

BAB III

IDENTIFIKASI DATA

A. Profil Perusahaan

Usaha kaos Anglo berawal dari sekumpulan anak muda yang pada saat itu masih kuliah, dan memiliki satu pemikiran yang sama, yaitu ingin menjadi pengusaha yang sukses. Ide kreatif usaha yang dihasilkan adalah membentuk usaha kreatif dengan mengangkat tema budaya dengan media kaos. Hasil dari *Brainstorming* yang dilakukan beberapa anak muda ini (Gilang, Kevin, Hendra) terciptalah sebuah nama *brand* kaos baru di Kota Solo, yaitu ANGLO. ANGLO merupakan singkatan dari Asli Oblong Solo. Anglo merupakan sebuah perusahaan berbentuk CV, yang bergerak di bidang industry *clothing*. Anglo berdiri resmi pada tanggal 14 Agustus 2013. Direktur dari Anglo adalah Gilang Primantio Putro. Letak Kantor Anglo pada saat ini berada di jalan Pakis No.57 Cemani, Sukoharjo. Saat ini pemasaran kaos Anglo dilakukan dengan cara membuka stand di Ngarsopuro Night Market setiap Sabtu malam.

Pembuatan nama Anglo bertujuan agar masyarakat lebih mudah untuk mengingat. Sedangkan Anglo sendiri dapat dikatakan sebuah nama yang unik sebagai nama dari suatu merk. Bagi masyarakat Jawa, Anglo adalah sebuah alat yang sering digunakan untuk memasak yang berbentuk tungku, ataupun sering juga digunakan dalam kebutuhan yang lain, misalnya sebagai kompor atau alat pemanas obat batik dan lain-lainnya. Berhubungan dengan hal ini, maka ilustrasi bentuk logo oleh perusahaan ini adalah berupa anglo, yang bertujuan agar lebih mudah diingat oleh masyarakat.

B. Visi dan Misi

1. Visi

Menjadikan Anglo sebagai magnet bagi pariwisata Kota Surakarta dalam bidang kaos oleh-oleh yang kreatif serta mengandung nilai budaya, dan meningkatkan citra Kota Surakarta yang termasuk salah satu kota kreatif di Pulau Jawa.

2. Misi

a. Mengembangkan merek Anglo sebagai ikon bagi perkembangan bisnis cinderamata di Surakarta dengan menampilkan desain yang edukatif

b. Membangun ikon baru sebagai kaos oblong yang memiliki standar kualitas tinggi.

3. Tujuan

Pada tahun 2014, sebuah forum bernama SCCN (*Solo Creative City Network*) mengajukan kota Surakarta menjadi salah satu kandidat *Creative City Network* (Jejaring Kota Kreatif) ke UCCN (*UNESCO Creative City Network*), walaupun pada akhirnya Surakarta belum berhasil menjadi bagian dari CCN sebagai kota kreatif. Tujuan dari Anglo adalah ikut serta dalam meningkatkan wisata kota Surakarta, agar menjadi salah satu kota kreatif di Indonesia. Surakarta dinilai mempunyai akar budaya dan kreativitas yang kental, karena setiap akhir pekan, jalan-jalan ditutup untuk menciptakan ruang kreatif bagi masyarakat. Yakni, menggelar *performing art*, pameran dan memberi kesempatan UKM pameran bahkan sampai izin usaha gratis.

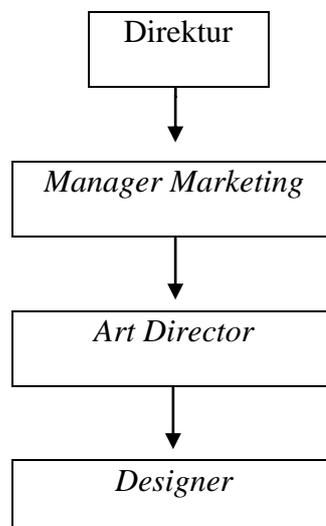
C. Struktur Organisasi

Pengertian Struktur Organisasi menurut (Malayu S.P Hasibuan, 2010:26) “Struktur Organisasi adalah suatu gambar yang menggambarkan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi, kedudukan dan jenis wewenang pejabat, bidang, dan

hubungan kerja, garis perintah dan tanggung jawab, rentang kendali dan sistem pimpinan organisasi”.

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa struktur organisasi menggambarkan kerangka dan susunan hubungan diantara fungsi, bagian atau posisi, juga menunjukkan hierarki organisasi dan struktur sebagai wadah untuk menjalankan wewenang, tanggung jawab dan sistem pelaporan terhadap atasan, dan pada akhirnya memberikan stabilitas dan kontinuitas yang memungkinkan organisasi tetap hidup, walaupun orang datang dan pergi. Struktur organisasi dapat menghindari atau mengurangi kesimpangsiuran dalam pelaksanaan tugas. Berikut adalah struktur organisasi Anglo :

- 1) Direktur : Gilang P.P.
- 2) Manager Marketing : Kevin L. Adi
- 3) Art Director : Hendra N.
- 4) Desainer : Satria



Gambar 3.1 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Anglo,
oleh Raden Nabila H. P., 2017

Pembagian Tugas:

1) Direktur

Direktur merupakan seseorang yang ditunjuk untuk memimpin perusahaan. Direktur dapat dikatakan sebagai seorang yang memiliki perusahaan tersebut atau orang professional yang ditunjuk oleh pemilik usaha untuk menjalankan dan memimpin perusahaan. Pada perusahaan Anglo, peran sebagai direktur diduduki oleh Gilang Primantio, dengan tugas-tugas sebagai berikut:

- a. Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan dibidang administrasi keuangan, dan kepegawaian.
- b. Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan pengadaan dan peralatan perlengkapan.
- c. Merencanakan dan mengembangkan sumber-sumber pendapatan serta pembelanjaan dan kekayaan perusahaan.
- d. Memimpin rapat umum, dalam hal: untuk memastikan pelaksanaan tata-tertib, keadilan dan kesempatan bagi semua untuk berkontribusi secara tepat, menyesuaikan alokasi waktu per item masalah, menentukan urutan agenda, mengarahkan diskusi, menjelaskan dan menyimpulkan tindakan dan kebijakan.
- e. Bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam hubungannya dengan dunia luar
- f. Menjalankan tanggung jawab dari direktur perusahaan sesuai dengan standar etika dan hukum.

2) *Manager Marketing*

Manajer memiliki banyak pekerjaan yang bisa di lihat dari segi fungsi manajemen yang dijalankan di bidang pemasaran, yaitu bagaimana proses manajemen tersebut di jalankan untuk dapat merubah sumber daya menjadi suatu produk yang nantinya dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Keinginan konsumen sangatlah beragam dan selalu berubah-ubah serta tak semuanya bisa terpenuhi. Kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi ini biasanya menjadi suatu keuntungan atau peluang bagi pembisnis yang perlu di manfaatkan. Di dalam perusahaan Anglo, peran sebagai manajer diduduki oleh Kevin, dengan tugas mengatur strategi pemasaran , sehingga perusahaan mendapat pelanggan yang memiliki loyalitas yang tinggi terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Tugas-tugas tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Mempelajari kebutuhan maupun keinginan dari konsumen.
- b. Mengembangkan suatu konsep produk atau barang yang ditujukan untuk kebutuhan dan kepuasan konsumen atau pasar.
- c. Membuat desain produk dan mengembangkan pembungkusan maupun merek.
- d. Menetapkan harga supaya memperoleh *return on investment* yang layak.
- e. Mengatur distribusi dan memeriksa penjualan.
- f. Menciptakan komunikasi pemasaran yang baik, dengan memakai media atau cara lain dengan cara tepat.

3) *Art Director*

Art director secara teknis adalah koordinator lapangan yang melaksanakan eksekusi atas semua rancangan desain tata artistik/gambar kerja. bertugas untuk membuat dan menentukan konsep, serta menjelaskan suatu konsep ataupun sebuah image dari suatu jasa ataupun layanan, sehingga konsep dapat tersampaikan kepada pemirsanya. Seorang *Art director* bertanggung jawab untuk menghasilkan sebuah tampilan visual secara penuh agar dapat menyampaikan pesan di dalamnya. Di dalam perusahaan Anglo, peran sebagai *Art director* diduduki oleh Hendra, dengan tugas-tugas sebagai berikut:

- a. Menjadi koordinator teknis eksekusi (eksekutor) nilai artistik suatu produk.
- b. Membuat jadwal kerja khusus di bidang artistik.
- c. Menyiapkan materi-materi yang berhubungan dengan bidang artistik.
- d. Menentukan kualitas hasil akhir, sebelum dan selama proses produksi.
- e. Memilih dan menentukan tim kerja di bidang artistik yang cocok untuk bekerja dalam sebuah produksi.
- f. Menganalisa nilai artistik suatu produk.

4) *Designer*

Designer adalah seorang yang terampil di bidang *design* mereka mengambil dua ruang lingkup dalam dunia kerjanya, ruang lingkup visual dan konseptual. Seorang *designer* harus mampu meneliti garis, warna, bentuk, volume dan tekstur. Selain itu, mereka harus mampu memperhatikan hubungan antara berbagai hal dan menentukan irama dan repetisinya pada sesuatu yang mereka lihat. Tahapan kinerja *designer* dimulai dari adanya suatu kasus, kemudian permasalahan tersebut diidentifikasi, mengumpulkan data, menemukan ide dan gagasan, sampai pada perancangan, pendayagunaan

elemen desain, layout, dan proses teknis, akhirnya tercipta karya desain grafis yang sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan. Rumusan kerja *designer* berorientasi pada pengumpulan data kemudian diolah sebagai bentuk rancangan dengan mendayagunakan elemen-elemen desain seperti garis, warna, bentuk dan sebagainya, dengan berpegang pada kaidah dan prinsip desain seperti komposisi, *harmony*, *balance*, dan *unity* (kesatuan). *Graphic designer*, secara *hierarki* berada di bawah dari *art director*, sehingga dalam pembuatan konsep lebih mengikuti *art director*. Di dalam perusahaan Anglo, peran sebagai *designer* diduduki oleh Satria.

D. Pemasaran

Saat ini pemasaran kaos Anglo dilakukan dengan cara membuka *stand* di *Ngarsopuro Night Market* setiap sabtu malam. Anglo membangun sebuah *showroom* yang berada di Jalan Pakis No. 57, Grogol, Cemani, Sukoharjo. Pada kantor atau *showroom* ini digunakan juga sebagai tempat jual beli kaos Anglo, serta tempat menampung *stock* kaos Anglo yang nantinya akan dijual. Di setiap bulan, Anglo memproduksi kaos dengan desain yang baru, dan ketika liburan panjang seperti Hari Raya, atau liburan akhir tahun, jumlah produksi kaos akan ditingkatkan karena jumlah pengunjung *Ngarsopuro Night Market* meningkat di hari-hari tersebut. Berdasarkan faktor jumlah pelanggan, tempat pemasaran yang paling bagus bagi Anglo adalah di Pasar Tradisional *Ngarsopuro Night Market*. Dikarenakan tempat tersebut memiliki letak yang strategis, serta menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Akses untuk menuju pasar tradisional ini pun sangat mudah karena berada di pusat kota.



Gambar 3.2 Stand Anglo di *Ngarsopuro Night Market*,
oleh Raden Nabila H. P., 2017

E. Jenis Produk

Anglo didirikan oleh sekelompok anak muda ini yang bertujuan untuk memproduksi kaos oleh-oleh khas budaya Solo dengan memiliki standar kualitas *distro*. Anglo menawarkan berbagai macam desain yang disesuaikan dengan gaya anak-anak muda jaman sekarang. Beberapa desain kaos yang ditampilkan tidak banyak menggunakan ilustrasi gambar yang rumit, karena Anglo ingin memunculkan kesan elegan pada produk kaos tersebut. Anglo memiliki dua jenis varian kaos, yaitu kaos jenis raglan dan kaos oblong yang menggunakan bahan kain katun. Ciri khas dari kaos Anglo adalah pada jenis varian kaos model raglan, karena model kaos raglan yang unik yaitu model kaos kombinasi warna badan dan lengan yang berbeda. Anglo memproduksi dua jenis raglan yaitu model lengan pendek dan lengan tanggung. Sedangkan dalam desain kaos, tidak lupa dicantumkan desain yang

edukatif, misalnya kata-kata peribahasa Jawa dan ilustrasi visual kota Surakarta. Ilustrasi ini biasanya berupa sketsa atau simbol-simbol yang menggambarkan kota Surakarta, dapat berupa bentuk gambar patung maupun objek-objek lainnya.



Gambar 3.3 Kaos Anglo Jenis Oblong dan Raglan Lengan Pendek, oleh Raden Nabila H. P., 2017



Gambar 3.4 Kaos Anglo Jenis Raglan Lengan Tanggung dan Panjang, oleh Raden Nabila H. P., 2017

F. Konsumen

Konsumen yang membeli produk Anglo, mayoritas adalah remaja Solo dan wisatawan remaja dari luar Solo. Selama ini pelanggan yang telah mengunjungi Anglo hanya sekedar membeli cinderamata untuk keluarganya yang berada di luar kota atau digunakan sendiri oleh mereka karena ingin memiliki kenangan tentang kota Solo. Berhubungan dengan hal ini, pihak Anglo mengkhususkan penjualan produk kaos hanya kepada wisatawan saja, dan tidak menerima pedagang *retail* untuk menjadi agen dari penjualan kaos-kaos Anglo, agar tetap terjaga eksklusifitas dari kaos Anglo. Karena pada umumnya pedagang *retail* akan menjual kembali kaos-kaos dalam skala jumlah yang besar, sehingga akan berkesan bahwa produk Anglo itu pasaran, hal ini dapat merusak *image brand* dari Anglo.



Gambar 3.5 Suasana Bersama Pelanggan Anglo di *Ngarsopuro Night Market*, oleh Raden Nabila H. P., 2017

G. Promosi

Promosi kaos Anglo dilakukan melalui media sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan *instagram*. Hal ini dikarenakan, mayoritas remaja atau anak-anak muda jaman sekarang lebih sering menggunakan media sosial dalam mencari info tentang sesuatu yang mereka butuhkan. Oleh karena itu pihak Anglo membuat halaman khusus di beberapa media sosial sebagai tempat mempromosikan produk kaos Anglo, yang di dalamnya berisi tentang info desain kaos terbaru dari Anglo, serta info penting lainnya seperti harga dari tiap jenis produk Anglo. Harga yang ditawarkan oleh Anglo beragam, mulai dari Rp 65.000,- hingga Rp 75.000,-. Selain promosi melalui media sosial, anglo juga mengikuti pameran-pameran yang bertemakan tentang industri budaya lokal.



Gambar 3.6 Promosi Kaos Anglo melalui Media Instagram, oleh Raden Nabila H. P., 2017

H. Keunggulan Produk

Keunggulan dari produk kaos Anglo adalah memiliki keunikan dan memiliki kualitas produk yang tinggi, sehingga nyaman ketika dipakai karena terbuat dari bahan kain katun yang tidak menyebabkan badan terasa panas. Produk dari Anglo cocok digunakan oleh semua kalangan terutama bagi anak-anak muda. Produk kaos Anglo menggabungkan antara unsur tradisional serta modern di dalam tampilan desain kaosnya. Proses penjahitan kaos serta penyablonan dikerjakan dengan kualitas pengerjaan terbaik dari ahlinya. Nilai eksklusif kaos sangat diperhatikan oleh pihak Anglo, hingga pengemasan kaos menggunakan kantong plastik yang diproduksi sendiri dengan label logo Anglo agar kesan eksklusif tetap terjaga.

I. Kompetitor

Memiliki pesaing di dunia bisnis merupakan hal yang biasa, namun jika suatu perusahaan hanya memikirkan strategi produksi saja, maka akan mengalami kesulitan dalam hal menarik hati pelanggan. Oleh karena itu Anglo mensiasati hal ini dengan jalan mencari tahu kelebihan dan kekurangan produk pesaing. Dengan langkah ini diharapkan Anglo semakin meningkatkan kreatifitasnya, sehingga tetap terjaga keunggulan produk Anglo bagi konsumen. Berikut kompetitor Anglo beserta kelebihan dan kekurangannya.

1. Solowae

Solowae berdiri sejak tahun 2008, yang dipelopori oleh Yayok Aryoseno, pemilik terinspirasi membuat kaos Solowae karena melihat kesuksesan Dagadu sebagai ikon kota Yogyakarta dan Joger sebagai ikon kota Bali. Aneka gambar desain yang diaplikasikan di kaos menggambarkan ikon-ikon kota Solo seperti Wayang, wedangan, Pasar Gede, dan lain-lain. Keunggulan dari Solowae adalah desain ilustrasi kaos yang unik dan menarik dengan mengangkat ikon-ikon kota

Solo. Logo dari Solowae dapat dikatakan menarik namun masih kurang unik jika dibandingkan dengan logo Anglo. Kelemahan dari Produk Solowae adalah varian warna dan jenis kaos yang tidak begitu banyak. Solowae hanya mengeluarkan jenis kaos oblong saja. Serta harga kaos jika dibandingkan dengan produk lain terhitung paling mahal yaitu antara Rp 80.000,- hingga Rp 90.000,-.



Gambar 3.7 Produk Kaos Solowae
Sumber: solowaesolo.blogspot.co.id



Gambar 3.8 Logo Kaos Solowae
Sumber: solowaesolo.blogspot.co.id

2. Klamben

Klamben merupakan produsen kaos etnik sejak tahun 2008. Klamben menyediakan berbagai macam kaos etnik mulai dari kaos khas kota Solo, kaos batik, dan kaos wayang yang cocok untuk oleh – oleh, souvenir, maupun untuk koleksi pribadi. Keunggulan dari Klamben adalah banyak varian pilihan kaos maupun baju mulai dari anak-anak hingga dewasa. Lalu harga relatif terjangkau daripada Anglo yaitu mulai dari Rp 39.000,- hingga Rp 73.000,-. Kekurangan dari Klamben adalah desain ilustrasi kaos yang kurang eksklusif karna gambar ilustrasi berkesan rumit dan kurang simpel. Klamben tidak memiliki logo pada produknya, sehingga keunikan dan kekhasan produknya tidak begitu nampak. Produk ini menggunakan gaya ilustrasi yang sering kita jumpai pada kaos-kaos di sekitar kita, sehingga daya tarik sebagian konsumen tidak begitu tinggi. Serta proses produksi kaos menggunakan teknik print bukan menggunakan teknik sablon.



Gambar 3.9 Produk Kaos Klamben

Sumber: klamben.com

3. Blangkon

Blangkon menawarkan produk yang bernuansa modern dan kontemporer. Direktur dari PT Dan Liris, Michelle Tjokrosaputro sekaligus pemilik perusahaan ini mengatakan bahwa produk dari Dan Liris ini mencoba masuk ke bisnis perdagangan eceran (*retail*) dengan nama produk Blangkon. Dengan tujuan untuk melestarikan warisan budaya Jawa dan menjadi ikon kota Solo. Keunggulan dari produk ini adalah tema kaos lebih modern dibandingkan produk sejenis, namun tetap membawa ikon kota Solo. Blangkon memiliki banyak varian kaos jenis oblong. Serta memiliki Logo yang unik yaitu berupa ilustrasi gambar blangkon. Namun logo ini masih terlalu rumit jika dibandingkan dengan Logo Anglo. Sehingga kurang ideal jika dipergunakan sebagai logo sebuah produk. Kekurangan dari logo ini juga nampak pada pemilihan tipografi yang memiliki tingkat *readability* rendah.



Gambar 3.10 Produk Kaos Blangkon
Sumber: website blangkon solo



Gambar 3.11 Logo Kaos Blangkon
Sumber: website blangkonn solo

Menurut Michelle Tjokrosaputro, produk Blangkonn mengusung tema *Culturally Chic*, yaitu berbudaya tanpa harus terbatas konsep konserfatif atau kuno, konsep mengikuti perkembangan zaman dan tetap *fashionable*. Namun kekurangan dari logo Blangkonn ini adalah belum mewakili kata *fashionable*, karena gaya ilustrasinya masih erat membawa kesan tradisional. Berbeda dengan gaya ilustrasi logo Anglo yang lebih membawa kesan modern namun tetap bertema budaya.

J. Logo Anglo

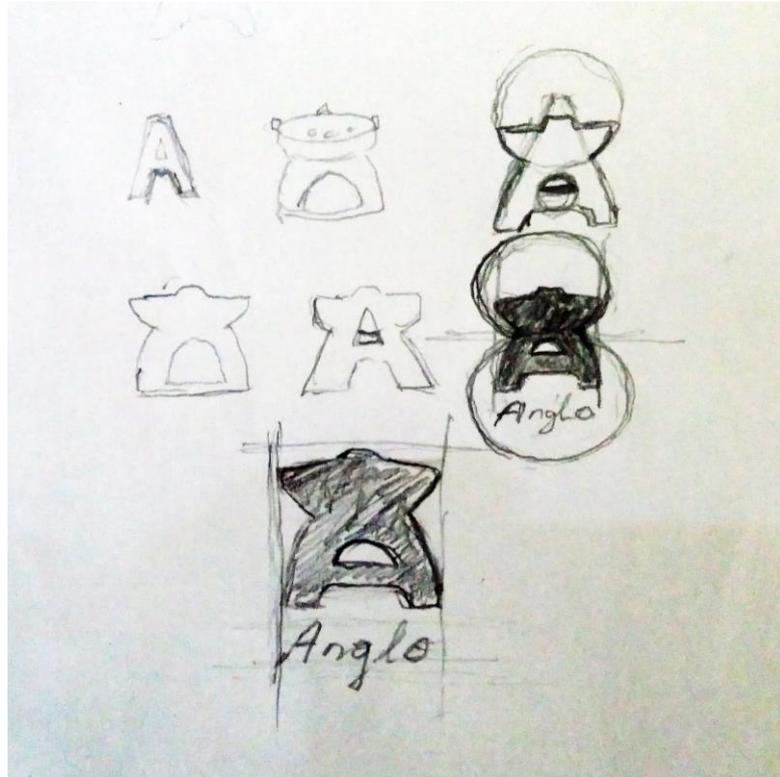
Untuk mengetahui latar belakang dari terbentuknya logo Anglo, maka penulis melakukan wawancara secara mendalam kepada Hendra selaku *art director* kaos Anglo. Wawancara yang dilakukan guna mengetahui proses dalam membuat logo Anglo diantaranya menanyakan tentang elemen-elemen visual dari logo Anglo, kemudian pemilihan warna, serta jenis huruf (*typography*) pada Anglo, serta hal-hal lain yang berkaitan dengan pembentukan logo Anglo. Berdasarkan wawancara tersebut, logo Anglo memiliki filosofi yang cukup kuat. Visualisasi dari logo ini sudah cukup jelas, karena dapat kita pahami dari nama *brand* ini yaitu Anglo, yang mana, nama Anglo diambil dari nama sebuah alat untuk memasak pada jaman dahulu. Pembuatan nama Anglo bertujuan agar masyarakat lebih mudah untuk mengingat.

Filosofi dari produk Anglo sendiri adalah sebuah nama yang unik sebagai nama dari suatu merek. Bagi masyarakat Jawa, Anglo adalah sebuah alat yang sering digunakan untuk memasak yang berbentuk tungku, ataupun sering juga digunakan dalam kebutuhan yang lain, misalnya sebagai kompor atau alat pemanas tinta pada batik dan lain-lainnya. Batik erat kaitannya dengan dunia *fashion*, sehingga nama Anglo dijadikan sebagai nama dari perusahaan ini karena bergerak di bidang industri *clothing*. Berhubungan dengan hal tersebut, maka ilustrasi bentuk logo pada perusahaan ini adalah berupa sebuah anglo, yang bertujuan agar lebih mudah diingat oleh masyarakat.

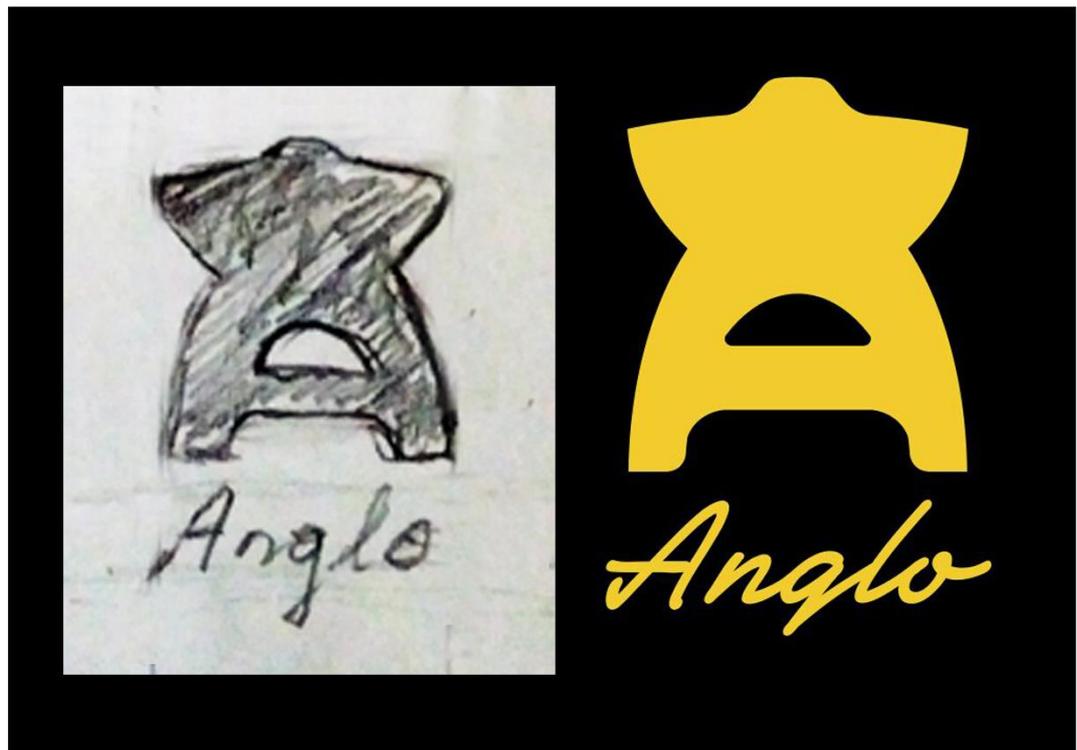


Gambar 3.12 Logo Anglo,
oleh Raden Nabila H. P., 2017

Setiap pemilik perusahaan pasti mendambakan bentuk logo yang terbaik bagi perusahaannya. Desainer pembuat logo Anglo yaitu Hendra, menggambar beberapa sketsa logo sebagai tahap awal, guna memberi gambaran tentang bentuk logo yang direncanakan, selain itu sketsa logo berfungsi untuk meminimalisir kesalahan yang mungkin terjadi dalam proses pembuatan logo. Sketsa dibentuk berdasarkan visi serta tujuan dari perusahaan tersebut. Hingga pada akhir pembuatan sketsa, dipilih salah satu bentuk logo yang disepakati oleh direktur dan manajer dari perusahaan Anglo. Bentuk logo tersebut dipilih berdasarkan deskripsi dari (Hendra) pembuat logo yang menjelaskan tentang kesesuaian bentuk logo terhadap *brand identity* perusahaan Anglo.



Gambar 3.13 Sketsa Logo Anglo,
oleh Raden Nabila H. P., 2018



Gambar 3.14 Sketsa dan Logo Anglo,
oleh Raden Nabila H. P., 2018

K. Warna Logo Anglo

Dalam segi pemilihan warna, warna kuning emas yang dipilih adalah bertujuan agar warna dari Anglo ini membawakan kesan yang eksklusif, yaitu sebagai kaos distro yang memadukan desain ilustrasi budaya di Solo yang unik dan didukung dengan kualitas kaos yang baik, sehingga tetap eksklusif di mata masyarakat. Warna kuning adalah warna yang mencolok, sehingga lebih mudah mencuri perhatian. Oleh karena itu, warna ini digunakan oleh Anglo dalam strategi pemasaran untuk mencuri perhatian konsumen.



C:6 M:17 Y:93 K:0

Gambar 3.15 Warna Logo Anglo,
oleh Raden Nabila H. P., 2018

L. Tipografi

Desain Logo Anglo menggunakan font dengan jenis *Script*, dikarenakan jenis huruf ini memiliki makna kebebasan atau fantasi, dan tidak begitu terikat dengan formalitas, sehingga cocok digunakan pada desain kaos. Di sisi lain, jenis huruf ini juga memiliki keunikan tersendiri yaitu berupa huruf yang menyerupai tulisan tangan. Sehingga diharapkan dapat menjadi simbol dari keunikan produk-produk Anglo yang bernuansa tentang keunikan Kota Solo.

ABCDEFGHIJKL
 MNOPQRSTUVWXYZ
 X Y Z À Á abcdefghijklm

Gambar 3.16 Huruf Script