

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

A. Analisa Permasalahan Perusahaan

a. Temuan Masalah

Jasmine Gallery memiliki produk dengan konsep etnik modern berbasis wastra Nusantara yang cukup menarik, namun terdapat beberapa kendala yang masih dihadapi dalam pengembangan usaha, yaitu:

- a) Keterbatasan dalam visualisasi produk. Selama ini, promosi produk masih menggunakan dokumentasi foto sederhana yang tidak sepenuhnya menampilkan detail kain, tekstur, dan bentuk jatuh kain. Hal ini membuat konsumen kesulitan membayangkan produk secara nyata.
- b) Biaya produksi sampel fisik yang relatif tinggi. Untuk setiap desain baru, Jasmine Gallery harus membuat prototype fisik sehingga membutuhkan waktu, tenaga, dan biaya tambahan.
- c) Promosi digital yang kurang maksimal. Walaupun telah menggunakan media sosial dan marketplace, daya tarik visual konten belum mampu bersaing dengan brand fesyen lain yang sudah memanfaatkan visualisasi modern.
- d) Keterbatasan kapasitas desain digital. Jasmine Gallery belum sepenuhnya menguasai teknologi desain 3D, sehingga masih bergantung pada desain manual atau foto hasil produksi fisik.

b. Perumusan Masalah

Berdasarkan temuan masalah tersebut, maka permasalahan yang dirumuskan dalam kegiatan Kerja Praktek ini adalah:

- a) Bagaimana pemanfaatan teknologi CLO3D dapat meningkatkan kualitas visualisasi produk Jasmine Gallery?
- b) Bagaimana implementasi desain sederhana ke dalam CLO3D mampu mengurangi kebutuhan pembuatan sampel fisik?
- c) Bagaimana visualisasi 3D berpengaruh terhadap efektivitas strategi pemasaran digital Jasmine Gallery?

c. Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3 Kerangka Penyelesaian Masalah

B. Landasan Teori

a. Pengertian PKM

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) yang diluncurkan oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi pada tahun 2001 merupakan salah satu upaya untuk menumbuhkan, mewadahi, dan mewujudkan ide kreatif serta inovatif mahasiswa. PKM memberikan dampak terhadap peningkatan prestasi mahasiswa dan prestasi perguruan tinggi dalam pemeringkatan

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Faculty of Healty Sciences Jendral Soedirman Univercity). Proposal yang lolos seleksi akan menerima dana sebesar Rp5.000.000 hingga Rp 10.000.000 per judul. Penyaluran dana hibah dilakukan dalam beberapa tahap, contohnya 70% di tahap pertama dan 30% di tahap kedua, bergantung pada aturan yang ditetapkan oleh tiap perguruan tinggi.

b. Pengertian Kewirausahaan

Menurut Ramos-Rodriguez (2024), pengenalan peluang usaha sangat dipengaruhi oleh modal intelektual dan sosial yang dimiliki individu. Akses terhadap jaringan dan pengetahuan dasar merupakan kunci dalam mengenali dan menjalankan ide bisnis secara efektif (Ramos, 2010).

c. Teknologi CLO3D dalam Desain Fesyen

CLO3D adalah perangkat lunak desain fesyen berbasis Computer-Aided Design (CAD) yang memungkinkan perancangan pakaian dalam bentuk tiga dimensi. Fitur utama CLO3D meliputi:

- Pembuatan pola digital sesuai standar industri.
- Simulasi kain dengan tingkat realisme tinggi (tekstur, elastisitas, dan draping/jatuh kain).
- Rendering visual berupa gambar atau animasi interaktif.
- Virtual fitting, yaitu uji coba busana pada avatar 3D sebelum diproduksi secara nyata.

Menurut Choi & Cho (2019), penggunaan CLO3D mampu mengurangi biaya produksi sampel hingga 50% karena desain dapat divalidasi dalam

bentuk digital sebelum masuk tahap produksi fisik. CLO3D juga meningkatkan kecepatan prototyping, meminimalkan kesalahan, serta memperbaiki komunikasi antara desainer dan konsumen.

d. Visualisasi 3D sebagai Media Pemasaran

Visualisasi produk dalam format tiga dimensi (3D) memiliki pengaruh signifikan dalam strategi pemasaran digital. Kim & Kim (2021) menemukan bahwa generasi milenial dan Gen-Z lebih responsif terhadap konten visual yang interaktif, karena memberikan pengalaman mendekati realitas. Dalam konteks fesyen, visualisasi 3D memungkinkan konsumen untuk melihat detail produk dari berbagai sudut pandang, bahkan sebelum produk diproduksi secara nyata.

Bagi Jasmine Gallery, penerapan visualisasi 3D melalui CLO3D tidak hanya berfungsi sebagai alat desain, tetapi juga menjadi media pemasaran digital. Output berupa katalog 3D, animasi, dan gambar rendering dapat digunakan di media sosial maupun marketplace, sehingga meningkatkan daya tarik konsumen dan memperkuat brand positioning sebagai fesyen etnik modern berbasis teknologi.

C. Metode Yang Digunakan

Metode pelaksanaan kerja praktek di Jasmine Gallery meliputi beberapa tahapan sebagai berikut:.

a. Observasi dan Analisis Kebutuhan

Tahap awal adalah melakukan observasi terhadap proses desain dan promosi yang ada di Jasmine Gallery. Dari hasil observasi ditemukan

bahwa visualisasi produk masih sederhana, sehingga diperlukan inovasi berbasis digital.

b. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik usaha, diskusi dengan tim desain, serta studi literatur mengenai penggunaan CLO3D dalam industri fesyen. Menurut Creswell (2014), kombinasi antara data primer (lapangan) dan data sekunder (literatur) dapat memperkuat validitas penelitian.

c. Pembuatan Pola Digital dengan CLO3D

Desain produk sederhana seperti vest dan totebag dibuat dalam bentuk pola digital. Proses ini meliputi pembuatan pola dasar, pengaturan ukuran, serta penyesuaian motif kain berbasis wastra Nusantara.

d. Simulasi Produk dalam Format 3D

Setelah pola digital selesai, CLO3D digunakan untuk mensimulasikan jatuh kain, tekstur, serta fitting pada avatar. Simulasi ini bertujuan memberikan gambaran realistis sebelum produk diproduksi.

e. Rendering dan Output Visual

Hasil simulasi dirender menjadi gambar dan animasi. Output ini digunakan sebagai bahan katalog online dan konten promosi digital di media sosial Jasmine Gallery.

D. Evaluasi Hasil Implementasi

Tahap akhir adalah membandingkan hasil visualisasi produk menggunakan CLO3D dengan metode promosi sebelumnya. Evaluasi dilakukan berdasarkan efektivitas biaya, kualitas visualisasi, serta respon konsumen.

Metode ini selaras dengan pendekatan practice-based research dalam desain, yaitu riset yang berfokus pada praktik kreatif untuk menghasilkan solusi nyata dalam industri (Candy & Edmonds, 2018).