

BAB II IDENTIFIKASI DATA

Setelah mengetahui latar belakang dan permasalahan Visual Branding dari Mojave Music maka selanjutnya akan dilakukan pengumpulan data dari Mojave Music.

A. Data Perusahaan

Data perusahaan berisikan informasi tentang perusahaan tersebut meliputi profil perusahaan, sejarah perusahaan, jenis kegiatan apa yang dilakukan perusahaan tersebut. Informasi ini akan membantu dalam menyusun strategi untuk membuat Visual Branding.

1. Profil Perusahaan

Nama	: Mojave Music Store
Alamat	: Jl. Baturan Raya Ruko Fajar Indah 02/R 19, Baturan, Kab. Karanganyar Jawa Tengah
E-mail	: mojave-music@gmail.com
No. Telp	: 087820026006
Instagram	: @mojave_music



***Gambar 02. Eksterior Mojave Music Store
Sumber (Dokumen Mojave Music)***

2. Sejarah Perusahaan

Berawal dari sang pemilik Mojave Music Store yang bernama mbak Annisa. Pada tahun 2010 saat mbak Annisa lulus kuliah dia pindah rumah dari Solo ke kabupaten Sukoharjo, tepatnya di desa Mancasan kecamatan Baki. Di desa tersebut terlihat warga melakukan aktivitas sedang membuat kerajinan gitar di setiap rumah. Dari hal tersebut mbak Annisa mulai penasaran dan bertanya kepada setiap pengrajin yang ada disana bagaimana caranya mereka menjual kerajinan tersebut apabila semua rumah di kelurahan tersebut membuat kerajinan gitar. Akhirnya mbak annisa berinisiatif untuk menjadikan situasi tersebut menjadi lading bisnis.

Awal mula mbak Annisa melakukan bisnis jual beli gitar yaitu dengan cara mengunjungi atau menghubungi toko toko musik dan menawarkan kerajinan gitar pada toko tersebut. Cara lain yang

dilakukan oleh mbak Annisa adalah memfoto produk kerajinan gitar dan menguploadnya ke grup media sosial *facebook*. Seiring berjalannya waktu teknologi pun semakin canggih dan banyak bermunculan aplikasi media sosial baru seperti *Instagram*, *Youtube*, *Twitter* dll. Perkembangan teknologi tersebut dimanfaatkan oleh mbak Annisa mulai tahun 2016 sampai saat ini dia mempunyai toko fisiknya sendiri yakni Mojave Music Store.

Arti kata Mojave sendiri merupakan nama gurun yang berada di benua Amerika. Alasan mbak Annisa memilih nama Mojave adalah disana terdapat pohon Joshua yang tumbuh hingga berusia ratusan tahun serta berperan penting bagi kehidupan ekosistem disana. Diharapkan Mojave Music Store bisa menjadi seperti pohon Joshua yang menjadi simbol yang kuat dalam bertahan hidup

3. Visi dan Misi

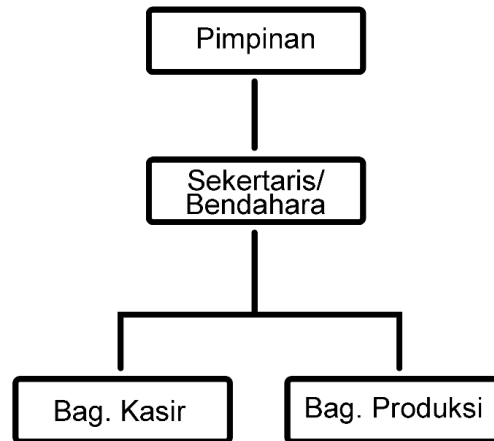
a. Visi

Untuk menjadi perusahaan industri alat musik gitar yang mampu bersaing dan berkembang dalam dunia bisnis.

b. Misi

- Memberikan mutu kualitas produk yang baik.
- Memproduksi berbagai jenis alat musik agar bersaing dengan produk-produk terkenal dengan harga yang terjangkau.
- Menghasilkan keuntungan yang maksimal.

4. Struktur Organisasi



*Gambar 03. Struktur Organisasi Mojave Music Store
Sumber (Dokumen Mojave Music)*

a. Pimpinan

Posisi tertinggi di Mojave Music Store, Memimpin segala kegiatan yang berkaitan dengan Mojave Music.

b. Sekertaris/Bendahara

Pihak yang membantu pemimpin untuk penyelenggaraan kegiatan administratif yang menunjang kegiatan manajerial pemimpin.

c. Bagian Kasir

Pihak yang melakukan proses penjualan dan pembayaran suatu produk.

d. Bagian Produksi

Pihak yang membuat kerajinan gitar yang nantinya akan dipasarkan.

5. Barang yang di tawarkan

a. Aneka gitar *custom*

Gitar yang dibuat oleh pengrajin yang berpengalaman dengan memadukan berbagai macam bahan baku yang berkualitas.



Gambar 04. Aneka Gitar Custom
Sumber (Mojave Music Store)

b. Gitar Akustik

Suaranya diperkuat di bagian *resonansi*, memiliki 6 senar gitar, senar terbuat dari baja dan seluruh bagian terbuat dari kayu.



Gambar 05. Gitar Akustik
Sumber (Mojave Music Store)

c. Gitar Elektrik-Akustik

Memiliki lubang nada seperti gitar akustik, tetapi *pimped* yang keluar menggunakan media elektronik.



Gambar 06. Gitar Elektrik-Akustik
Sumber (Mojave Music Store)

d. Gitar Klasik

Umumnya digunakan untuk memainkan musik klasik, senarnya terbuat dari nilon, umumnya memiliki 12 *frets*.



Gambar 07. Gitar Klasik
Sumber (Mojave Music Store)

e. Gitar Akustik Mini

Sama seperti gitar akustik konvensional, namun ukurannya lebih kecil sehingga memudahkan untuk dibawa bepergian.



Gambar 08. Gitar Akustik Mini
Sumber (Mojave Music Store)

f. Ukulele

Berukuran 20 inchi dengan 4 senar. Biasanya digunakan dalam musik keroncong.



Gambar 09. Ukulele
Sumber (Mojave Music Store)

g. Biola

Alat musik dawai yang memiliki 4 senar dan dimainkan dengan cara digesek.



Gambar 10. Biola
Sumber (Mojave Music Store)

h. Cajon

Alat musik perkusi kotak bersisi 6 yang dimainkan dengan menepuk sisi sisinya dengan tangan atau jari.



Gambar 11. Cajon
Sumber (Mojave Music Store)

i. Ketipung

Alat musik tradisional Indonesia yang menyerupai Gendang tetapi memiliki ukuran yang lebih kecil yang dimainkan dengan cara ditabuh.



Gambar 12. Ketipung
Sumber (Mojave Music Store)

6. Media Promosi

Media promosi yang telah dilakukan Mojave Music Store ada dua jenis yakni media promosi cetak dan media promosi non cetak.

a. Media Promosi Cetak

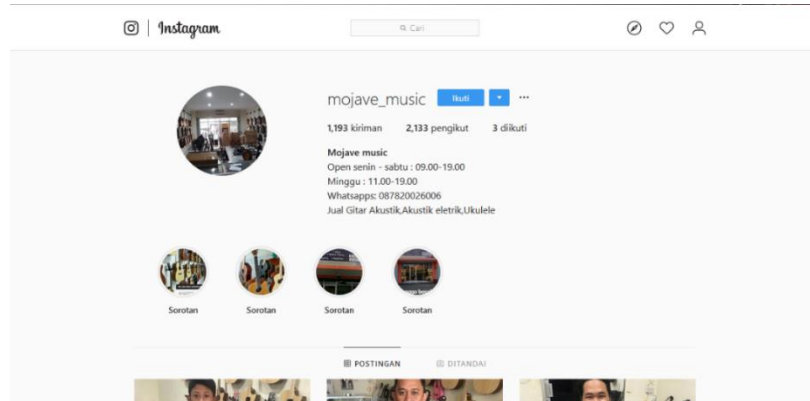
- Banner



Gambar 13. Banner
Sumber (Mojave Music Store)

b. Media Promosi Non-Cetak

- *Instagram*



Gambar 14. Instagram Mojave Music Store
Sumber (Instagram : @mojave_music)

B. Data Kompetitor

Data kompetitor merupakan daftar pesaing dari Mojave Music Store. Dengan memiliki data kompetitor maka akan didapatkan informasi mengenai kompetitor tersebut sehingga memudahkan dalam melakukan analisis SWOT nantinya.

1. Wiranata Music Store



Gambar 15. Wiranata Music Store
Sumber (<http://www.wiranatamusic.business.site/>)

a. Profil perusahaan

Nama : Wiranata Music

Alamat : Jl. Mendungan Baru II, Karangasem Kec
Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah.

b. Promosi yang pernah dilakukan

Promosi yang dilakukan Wiranata Music melalui banner dan *billboard* serta media sosial seperti *Instagram*, *facebook*, *twitter* dan *website*.

c. Kelebihan

Wiranata Music mempunyai fasilitas mesin print laser bagi pelanggan yang ingin menambahkan desain tertentu pada alat musik gitar tersebut. Serta ukiran kayu pada bagian tertentu pada gitar yang sangat detail menambah keindahan gitar tersebut.

d. Kekurangan

Media promosi yang digunakan kurang menarik konsumen untuk membeli produk di Wiranata Music serta jangka waktu pembuatan alat musik yang cukup lama.

2. Gema Musica Gitar



Gambar 16. Gema Musica Gitar
Sumber (Instagram : @gema_musica_gitar)

a. Profil perusahaan

Nama : Gema Musica Gitar

Alamat : Desa Dukuh Wetan, RT 2 RW 11,
Kembangan Kec. Baki Kabupaten
Sukoharjo, Jawa Tengah.

b. Promosi yang pernah dilakukan

Promosi yang dilakukan Gema Musica Gitar melalui banner dan *billboard* serta media sosial seperti *Instagram*, *facebook* dan *Youtube*.

c. Kelebihan

Stok alat musik dan gitar yang berjumlah sangat banyak dan beraneka jenis akan memudahkan konsumen memilih barang kesukaannya. Hal ini dikarenakan lokasi Gema Musica

Gitar yang satu kawasan dengan desa Mancasan pengrajin gitar sehingga memudahkan Gema Musica Gitar mengambil stok alat musik dari desa tersebut.

d. kekurangan

Media promosi yang yang digunakan kurang menarik perhatian konsumen sehingga hanya sedikit masyarakat yang mengetahui keberadaan Gema Musica Gitar.

C. Analisis SWOT

Dalam analisa SWOT kita dapat mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama dalam daftar yang terorganisir yang nantinya diubah kedalam strategi nyata.

SWOT	Mojave Music Store	Wiranata Music	Gema Musica Gitar
Strength (Kekuatan)	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan bahan baku yang maksimal pada alat musik. • Memberikan promo saat pembelian. • Lokasi yang strategis di ruko fajar indah. • Harga lebih murah dari kompetitor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bisa minta tambahan <i>custom</i> desain ilustrasi pada gitar. • Bisa <i>custom carving/</i> ukiran pada gitar. • Interior toko yang tertata rapi serta desain ruangan yang terlihat elegant. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produk yang dijual beraneka ragam dan jumlah nya yang lebih banyak dari pada kompetitor. • Bisa langsung melihat proses pengerjaan. • Lokasi dekat dengan desa pengrajin gitar.

<p style="text-align: center;">Weakness</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran toko sangat kecil. • Media promosi yang digunakan sudah lama (perlu diperbarui). • Permintaan pesanan khusus memerlukan waktu pengerjaan yang cukup lama. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi tidak strategis, berada di dalam perumahan warga. • Barang yang dijual sedikit. Hanya jenis tertentu. • Lahan parkir yang sempit. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bentuk fisik toko berupa rumah. • Media promosi yang kurang menarik. • Banyak alat musik yang sudah rusak karena sudah lama tidak terawat.
<p style="text-align: center;">Opportunity (Peluang)</p>	<p>Dengan memberikan promo di setiap pembelian alat musik dan kualitas kayu yang bermutu serta harga yang murah diharapkan bisa menjadi toko musik terlaris dikota solo.</p>	<p>Dengan tersedianya <i>custom</i> desain/illustrasi dan custom carving pada bagian tertentu membuat Wiranata Musik menjadi pilihan oleh orang yang menginginkan desain sesuai keinginan mereka sendiri.</p>	<p>Lokasi toko yang dekat dengan lokasi desa pengrajin gitar serta stok dan pilihan jenis gitar yang sangat banyak memungkinkan melakukan penjualan ke luar kota maupun luar pulau dengan jumlah yang cukup banyak.</p>

Threats (Ancaman)	Ukuran toko yang kecil serta media promosi yang kurang menarik membuat konsumen kurang nyaman untuk berbelanja di Mojave Music Store dan memutuskan pembelian ditoko lain.	Ketersediaan stok barang yang sedikit serta lokasi Wiranata Music yang berada di dalam perumahan warga membuat konsumen kurang tahu akan keberadaan Wiranata music.	Kualitas perawatan alat musik di toko harus ditingkatkan, jika tidak ingin mengalami kerugian akibat banyaknya alat musik yang rusak.
--------------------------	--	---	---

Tabel 02. Analisis SWOT