

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Merchandise adalah kegiatan pengadaan barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko untuk disediakan dalam jumlah, waktu dan harga yang sesuai dengan mencapai tujuan toko (Ma'ruf, 2006:135). Biasanya, *Merchandise* dihadirkan untuk mengingat sebuah *brand* agar setiap konsumen tetap mau menempatkan *brand* atau merek tersebut sebagai pilihan utama ketika berbelanja. Dalam dunia pemasaran, *merchandise* memiliki peranan yang sangat penting untuk mengenalkan merek dan membentuk *brand image* suatu perusahaan kepada banyak orang. Hal tersebut tentu saja sebagai bentuk komunikasi yang juga merupakan salah satu strategi pemasaran, salah satunya digunakan untuk meningkatkan perekonomian daerah.

Sumatera Utara merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki etnik, suku, budaya, lokal genius, bangunan, transportasi, dan juga tempat wisata yang beragam. Sebagai provinsi yang memiliki potensi tinggi terhadap tempat wisata, Sumatera Utara juga memiliki *merchandise* khusus yang disajikan kepada wisatawan. Tetapi kebanyakan *merchandise* yang disajikan masih dalam bentuk tradisional seperti patung-patung adat, rumah adat, kain tenun, dll. Padahal, potensi wisata di Sumatera Utara ini, tidak hanya kuat di wisata daerah ataupun wisata tradisi, melainkan juga memiliki potensi wisata kota. Wisata kota sendiri masih banyak ikon-ikon wisata yang bisa dijadikan *merchandise*, salah satunya transportasi.

Transportasi merupakan salah satu sarana perhubungan yang sangat penting dalam hal segala aktivitas manusia. Sebuah kota yang merupakan pusat ekonomi suatu daerah tentunya memerlukan jenis transportasi untuk memindahkan barang atau orang yang bertujuan untuk menunjang proses ekonomi yaitu produksi, distribusi dan konsumsi yang berada didalam wilayah kota. Keberadaan jenis transportasi kota bisa berupa bus, taksi, kereta api, angkutan umum ataupun becak. Jenis transportasi kota biasanya disesuaikan dengan keadaan geografis dari kota tersebut.

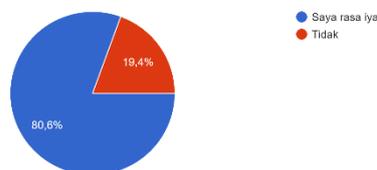
Provinsi Sumatera Utara sendiri tentunya banyak transportasi yang bisa dibidang memiliki nilai khas tersendiri. Misalnya becak motor Siantar, becak ini hanya dapat ditemukan di kota Pematangsiantar dan sekitarnya yang menggunakan tenaga mesin motor buatan *The Birmingham Small Arms Company (BSA)*, yang unik dari becak motor ini adalah menggunakan motor dengan kapasitas mesin 500cc. (Fitrianda Hilba, 2018).

Kota Medan juga terdapat transportasi ikonik berupa transportasi umum yang sudah berusia lanjut namun masih digunakan hingga saat ini. Warga lokal menyebutnya dengan *sudako*. Dalam catatan Koperasi Umum Pengangkutan Medan (KPUM), *sudako* disebut sudah beroperasi di Kota Medan sejak tahun 1970an. *Sudako* memiliki banyak keunikan tersendiri, selain bentuknya yang kotak dengan pintu masuk penumpang terdapat dibelakang, yang tak kalah unik ialah adanya bel komunikasi yang digunakan penumpang untuk turun yang tidak dimiliki oleh transportasi umum lainnya. (Sasli Pranoto, 2018).

Kota Padangsidempuan, juga terdapat transportasi ikonik berupa becak motor vespa. Becak motor ini sebagai produk khas ala kota Padangsidempuan. Becak motor vespa di kota Padangsidempuan ini merupakan transportasi yang sangat diminati oleh masyarakat setempat. Para masyarakat disana biasanya menggunakan becak vespa untuk keperluan belanja ke pasar, pergi ke kantor dan juga mengantar anak-anak sekolah. (Rianto, 2017)

Dengan potensi yang begitu besar, tentunya ini bisa menjadi sesuatu yang bisa digarap bagi penggiat industri kreatif yang bergerak dibidang *merchandise* di Sumatera Utara, sehingga penggiat industri kreatif tidak hanya berfokus pada jenis yang tradisional saja, namun juga bisa menggarap ke jenis dengan tema transportasi ikonik juga. Berdasarkan observasi dan kuesioner yang telah penulis sebar ke 36 pekerja kreatif yang ada di Sumatera Utara khususnya di Kota Medan, hasilnya 80,6% mengatakan bahwa proses pembuatan *merchandise* di Sumatera Utara masih menggunakan metode pahat dan ukir yang masih menggunakan metode keterampilan tangan atau *hand skill* dalam pembuatannya. Sedangkan 19,4% lainnya tidak setuju dengan hal itu.

Apakah Merchandise miniatur di Sumatera Utara masih diproses menggunakan metode handskill dalam pembuatannya? (seperti : pahat, ukir, dll)
36 jawaban



Gambar I.1. Diagram penelitian metode
(Sumber : Google Form, Gusnadi Ardiansyah, 2021)

Hal itu tentunya sangat disayangkan sekali mengingat potensi wisata kota di Sumatera Utara ini juga tidak kalah menarik wisatawan. Dari permasalahan tersebut, penulis memiliki ide untuk mengangkat transportasi ikonik yang ada di Sumatera Utara sebagai *merchandise* yang dikemas atau disajikan dengan nuansa lebih *modern*, yaitu berbentuk replika miniatur transportasi ikonik yang dibuat dengan teknik *3D printing* dan disajikan lengkap dengan *packaging* sehingga terlihat lebih menarik.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dituliskan sebelumnya, rumusan masalah yang kemudian diangkat pada penelitian ini adalah bagaimana membuat replika miniatur transportasi ikonik Sumatera Utara yang disajikan secara *modern* untuk keperluan *merchandise*.

I.3. Batasan Masalah

Dalam penulisan skripsi karya ini luasnya ruang lingkup yang didapat, maka dari itu penulis membatasi hal-hal yang dibahas :

1. Objek transportasi ikonik yang akan dibuatkan produk hanya berjumlah 5 jenis transportasi ikonik di Sumatera Utara, yaitu Becak motor BSA (Pematangsiantar), Becak vespa (Padangsidempuan), Kapal Motor Danau Toba (Toba-Samosir), Angkutan Umum Sudako (Medan), dan Bus Antar Lintas Sumatera (ALS) generasi pertama (Kota Nopan).
2. Lokasi yang menjadi sasaran tempat pengamatan yaitu hanya pada daerah yang memiliki transportasi ikoniknya sendiri seperti Kota Medan, Kota Pematangsiantar, Kota Padangsidempuan, Kota Nopan dan Toba-Samosir.

3. Karya final yang akan dibuat yaitu replika transportasi ikonik dengan menggunakan metode 3D Printing dengan skala miniatur.

I.4. Tujuan

Adapun tujuan dalam penulisan skripsi karya ini adalah sebagai berikut:

1. Memperkuat *brand image* dan nilai jual produk di Sumatera Utara melalui ikon transportasi.
2. Meningkatkan profit atau keuntungan terhadap pemasukan daerah Sumatera Utara melalui pengrajin lokal.
3. Mendatangkan lebih banyak konsumen untuk membeli *merchandise* khas Sumatera Utara.

I.5. Manfaat

Adapun manfaat dalam penulisan skripsi karya ini adalah sebagai berikut :

1. Promosi wisata kota di Sumatera Utara terlaksanakan melalui transportasi ikonik.
2. Meningkatnya omzet pengrajin di Sumatera Utara akibat produk yang memiliki nilai jual.
3. Terlestarikannya ikon transportasi khas Sumatera Utara melalui *merchandise*.