

MENGUBAH PERSEPSI KONSUMEN AKAN MEBEL KACA MELALUI DESAIN (STUDI KASUS: PT ROXY MEUBELINDO)

Cindle Khuyogo^{1,*}, Susi Hartanto²

^{1,2}Program Studi Desain Produk, Fakultas Desain, Universitas Pelita Harapan

*ckhuyogo@gmail.com

ABSTRAK. Industri mebel adalah salah satu industri desain produk terbesar dan dengan persaingan yang sangat kompetitif. Namun mayoritas perusahaan mebel Indonesia bergerak di material kayu, rotan, dan metal, tidak banyak pemain industri di material kaca. Merk-merk mebel dan desainer Indonesia pun tidak ada yang mengusung kaca sebagai material mebel utama. Akibatnya, produk mebel kaca Indonesia tidak berkembang dan desainnya primitif sebatas hanya sebagai tabletop. Padahal kaca adalah material ramah lingkungan yang bisa didaur ulang terus-menerus tanpa menghasilkan limbah. Roxyglass sebagai mitra penelitian, merupakan fabrikator kaca utama di Indonesia, namun perusahaan sendiri belum pernah mengembangkan lini mebel. Melalui kerjasama dengan Roxyglass, ada koleksi mebel 99% kaca yang dihasilkan. Konsumen memiliki lebih banyak pilihan mebel yang sangat ramah lingkungan, tidak selalu harus kayu, rotan, atau metal.

Kata kunci: kaca, desain, mebel

ABSTRACT. Furniture industry is one of the largest product design industry with intense competitive environment. Most furniture companies in Indonesia develop furniture using wood, rattan, and metal, not many players in glass. Indonesian furniture brands and designers who bring glass as main material is not existent. Thus, glass furniture is not developing, designs are primitive, limited to glass as tabletops. It is unfortunate because glass actually is an ecosustainable material and can be recycled indefinitely without generating waste. Roxyglass, as research partner, is a major glass fabricator in Indonesia, but company has not ever developed furniture lines. Through this collaboration, a collection of 99-percent-glass furniture are made. Consumers will have more choices of eco-friendly furniture, not wood or rattan or metal, again and again.

Keywords: glass, design, furniture

PENDAHULUAN

Ada berbagai material yang umum digunakan dalam mebel, mulai dari aneka kayu, aneka rotan (asli dan sintetis), aneka metal (stainless, aluminium, besi), aneka plastic (ABS, polypropylene), dan masih banyak kombinasi material lainnya. Di berbagai dunia, berbagai jenis kayu dan rotan sudah mengalami kelangkaan, sehingga populer istilah reclaimed, recycled, reused, repurposed, dan lain sebagainya sebagai salah satu upaya menjaga kelangsungan dan keberlanjutan material. Banyak pula peraturan dan larangan impor terutama untuk material alam. Para peritel pun diwajibkan mendapatkan material yang tersertifikasi agar layak jual. Dengan tingginya permintaan, material apapun jika terus digunakan terus menerus, akan pada suatu titik habis, punah, dan melonjak harganya. Memang tidak ada material yang sempurna, setiap penggunaannya pasti memiliki pro dan kontra, termasuk kaca. Produksi kaca menjadi mahal karena mahalnya gas alam. Hanya ada beberapa pabrik kaca lembaran di Indonesia,

sehingga sisanya mengandalkan impor. Namun dengan potensi cadangan gas bumi Indonesia, dan dengan regulasi pemerintah, harapannya produksi produk berbahan kaca akan semakin banyak, energinya bersih, hasilnya pun bisa didaur ulang terus-menerus. Konsumen yang peduli dengan lingkungan bersedia membayar lebih tinggi, dan jumlah konsumen yang peduli dengan lingkungan dan produknya meningkat tajam sejak dekade terakhir (Caluri & Luzzati, 2016). Harapannya konsumen akan lebih beralih ke produk kaca dibandingkan terus-menerus membeli produk kayu yang sudah semakin langka.

Glass: symbol of an ecosustainable future

Glass is nature. It consists mainly of sand and lime. It is aseptic and non-toxic and does not give off any harmful substances. Glass is eternal and can be recycled indefinitely without generating waste. FIAM Italia exploits the benefits of glass to the full through its environment-friendly production processes.

Gambar 1. Kutipan mengenai Kaca
(Sumber: Fiamitalia.it, 2018)

Kaca adalah material yang semakin populer pemakaiannya, dan salah satu alasannya adalah karena transparansinya. Dari sisi estetika, kaca selalu bisa memperlihatkan keindahannya, baik itu di bidang arsitektur, konstruksi bangunan, mebel, hingga peralatan makan. Para arsitek dan insinyur cenderung suka menggunakan kaca karena potensinya besar untuk desain, estetika, serbaguna, kebenaran, sifat termal, dan aplikasinya yang tanpa batas. Untuk pemakaian di rumah atau kantor, kaca digemari atas kadar transparansinya, proteksi, nilai elegan, mudah dibersihkan, dan ketahanan. Kaca saat ini tidak lagi dianggap rapuh seperti beberapa dekade sebelumnya. Hal ini dikarenakan berkembangnya processed glass (seperti kaca tempered atau laminate) yang membuat kaca lebih kuat dan aman. Walaupun banyaknya penggunaan kaca dalam berbagai aspek, masih ada persepsi masyarakat yang berbeda-beda akan kaca. Menurut Akinluyi (2012) dalam penelitiannya mengenai penggunaan kaca di Nigeria, kaca dipandang baik digunakan untuk rak, aneka meja, dan lemari.

Perception of Glass as Furniture Material	Frequency No	Percentage %	Valid Percent	Cumulative Percent
For Shelf	Excel	33	46.5	46.5
	Good	23	32.4	78.9
	Average	9	12.7	91.5
	Fair	5	7.0	98.6
	Poor	1	1.4	100.0
	Total	71	100.0	100.0
For Centre Table	Yes	69	97.2	97.2
	No	2	2.8	100.0
	Total	71	100.0	100.0
For Dining Table	Yes	60	84.5	84.5
	No	11	15.5	100.0
	Total	71	100.0	100.0
For Wardrobe	Yes	40	56.3	56.3
	No	31	43.6	100.0
	Total	71	100.0	100.0
Reason for choice of Glass	Aesthetics	26	36.6	36.6
	Vision	13	18.3	54.9
	Security	2	2.8	57.7
	Density	3	4.2	62.0
	Transparency	21	29.6	91.5
	Sound Control	6	8.5	100.0
	Total	71	100.0	100.0

Gambar 2. Persepsi Kaca sebagai Material Mebel (Sumber: Akinluyi, et al., 2012)

Dari sekian alasan memilih kaca, alasan keamanan dan kepadatan (security dan density) dinilai paling kecil, serupa dengan hasil wawancara terhadap PT Roxy Meubelindo sebagai mitra penelitian. Walaupun dengan kemajuan teknologi material, kaca masih suka dipandang tidak aman dan mudah pecah. Mebel kaca lebih ditakuti lagi dengan insiden produk IKEA yang pecah dan menjadi viral (<https://www.foxnews.com/lifestyle/ikea-glass-furniture-is-spontaneously-exploding-customers-say>, diakses pada 15 Oktober 2018).

Dari ribuan merk yang menjual produk mebel, hanya ada beberapa yang fokus pada material kaca seperti Glassdomain, Fiam, dan beberapa lainnya. Merk lain fokus pada material lain

seperti kayu, rotan, metal, dan sebagainya.

Belum ada merk mebel Indonesia yang fokus pada kaca, yang ada hanyalah pabrik kaca yang juga menawarkan produk mebel, seperti Maruniglass atau Eztuglass. Itupun mebel standar yang menggunakan kaca hanya sebagai tabletop. Lainnya menggunakan kaca lembaran hanya sebagai material kombinasi, paling umum, lagi-lagi sebagai tabletop.

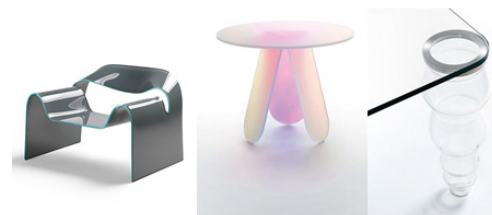


Gambar 3. Produk Mebel Maruniglass (Sumber: Maruniglass.net/products/, 2018)

Dari sekian banyak desainer dan merk mebel Indonesia seperti Fabelio, Kekayuan, Kayunara, AlvinT, Sika, Abie Abdillah, Ethnicraft, Saniharto, dan lain sebagainya, semua berlomba-lomba mengunggulkan desain berbahan kayu atau rotan. Jika selalu digaungkan bahwa rotan adalah material yang ramah lingkungan, pada suatu waktu ketika material itu terus menerus dipakai, maka akan habis juga, sama seperti kondisi kayu pada saat ini. Berdasarkan studi di India, walaupun banyak keunggulan kaca untuk kebutuhan rumah, konsumen masih terus mencari alternatif material yang lebih murah, seperti kayu (Agarwal, 2016).

Melihat kondisi pasar mebel online saat ini, dari 729 produk yang termasuk dalam kategori meja di ruparupa.com, hanya ada 10 meja kaca (ruparupa.com, diakses pada 15 Oktober 2018). Itupun kaca sebagai material kombinasi, misalkan dengan metal atau MDF.

Padahal kaca apabila diolah dengan lebih modern, bisa dikreasikan menjadi berbagai produk mebel yang indah. Berikut referensi produk mebel kaca dari beberapa merk Italia.



Gambar 4. Varian Mebel Kaca Merk Italia (Sumber: Fiamitalia.it, 2018)

Melihat betapa kontrasnya teknik dan eksplorasi desain mebel kaca antara Indonesia dan luar negeri, seharusnya masih banyak peluang desain mebel kaca bisa berkembang di Indonesia. No supply no demand. Memang kondisi ini seperti telur dan ayam. Tetapi melihat sejarah Ford, jika konsumen kala itu ditanya akan mode transportasi baru apa yang ingin dikembangkan, mereka akan meminta kuda jenis baru yang bisa berlari lebih kencang. Tetapi, ketika Ford Model A dikembangkan, barulah konsumen tertarik dan ingin membeli. Memang mengembangkan mebel kaca di 2018 tidak seeksentris mengembangkan mobil pada era 1900an, tetapi prinsipnya adalah sama. Produsen atau peritel harus semakin pintar menyediakan ragam produk baru, atau akan selalu terjepit dengan persaingan harga karena bermain di ragam produk yang serupa tak sama. Disini, desainlah yang mengambil peran.

Berdasarkan temuan dari penelitian Agarwal (2014), kaca belum memiliki pasar yang besar di India dan belum melekat di hati konsumen. Walaupun kaca memiliki banyak keunggulan dibanding material kompetitor lainnya, konsumen India tidak tahu dan tidak mengerti akan keunggulannya. Inilah salah satu alasan akan penggunaan per kapita yang rendah dibanding material kompetitor lainnya. Kaca memiliki potensi pertumbuhan yang besar di India dan akan melampaui kapasitas produksinya. Tetapi potensi itu harus diimbangi informasi kepada konsumen tentang mengapa kaca itu baik bagi mereka dan bagi bumi. Dari sekian jenis kaca yang tersedia, karakter material dan keunggulannya harus dijelaskan satu persatu agar konsumen mengerti. Dari hasil penelitian Agarwal (2014), berikut analisa SWOT material kaca:

Tabel 1. Analisa SWOT Material Kaca

<p>Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nilai estetika - Ringan - Sarat inovasi teknologi - Variasi produk - Ramah lingkungan - Sifat daur ulang 	<p>Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> - Harga produksi tinggi - Biaya R&D tinggi - Resiko saat pengangkutan - Mudah pecah - Isu keamanan produk konsumen - Kurangnya pengetahuan konsumen akan kualitas, variasi, dan aplikasi kaca
<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konsumsi kelas menengah yang meningkat - Urbanisasi 	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kaca berkualitas rendah dari China - Kompetisi langsung dari industri lain (plastik, lainnya). - Kurangnya pengetahuan konsumen akan kualitas, variasi, dan aplikasi kaca

Sumber: Agarwal (2014)

Sesuai dengan penelitian (Caluri & Luzzati, 2016), green purchase terjadi sejalan dengan low-cost hypothesis. Artinya green purchase itu mungkin jika biaya yang dikeluarkan itu kecil. Dalam penelitian juga disebutkan bahwa daya beli juga adalah salah satu faktor utama dalam green purchase, berhubung produk-produk ramah lingkungan itu biasanya (lebih) mahal. Sehubungan dengan daya beli, maka orang dewasa (lebih tua) lebih cenderung mampu membeli produk ramah lingkungan yang terkategori mahal. Wanita cenderung lebih berperilaku membeli produk ramah lingkungan dibandingkan pria. Sesuai wawancara terhadap kepala marketing PT Massindo International (2016), umumnya wanita adalah pembuat keputusan terhadap pembelian produk-produk ranjang (mebel).

Sehingga tujuan perancangan disini adalah (1) mengembangkan lini 100% mebel kaca agar bisa produksi in-house sekaligus memanfaatkan potongan kaca sisa proyek Roxyglass yang ukurannya masih cukup besar; (2) memberikan lebih banyak pilihan kepada konsumen bahwa mebel tidak melulu harus kayu, rotan, metal, upholstery, atau plastik; (3) mengedukasi konsumen bahwa kaca itu material yang bisa didaur ulang terus menerus tanpa menghasilkan limbah; (4) memberikan pengetahuan bahwa teknologi saat ini sudah menghasilkan kaca yang jauh lebih aman; (5) melakukan review produk hasil desain di Jakarta Design Center dan Indobuilttech 2019.

METODE PENELITIAN

Ada 5 tahapan metode penelitian yang dilakukan: (1) diskusi awal untuk saling menyampaikan ide peneliti dan mitra penelitian; (2) survei pabrik dan showroom; (3) riset pasar dan referensi; (4) proses desain; (5) Teknis, termasuk revisi, pembuatan prototype, pameran; (5) Survei persepsi atas desain yang telah dihasilkan.

Survei dilakukan untuk melihat kondisi pabrik terkini, kemampuan dan kapasitas produksi pabrik. Adapun mesin-mesin yang digunakan di pabrik adalah: mesin pencuci kaca otomatis, mesin pemotong CNC, mesin laminated glass otomatis, mesin teknologi cutting edge, mesin pemotong waterjet, mesin tempered glass, texturing oven, mesin cutting bevel & edge, mesin polishing, wire bending, dan alat tas. Dari mesin-mesin yang ada di pabrik, mesin no.3 bisa dipakai untuk mengembangkan berbagai koleksi laminate; mesin no.7 bisa dipakai untuk mengembangkan koleksi texturing dengan pola khas Roxyglass atau pola atau tekstur baru

lainnya. Mesin lainnya adalah mesin standar yang memang dibutuhkan untuk pendukung.

Riset dilakukan untuk mencari produk kompetitor lokal, referensi brand internasional, dan survei konsumen terhadap mebel kaca.

Dari 90 responden yang telah disurvei mengenai kaca dan mebel kaca (58.9% perempuan, 41.1% laki-laki) dengan rentang usia 20-44 tahun, berprofesi sebagai pekerja kantor, pengusaha, ibu rumah tangga, dan mahasiswa, berikut hasilnya: 80% responden memiliki mebel kaca di rumah; 72.2% responden tidak tahu bahwa mebel kaca bisa dibuat tanpa hardware; 66.7% responden masih khawatir untuk menggunakan mebel kaca bila ada anak kecil di rumah; 33.1% responden tidak tahu bahwa kaca adalah material yang kuat; 35.6% responden tidak tahu bahwa kaca tempered akan menjadi potongan-potongan kecil dan tidak setajam kaca biasa saat pecah; 50% responden tidak mengerti mengapa fabrikasi kaca mahal; 73.3% responden menyadari material mebel yang biasa kita pakai seperti kayu dan rotan sudah mulai langka; 43.3% responden tidak tahu bahwa kaca adalah material yang dapat di daur ulang secara terus menerus tanpa menghasilkan limbah; 36% responden tidak pernah melihat mebel kaca selain hanya sebagai table top; 56.7% responden mau membeli mebel ramah lingkungan dengan harga yang lebih mahal dibanding mebel material lain yang lebih murah tetapi tidak ramah lingkungan; 53.3% responden pernah membeli mebel kaca (kombinasi material kaca) seharga Rp 5-10 juta; 38.9% pernah membeli dengan harga <Rp 5 juta; 5.6% pernah membeli dengan harga Rp 10-20 juta; dan hanya 2.2% responden yang pernah membeli mebel kaca di atas Rp 20 juta; Item mebel kaca yang paling cocok dan diperlukan di rumah: coffee table, storage, dan side/ console table; saran untuk desain: kurangi sudut-sudut tajam pada kaca, harga murah, konstruksi yang kuat, minimalis, menggunakan material yang kuat, combine texture, thickness and color over shape exploration

Mengikuti arahan penelitian sebelumnya, awalnya ingin dikembangkan 2 rekomendasi desain umum:

1. Basic affordable (low-cost hypothesis untuk kalangan dewasa muda yang lebih memikirkan biaya). Koleksi ini menggunakan teknik-teknik fabrikasi kaca yang lebih sederhana, dan bisa menggunakan material sisa proyek.
2. Premium signature (sesuai daya beli yang lebih tinggi untuk dewasa yang lebih

mapan). Koleksi ini juga mengangkat teknik-teknik fabrikasi kaca yang lebih rumit, dan menggunakan material yang berkualitas lebih tinggi.

Namun melalui proses diskusi bersama Roxyglass, diketahui bahwa proses fabrikasi kaca di Indonesia memang pada dasarnya mahal, maka koleksi yang dikembangkan lebih baik diarahkan ke Premium Signature saja. Koleksi ini juga mengangkat teknik-teknik fabrikasi kaca Roxyglass yang khas dan best-selling. Karena jika produk yang dikembangkan untuk pasar murah, lagi-lagi konsumen akan membandingkan dengan produk kaca China yang murah dan pada dasarnya berkualitas lebih rendah. Ada harga ada rupa, dan biasanya berujung kaca hanya sebagai table top, menggunakan kaca dengan grade lebih rendah (yang lebih mudah pecah atau retak), atau menggunakan teknik sederhana yang bisa dilakukan semua fabrikator kaca. Alhasil tujuan penelitian tidak tercapai jika mengembangkan produk kategori basic affordable.

Jenis produk yang dikembangkan tetap sesuai penelitian Agarwal (2014) yang meliputi produk aneka meja (coffee table, side table, dining table, console table) dan rak (storage, shelf). Desain yang dianggap potensial akan langsung dibuatkan sample oleh Roxyglass. Sample dikumpulkan dan dipamerkan di showroom Jakarta Design Center dan pameran Indobuildtech 2019 untuk diperlihatkan ke pasar.

Adapun pertanyaan yang akan ditanyakan saat survei persepsi lebih bersifat focus group discussion untuk melihat apakah desain baru lebih baik & lebih aman dari yang telah ada di pasaran. Berikut daftar kegiatan FGD:

- Mengundang peserta FGD sesuai target market Roxyglass, diutamakan ibu-ibu (muda) berusia 25-60 tahun menengah ke atas (kelas upper middle, kelas B atau A). Peserta ditempatkan dalam ruangan yang telah di-setting seperti living room sesuai interior/ dekorasi yang mirip seperti rumah target market.
- Diperlihatkan sebanyak mungkin foto mebel-mebel yang umum & mebel kaca yang dijual di berbagai toko ritel fisik ataupun online di Indonesia, seperti di Informa, Ace Hardware, Ikea, Ashley, Ethnicraft, Pendopo, Melandas, Malinda, Vivere, Vinoti, Eztuglass, Maruni, Rupa-rupa, Tokopedia, Lazada, dan lainnya. Foto menampilkan produk secara keseluruhan

dan foto detail (hardware, kombinasi kaca dengan material lain, harga).

- Diberikan fakta mengenai penggunaan, ekspor impor material kayu, rotan, busa, dan lainnya, untuk bahan baku pembuatan mebel, baik di Indonesia ataupun di dunia.
- Diberikan penjelasan mengenai perbedaan kaca murah vs kaca berkualitas; kaca biasa vs kaca tempered dari sisi proses dan harga.
- Memperlihatkan sample desain baru, memberikan penjelasan mengenai spesifikasi produk, memberikan kesempatan mencoba sample (dilihat, dipegang, diangkat, dipindahkan, ditimpa, dicobakan bersama sofa, diletakkan barang, dan lainnya dalam lingkup ruang tamu/ ruang keluarga pada umumnya)
- Membuka ruang untuk opini
- Merangkum hasil opini

Merancang hingga menjadi produk akhir pada dasarnya membutuhkan waktu. Ada kalanya butuh setidaknya 1 tahun atau lebih untuk mengembangkan 1 produk (koleksi) yang sempurna. Apabila hingga periode berakhirnya penelitian, produk jadi sudah sempurna, maka survei persepsi konsumen terhadap produk kaca yang diteliti bisa dilaksanakan. Namun, apabila hingga periode berakhirnya penelitian, produk masih harus direvisi, maka survei persepsi ditunda dulu, sehingga hasil akhir penelitian adalah rekomendasi desain dan sample.

Penelitian persepsi pada umumnya memiliki obyek penelitian yang sudah jadi/siap/semurna, sedangkan pada penelitian ini, obyeknya harus dirancang dan dibuatkan sample-nya terlebih dulu. Dalam industri desain produk, pembuatan sample bisa berkali-kali hingga puluhan kali untuk mendapat hasil sempurna. Sehingga penelitian ini membutuhkan proses yang lebih lama dibandingkan penelitian persepsi biasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ada 26 desain yang diajukan selama proses penelitian dengan ringkasan tanggapan yang dapat dilihat pada tabel 2.

Desain 3, 4, dan 20 yang mendapat tanggapan baik dibuatkan mock-up menggunakan Styrofoam untuk melihat proporsi 1:1. Setelah itu dibuatkan gambar bentangan kaca untuk produksi sample.



Gambar 5. Mock-up Styrofoam
(Sumber: Dokumen pribadi, 2019)



Gambar 6. Dua Koleksi Terpilih: Coral Collection
(Sumber: Dokumen pribadi, 2019)



Gambar 7. Kaca Coral Khas Roxyglass
(Sumber: Dokumen pribadi, 2019)



Gambar 8. Sample
(Sumber: Dokumen pribadi, 2019)

Tabel 2. 26 desain yang diajukan selama proses penelitian dengan ringkasan tanggapan

Koleksi	Kelebihan	Kekurangan
1	Desain baik, proporsi tepat, tekstur menarik, bisa diproduksi	Warna <i>gold</i> kurang cocok untuk ruang tamu yang cenderung netral
2		Bagian <i>table base</i> yang terbelah membuat konstruksi kurang kuat
3	Desain baik, proporsi tepat, tekstur menarik	
4		
5	Proporsi baik	Kaca terlalu polos
6		
7		Kaca terlalu berwarna-warni, agak kurang cocok untuk ruang tamu yang cenderung netral
8		Kaca terlalu polos
9		Susah memproduksi <i>antique mirror</i> dengan <i>edging</i> 45 derajat yang rapih
10		
11		
12		
13		
14		
15		Sulit memproduksi bentangan kaca yang kemudian butuh dibending seperti desain; <i>edging antique mirror</i> kurang rapih
16		
17	Desain menarik	UV <i>glue</i> kurang kuat untuk menahan penampang <i>table base</i> yang hanya berdiameter sekian cm
18		
19		
20	Desain menarik, terlihat <i>warm</i> , bisa diproduksi	
21	Desain menarik	sudut terlalu tajam
22	Belum ada tanggapan	
23		
24		
25		
26		

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

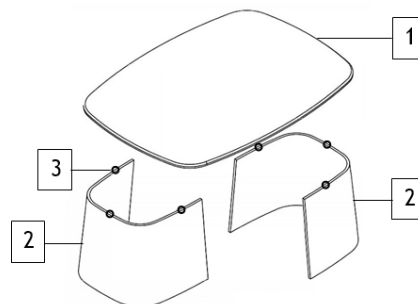


Gambar 9. Produk dan Lingkungan
(Sumber: Dokumen pribadi, 2019)



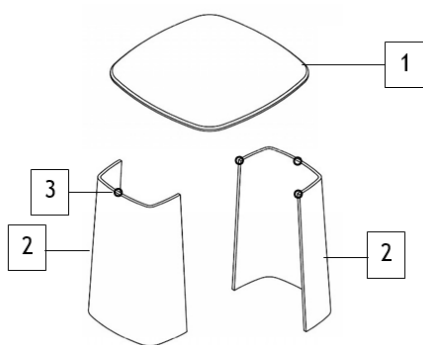
Gambar 10. Display Sample di Jakarta Design Center & Indobuildtech 2019
(Sumber: Dokumen pribadi, 2019)

Material utama yang digunakan adalah kaca lembaran bening (clear float glass) dari Asahi (Indoflot).



Gambar 11. Spesifikasi Coffee Table
(Sumber: Dokumen pribadi, 2019)

1. table top 900x600x10 mm;
2. table base 320x320x8mm;
3. silikon anti-slip



Gambar 12. Spesifikasi Coffee Table
(Sumber: Dokumen pribadi, 2019)

1. table top 500x500x10 mm;
2. table base 155x490x8mm;
3. silikon anti-slip

Berikut berat masing-masing produk:

Coffee Table

Table Top : 0.531 m² x 25 kg = 13.275 kg

Table Base : 0.2756 m² x 20 kg = 5.512 kg

Total berat coffee table = 18.787 kg

Side Table

Table Top : 0.2253 x 25 = 5.6325 kg

Table Base : 0.2394 m² x 20 kg = 5.985 kg

Total berat side table = 11.6175 kg

Tabel 2. Hasil Tanggapan Pengguna

No.		A	B	C	D	E	Rata-Rata
1	Desain	4	5	5	5	4	4,6
2	Ide Desain (Sustainable)	5	5	4	5	5	4,8
3	Kepraktisan	5	5	5	5	4	4,8
4	Kenyamanan	5	4	5	4	5	4,6
5	Keamanan	3	4	3	2	3	3
6	Mudah dipindahkan	4	3	4	3	3	3,4
7	Berat	4	5	5	5	5	4,8
8	Compact	5	4	3	4	4	4
9	Ukuran	4	5	5	4	4	4,4
10	Harga	2	3	4	2	4	3
NILAI KESELURUHAN							4,14

1: sangat buruk, 5: sangat baik

Sumber: dokumen pribadi, 2019

Hasil nilai rata-rata pengguna (target market umur 30-50 tahun, kalangan menengah ke atas) menunjukkan nilai yang masih tergolong baik. Tetapi nilai keamanan masih tergolong rendah karena desain table base belum maksimal. Harga meja yang dijual mulai Rp 9,9 juta saat pameran dinilai masih terlalu tinggi bagi beberapa user. Tanggapan lain adalah silikon anti-slip yang kelihatan kurang bagus karena kelihatan dari table top yang berwarna bening.

KESIMPULAN

Produk mebel ini secara estetika telah memenuhi tujuan perancangan yaitu menggunakan material 99% kaca tanpa hardware. Sedangkan secara konstruksi meja ini masih kurang maksimal dikarenakan keterbatasan teknik produksi pada material kaca. Sample perlu direvisi lagi untuk mengatasi agar kedua bagian table base bisa disatukan dengan baik. Adapun Strength dalam produk ini adalah: menjadi product line baru untuk Roxyglass, memiliki desain 99% kaca dengan teknik forming bending yang jarang ditemukan di Indonesia, ramah lingkungan. Weaknesses produk ini adalah biaya produksi yang mahal, dan proses produksi yang relatif sulit dan lama. Opportunities-nya adalah produk ini bisa menarik minat masyarakat menengah ke atas untuk membeli mebel dengan material berbeda (99% kaca); menawarkan opsi material yang tidak menghasilkan limbah; membuka peluang eksplorasi desain yang berbeda. Threat produk ini adalah mebel kaca impor yang menjadi saingan Roxyglass, bentuk desain yang terbatas, pandangan orang yang sensitif dan menganggap kaca sangat fragile.

Adapun yang belum terlaksana dalam periode penelitian ini adalah: Produk bisa dibuat lebih rapih dengan molding kaca yang presisi; Melakukan tes ketahanan beban / QC dari pabrik; perhitungan biaya material dan produksi dari pabrik; Menggunakan rubber anti-slip yang lebih invisible; survei persepsi setelah desain ini 4 poin di atas direvisi

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih ditujukan kepada LPPM UPH yang mendanai penelitian ini dengan nomor surat kontrak penelitian P-006/SoD/II/2019 dan Roxyglass sebagai mitra penelitian yang membantu produksi prototype.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, S. 2014. **Consumer Perception of Glass Products in India**. https://www.academia.edu/7096269/A_STUDY_ON_THE_CONSUMER_PERCEPTION_OF_GLASS_PRODUCTS_IN_INDIA.
- Akinluyi, M.L., Akingbohunge, D.O., Ayoola, H.A. 2012. **Perception of the Use of Glass in Housing: A Case Study of Ado-Ekiti, Nigeria**. Journal of Environment of Earth Science. ISSN 2224-3216 (Paper) ISSN 2225-0948 (Online) Vol 2, No.7
- Andac & Guzel. 2017. **Attitudes of Families with Children towards Eco-**

- friendly Designed Furniture: Kayseri Sample.** BioResources 12(3), 5942-5952.
- Caluri, L., Luzzati, T. (2016). **Green purchases: an analysis on the antecedents of eco-friendly consumer's choices.** <https://www.ec.unipi.it/documents/Ricerca/papers/2016-207.pdf>
- Letteri, Chris. (2002). **Glass: materials for inspirational design.**
<https://www.ashleyfurniture.com/p/coylin-coffee-table/T136-8.html>
[http://www.amfg.co.id/assets/brosur/01-Architectural%20Glass.compressed\(1\).Pdf](http://www.amfg.co.id/assets/brosur/01-Architectural%20Glass.compressed(1).Pdf)
<https://www.dreieck-design.com/en/products/buy/coffee-tables/nic/#>
<https://elegant-furniture.en.made-in-china.com/Product-Catalogs/www.eztuglass.com>
https://www.gomodern.co.uk/store/search.php?mode=search&page=1&keep_https=yes
<https://www.hafele.com/com/en/>
<https://maruniglass.net>
<https://roxyglass.com>