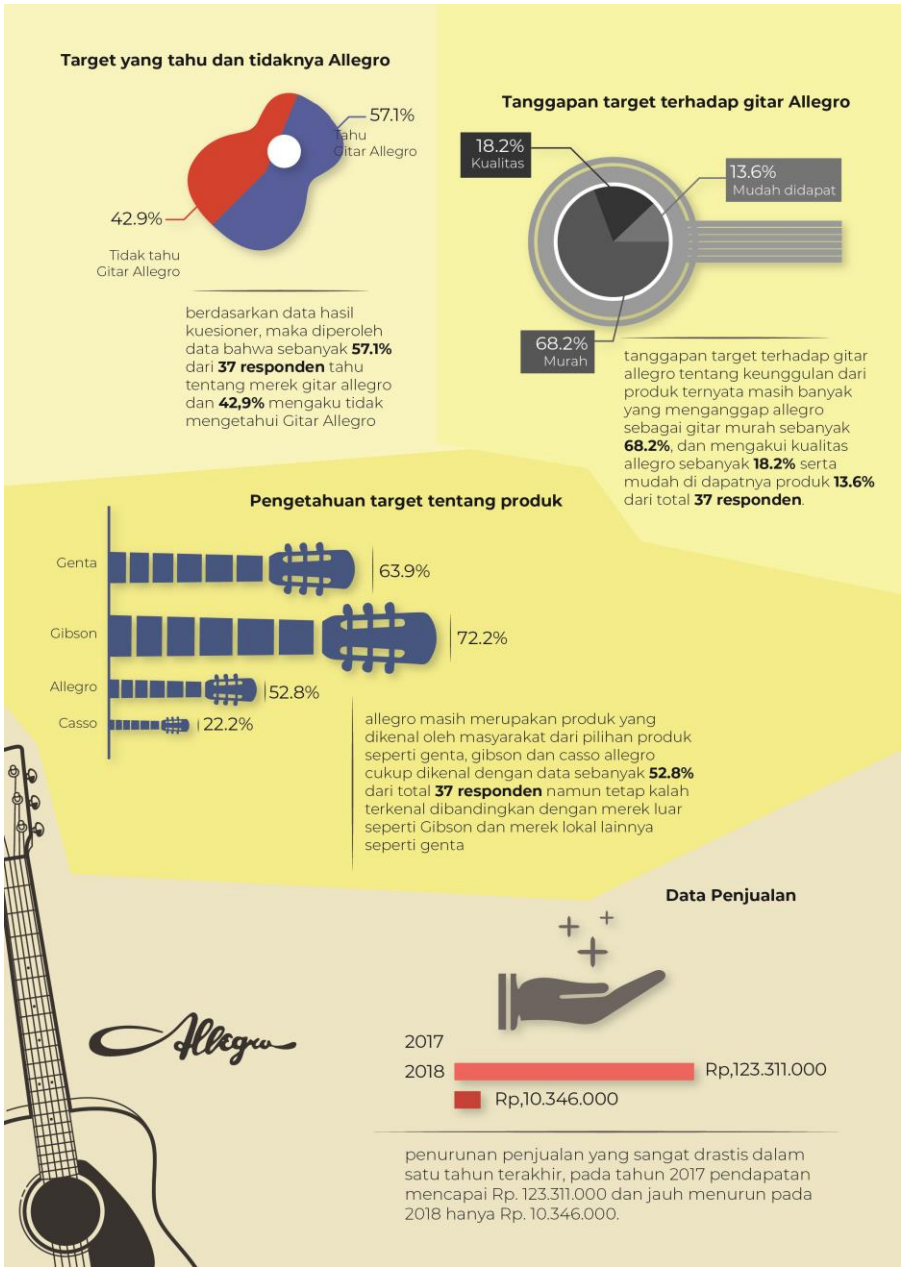
bervariasi dari mula FC junior yang dibuat lebih kecil dan sampai yang jumbo seperti jenis FGB pun ada. Bahan yang digunakan pun berbeda dari setiap jenis namun bahan dasarnya yaitu kayu mahogany. Jenis yang dijual dengan harga yang lebih mahal menggunakan 2 jenis kayu mahogany dan *rosewood sonokeling* dan untuk bagian *body* menggunakan *syprus* dimana memiliki warna dan tekstur kayu, untuk *syprus* tidak di cat namun hanya di pernis karna agar lebih telihat tekstur natural dari kayu tersebut, bahkan ketebalanpun berbeda dari selembar *syprus* paling tipis yaitu 3 mm. dan untuk jenis FC dengan dijual dengan harga yang lebih murah yaitu menggunakan satu senyawa kayu yaitu mahogany dan triplek lokal, dan *finishing* dengan pengecatan.

Atreeyu Aandrey Pamungkas, salah seorang pencinta alat musik gitar dan juga sangat mahir dalam bermain gitar , menurutnya ia telah memiliki Gitar Allegro sejak 12 tahun terakhir, dan sampai sekarang masih awet, Gitar Allegro menurutnya sangat nyaman untuk digunakan dengan memiliki kualitas suara yang stabil dan tak kalah dengan gitar lainnya, pada dasarnya semua gitar sama saja dari kualitas suara, dan Allegro menurutnya cukup baik dan stabil dan juga dengan harga yang murah, awal membeli gitar hanya untuk pemakaian dirumah saja makanya tidak butuh yang mahal namun tetap memiliki kenyamanan saat digunakan dan kualitas yang baik tentunya dan Allegro menjadi pilihannya.

Ardirra Sinatria merupakan salah seorang pemain band yang sampai saat ini aktif bermain musik, dan beliau memiliki produk Gitar Allegro, menurutnya ia telah memiliki gitar Allegro selama 12 tahun dan sekarang masih awet bahkan sering digunakan dirumah dan di luar rumah untuk latihan musiknya, Allegro yang dimilikinya yaitu type FWS, menurutnya allegro merupakan produk gitar yang bagus, memiliki kualitas suara yang baik dan menurutnya ketika melakukan genjrengan dan petikan pada gitar ini suara dari Gitar Allegro sangat baik dan punya durasi suara yang lama ketika petikan dan gnjrengan dilakukan dan dilepas suaranya tidak berhenti langsung, nyaman digunakan dan pas serta memiliki kualitas produk yang baik terbukti sampai saat ini Allegro yang ia pakai sangat awet dan masih bagus.

Kuesioner

Kuesioner ini dilakukan untuk mengetahui pemahaman dan pengetahuan target terhadap Gitar Allegro. Kuesioner dibagikan kepada 37 responden pria dan wanita usia 19-24.



Gambar 3.3 Hasil Kuesioner

Sumber: Riset Pribadi 2018

Maka hasil kuesioner yang didapatkan dari 37 responden yaitu bahwa kebanyakan dari target tahu dengan merek gitar Allegro dari total sebanyak 37 responden didapatkan hasil 57.1 % mengetahui produk gitar Allegro dan sebanyak 42.9 % tidak mengetahui tentang Allegro, hal ini menunjukan bahwa Allegro cukup banyak diketahui oleh responden, dan dari berbagai merek gitar mana yang paling dikenal oleh target ternyata dari 37 responden menjawab, Gibson sebagai merek yang banyak dikenal oleh responden sebanyak 72.2 %, dan produk genta juga cukup banyak dikenal setelah Gibson sebanyak 61.9 %, dan Allegro sebanyak 52.8 % dan paling rendah yaitu gitar merek Casso sebanyak 22.2 %, hal ini menunjukan bahwa Allegro masih merupakan produk yang cukup dikenal oleh target. Dan tanggapan target tentang gitar Allegro tentang kelebihan dan kualitas Allegro didapatkan hasil dari 37 responden bahwa sebanyak 68.2 % menjawab Allegro hanya sebagai produk gitar yang murah dan sebanyak 18.2 % tentang kualitas Allegro dan 13.6 % menjawab bahwa produk Allegro mudah di dapat, hal ini menunjukan bahwa kebanyakan target menganggap Allegro hanya sebagai gitar murah saja.

Observasi

Observasi dilakukan di rumah produksi Gitar Allegro untuk mengamati dan meninjau secara langsung proses pembuatan Gitar Allegro dan meninjau langsung kegiatan yang dilakukan oleh pengrajin saat sedang bekerja, dan didapatkan hasil bahwa sampai saat ini pembuatan produk allegro dibuat dengan *handmade* dilakukan secara teliti dan dikerjakan dengan pembagian kerja sesuai bagiannya masing-masing semuanya bekerja di satu rumah produksi yang cukup luas, sampai saat ini Allegro memiliki pengrajin gitar sebanyak 15 orang dalam seminggu menghasilkan 100 lebih gitar.

Gambar 3.4 Foto Observasi di rumah produksi Allegro

Sumber: Riset Pribadi 2018

Studi Literatur

Untuk menentukan teori yang tepat dalam melakukan perancangan ini maka dibutuhkan *studi literature*. Seperti penyampaian Wirania Swasty seorang staff pengajar dari Telkom University Bandung dalam bukunya yang berjudul Branding,Memahami dan Merancang Strategi Merek (2016) menjelaskan bahwa branding merupakan kegiatan yang memfokuskan ataupun memproyeksikan nilai produk atau bisa dibilang memberikan suatu arti bagi merek yang berbeda dengan produk lainnya dan branding adalah proses dalam memilih unsur, nilai ataupun yang lainnya.

Brand image menurut Wirania Swasty seorang staff pengajar dari Telkom University Bandung dalam bukunya yang berjudul Branding, Memahami dan Merancang Strategi Merek (2016) menciptakan kesadaran merek merupakan langkah awal yang penting dalam membangun ekuitas merek. Disamping itu, untuk menciptakan citra merek yang positif diperlukan pengembangan kesadaran merek telah cukup dibangun, pemasar dapat lebih menekankan pada bagaimana membentuk citra merek. Menciptakan citra merek yang positif dapat melalui program pemasaran yang menghubungkan asosiasi yang kuat, menguntungkan dan unik untuk menanamkan merek dalam memori. Asosiasi merek dapat berupa atribut atau manfaat merek.

3.2 Analisa

Dari data di atas didapakan jika Gitar Allegro merupakan produk gitar yang cukup banyak diketahui, dan Allegro merupakan produk gitar yang yang telah berdiri sejak lama, gitar yang di produksi oleh rumah produksi gitar ini memberikan kualitas yang sangat baik dengan harga yang murah, kualitas suara yang stabil dan kualitas bahan yang bagus serta kerapihan dalam pembuatannya yang masih dilakukan secara *handmade* menjadi keunggulan produk tersebut. Namun kurangnya kampanye *branding* yang dilakukan oleh Allegro dan masih menjual produknya secara konvensional membuat nama merek Gitar Allegro ini semakin tersisihkan dengan banyaknya pesaing yang bermunculan yang mengikuti perkembangan jaman, bahkan masyarakat menganggap Allegro hanya sebagai gitar murah saja.

3.2.1 SWOT dan Matriks TOWS

SWOT

***Strength* (kekuatan)**	***Weakness* (kelemahan)**
• Gitar lokal dengan merek asli Allegro • Gitar alsi merk lokal ini dijual dengan harga yang cukup terjangkau dibandingkan gitar merek lokal lainnya seperti Stranough, Genta, Casso, dan Wolf. • Kualitas kerapihan dan ketelitian dalam pembuatan Allegro membuat gitar awet dan tahan lama dibandingkan gitar solo,	• Menurunnya penjualan pada saat ini. • Konsumen masih mengganggap bahwa merek Allegro hanya merupakan gitar murah tanpa tau kualitas dari gitar Allegro. • Pada saat ini Allegro semakin kurang terkenal dibandingkan dengan merek lokal lainnya seperti merk gitar Stranough, dan Genta dimana mereka dapat mengikuti perkembangan jaman

atau gitar *costom*. • Merupakan gitar buatan pengrajin gitar lokal yang telah berdiri lama pada tahun 1984.	pada saat ini. dan semakin banyaknya gitar merk lokal lainnya yang bermunculan seperti gitar solo dan gitar *costom* buatan lokal yang berani menggunakan merek dari gitar luar yang terkenal (KW), hal ini membuat Allegro jadi semakin tersisihkan. • Penjualan masih dilakukan secara konvensional.
***Opportunities* (peluang)**	***Threats* (ancaman)**
• Pada saat ini seiring dengan perkembangan jaman, meningkat pula pengguna internet dan akses jual belipun semakin cepat diharapkan dengan adanya internet dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pengetahuan para target terhadap gitar merk Allegro. • Dengan banyaknya toko alat musik pada saat ini membuat para produsen gitar lokal dapat menyebarkan produknya atau menjual produknya ke beberapa toko alat musik.	• Banyaknya pembuat gitar lokal atau merk gitar lokal yang bermunculan pada saat ini. • Selain gitar lokal banyak bermunculannya gitar kw dengan merk gitar luar yang sudah terkenal seperti Yamaha, Taylor, dll. yang dijual dengan harga yang *relative* jauh lebih murah dibandingkan dengan yang aslinya.

Tabel 3.1 Tabel analisis SWOT

Sumber: Data Pribadi 2018

TOWS Matriks

Formulasi strategis disusun menggunakan analisis SWOT adalah dengan menggabungkan berbagai indicator yang terdapat dalam kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Model penggabungannya menggunakan TOWS matriks. Namun tidak semua rencana strategis yang disusun dari TOWS matriks ini digunakan seluruhnya, strategi yang dipilih adalah strategi yang dapat memecahkan masalah perusahaan.

	Kekuatan (*Strength*-S)	**Kelemahan (*Weakness*-W)**
	1. Merupakan gitar asli merek lokal yang telah berdiri lama selam lebih dari 30 tahun. 2. Harga yang ditawarkan dari Gitar Allegro ini cukup terjangkau dan murah dibandingkan dengan gitar lokal lainnya seperti Stranough, Genta, Casso, dan Wolf.	1. Penjualan masih dilakukan secara konvensional. 2. Konsumen masih mengganggap bahwa merek Allegro hanya merupakan gitar murah tanpa tau kualitas dari gitar Allegro. 3. Merek Gitar Allegro pada saat ini kurang begitu dikenal dibandingkan dengan merek gitar lokal lainnya seperti Genta dan Stranough. 4. Pada saat ini kurangnya penjualan membuat pengrajin yang dulunya mencapai sampai puluhan sekarang tinggal bertahan hanya 15 karyawan.
Peluang (*Opportunities*-O)	**Strategi SO**	**Strategi WO**
1. Pada saat ini seiring dengan perkembangan jaman, meningkat pula pengguna internet dan akses jual belipun semakin cepat diharapkan dengan adanya internet dapat	1. Merupakan merek gitar lokal yang sudah berdiri lama, dapat memanfaatkan Internet untuk memberikan pengetahua terhadap target tentang gitar Allegro.	1. Melakukan promosi dan penjualan dengan memanfaatkan internet. membuat web Allegro dimana sistem jual belipun dapat dilakukan lewat web tersebut atau

dimanfaatkan untuk meningkatkan pengetahuan para target terhadap gitar merek Allegro. 2. Gitar masih menjadi alat musik yang banyak dicari dan di jual di toko alat musik.	2. Pada saat ini alat musik gitar masih menjadi alat musik yang bayak dicari, baik untuk yang mahir memainkannya ataupun untuk pemula, harga gitar merek Allegro ini terjangkau dibandingkan dengan merek gitar lokal lainnya.	media *online* lainnya.
Ancaman (*Threats*-T) 1. Banyaknya pembuat gitar lokal atau merk gitar lokal yang bermunculan pada saat Ini. 2. Selain gitar lokal banyak bermunculannya gitar kw dengan merk gitar luar yang sudah terkenal seperti Yamaha, Taylor, dll. Yang dijual dengan harga yang relative jauh lebih murah dibandingkan dengan yang aslinya.	**Strategi ST** 1. Mempertahankan nama produk allegro dimana telah berdiri sejak lama dan bertahan disaat banyaknya produk baru lokal bermunculan 2. Memberikan pemahaman atau pengetahuan kepada target tentang kualitas yang ditawarkan oleh gitar allegro dibandingkan dengan gitar Kw dengan menggunakan merek luar yang dijual dengan harga jauh lebih murah	**Strategi WT** 1. Merubah presepsi masyarakat tentang merek allegro (merubah brand image) 2. Mengembangkan atau mempromosikan kembali merek gitar allegro. 3. Mempromosikan kembali produk gitar Allegro dengan memperlihatkan kualitas yang diberikan dibandingkan dengan gitar tiruan.

Tabel 3.2 Tabel TOWS Matriks
Sumber: Data Pribadi 2018

Berdasarkan analisa Matriks TOWS tersebut, formulasi strategis yang dipilih adalah strategi WT dengan merubah citra produk yang telah dipresepsikan sebagai gitar murah saja dapat berubah, dengan cara melakukan promosi atau kampanye *branding* dengan menginformasikan kualitas yang diberikan oleh produk dengan harga yang lebih murah dibandingan dengan merek lainnya.

3.2.2 Segmentasi Target

1.Demografis

- Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan
- Usia : 19-24 tahun
- Pendidikan : pelajar dan mahasiswa
- Status Ekonomi : Menengah (B)

2.Geografis

Daerah urban kota bandung (Urban kota bandung merupakan tempat dimana banyaknya konsumen atau target dari Allegro saat ini dan banyaknya Toko alat musik di kota bandung yang dimana Allegro juga memasarkan produknya di toko-toko alat musik di daerah bandung diharapkan agar target lebih dekat dengan produk dan tidak sulit untuk dicari)

3.Psikografi

- seseorang yang memiliki ketertari-kan untuk bermain gitar akustik baik itu pemula ataupun yang sudah biasa bermain gitar

3.2.3. Studi Indikator

Gambar 3.5 *Consumer journey*

Sumber: Riset Pribadi 2018

Dari hasil studi indikator yang di dapat dari *consumer journey* terhadap *brand* yang bersentuhan dengan target maka karakter, warna, font, dan garis didapat:

Warna:

Gambar 3.6 Warna yang di dapat dari *Consumer journey*

Sumber: Riset Pribadi 2018

Garis : dinamis

Gambar 3.7 garis yang didapat dari *Consumer journey*

Sumber: Riset Pribadi 2018

typografi: sans serif

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789.,;:’”?!

3.2.3.2 Referensi visual

Gambar 3.8 Referensi visual

Sumber: Riset Pribadi 2018

3.2.3.3 Mood Board

Gambar 3.9 Mood board

Sumber: Riset Pribadi 2018

3.3 WTS

Pesan yang ingin disampaikan kepada target *audience* adalah bahwa Gitar Allegro merupakan produk gitar yang murah namun mempunyai kualitas yang sangat baik, kerapihan dan ketelitian pembuatannya dan dilakukan dengan handmade dengan pemilihan bahan yang baik membuat Gitar Allegro bukan produk yang murah saja namun juga mempunyai kualitas yang sangat baik. Maka didapatkan WTS (*What to say*) adalah "Murah namun berkualitas tinggi" dengan tagline *" Great quality don't have to be expensive"* yang memiliki arti " Kualitas baik tidak harus mahal" ini memiliki makna bahwa produk dari Gitar Allegro memberikan kualitas gitar yang sangat baik dengan tidak harus mahal.