

## **BAB II PRODUK *FASHION* ALINEA LEATHER**

### **II.1.1 *Fashion***

*Fashion* secara khusus dapat dikatakan sebuah gaya berpakaian yang digunakan setiap hari oleh seseorang, baik itu dalam kehidupan sehari-harinya ataupun pada saat acara tertentu dengan tujuan untuk menunjang penampilan. *Fashion* sendiri berasal dari bahasa latin yaitu *factio*, yang artinya membuat atau melakukan. Karena itu, arti kata *fashion* mengacu pada kegiatan. Secara umum pada masyarakat *fashion* diartikan sebagai istilah dandanan, gaya, dan busana.

Perkembangan *fashion* didunia ini selalu berkembang dari tahun ke tahun, perkembangan dunia *fashion* sangat berpengaruh pada perang, politik, budaya, pergerakan ekonomi, sosial, dan banyak pendukung lain lagi yang ikut andil dalam mengubah dunia *fashion* yang ada. Perkembangan *fashion* di Indonesia bisa dikatakan berkembang dengan sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir, hal ini dikarenakan mulai banyaknya desainer-desainer lokal yang potensial dan juga dengan banyaknya *brand* lokal yang bermunculan. Perkembangan yang sangat pesat di Indonesia didukung juga dengan gaya hidup masyarakat yang konsumtif terutama dalam bidang *fashion*, menurut Featherstone (2001) “gaya hidup (*lifestyle*) seseorang secara sosiologis (dengan pengertian terbatas) merujuk pada gaya hidup khas pada suatu kelompok tertentu”.

### **II.1.2 Aksesoris**

Aksesoris adalah sebuah benda-benda yang dikenakan seseorang untuk menambah keindahan bagi benda yang berfungsi sebagai pelengkap dan pemanis busana.

Aksesoris hanya digunakan seperlunya sesuai dengan kebutuhan benda atau barang yang akan diciptakan terutama pada penggunaan aksesoris pada sebuah tas. Ada berbagai jenis aksesoris pendukung untuk memperindah sebuah tas yaitu:

#### **1. *Zipper/ Ritsleting***

Ritsleting merupakan alat penutup pakaian atau tas berupa deretan gerigi yang terbuat dari logam atau plastik, dan populer juga dengan sebutan “*Zipper*”.

Friedel (seperti dikutip Gusti Agung, 1996) umumnya *zipper* terdiri dari ratusan

gigi dari metal maupun plastik yang berguna untuk menyatukan dua potong kain, yang masing–masing ditempatkan pada salah satu sisinya.

Penggunaan *zipper* biasanya diletakan pada ujung sebuah tas untuk sebagai penyambung antara bagian depan tas dan belakang tas, *zipper* juga berguna untuk melindungi bagian dalam dari sebuah tas agar benda-benda yang ada didalam sebuah tas lebih aman.

## 2. Kancing

Kancing merupakan alat penutup pakaian maupun tas yang pada umumnya berbentuk bulat yang terbuat dari plastik maupun logam, ada berbagai cara penggunaan sebuah kancing tergantung dengan jenis yang digunakannya pada umumnya kancing disimpan dibagian ujung sebuah kain untuk dapat merekatkan dua bagian kain sebagai penyambung. Berikut jenis- jenis kancing:

### a. Kancing Magnet



Gambar II.1 Kancing Magnet

Sumber : <https://fitinline.com/article/read/tutorial-memasang-kancing-magnet/>

(Diakses Pada: 25/11/2020)

Kancing magnet adalah kancing berbahan dasar logam yang mengandung magnet yang cukup kuat, kancing jenis ini biasanya digunakan pada saku-saku tas.

b. Kancing Jepret



Gambar II.2 Kancing Jepret

Sumber : <https://fitinline.com/article/read/memasang-kancing-jepret-pada-jaket/>

(Diakses Pada: 25/11/2020)

Kancing jepret atau biasanya disebut kancing tekan, kancing jenis ini hampir serupa dengan kancing magnet namun cara kerja kancing ini berbeda dengan memasukan kedalam sebuah lubang kancing lalu ditekan dikedua bagian agar mengunci dan jika ingin melepas harus sedikit ditarik.

3. *Ring* Pengait atau Kewkew



Gambar II.3 *Ring* Pengait

Sumber : <http://indonesian.metal-buckle.com/sale-10206623-metal-small-swivel-eye-snap-hook-solid-brass-swivel-snap-hook-for-bags-purses.html>

(Diakses Pada: 25/11/ 2020)

*Ring* pengait atau yang biasa disebut kewkew adalah sebuah benda yang berfungsi sebagai penyambung antara tas dengan tali tas. Pada umumnya ring pengait biasanya berbentuk lingkaran atau persegi, bentuk atau ukuran yang digunakan biasanya mengikuti dengan desain dari tas yang akan dibuat.

#### 4. Pengunci Tas

Pengunci tas merupakan alat yang digunakan untuk mengunci bagian dari sebuah tas biasanya digunakan antara bagian penutup dan badan dari sebuah tas. Bahan pengunci biasanya terbuat dari logam atau plastik tergantung dari kebutuhan produksi. Ada beberapa macam jenis pengunci tas, seperti:

##### a. *Twist Lock* (Kunci Putar)



Gambar II.4 *Twist Lock*

Sumber : <http://indonesian.metal-buckle.com/sale-10206672-rectangular-golden-clasp-metal-bag-lock-hardware-for-handbags-luggages.html>  
(Diakses Pada:25/11/ 2020)

Kunci jenis ini memiliki beberapa ukuran dan bentuk, tetapi memiliki cara kerja yang sama, yaitu dengan memasukan bagian kunci putar kedalam lubang lalu bagian kunci tersebut diputar agar mengunci.

b. *Thumb Catches*



Gambar II.5 *Thumb Catches*

Sumber : <http://indonesian.metal-buckle.com/sale-10206676-magnetic-delicate-zinc-alloy-metal-bag-lock-handbag-making-accessories.html>  
(Diakses Pada: 25/11/2020)

Pengunci jenis memiliki bentuk yang lebih bervariasi karena biasanya bentuk dan ukurannya bagus-bagus berbeda dengan jenis kunci *twist lock* yang biasanya bentuknya lebih *simple*. Cara kerja jenis kunci ini hampir sama dengan *twist lock* dengan memasukan bagian pengunci kedalam lubang namun jenis kunci ini tidak perlu diputar untuk menguncinya dan untuk melepasnya pun hanya tinggal memijat bagian pengunci dengan ibu jari.

c. *Snap Hook*



Gambar II.6 *Snap Hook*

Sumber : <https://usrigging.com/proclimb-ansi-double-action-self-locking-steel-snap-hook/>  
(Diakses Pada: 25/11/2020)

Jenis kunci merupakan yang paling berbeda dengan yang lain karena ukuran dan bentuk biasanya lebih besar dari pengunci jenis *twist lock* dan *thumb catches*, jenis kunci ini biasanya digunakan pada tas-tas laki laki.

### **II.1.3 Bahan**

Menurut Margaret (2007, h.147) “bahan atau material merupakan bahan baku atau bahan tambahan yang dimiliki perusahaan untuk digunakan dalam aktivitas proses produksi persediaan material menjadi komponen utama dari suatu produk”.

Dan menurut Ranguti (2007, hal.425) “persediaan material atau bahan baku mempunyai kedudukan yang penting dalam perusahaan karena persediaan material sangat besar pengaruhnya terhadap kelancaran produksi”.

#### **II.1.3.1 Bahan Kulit Hewan**

Perkembangan tas berbahan kulit sudah ada sejak zaman prasejarah yang digunakan untuk membawa barang-barang agar dapat lebih memudahkan dalam setiap aktifitasnya. Baru pada abad 14 tas kulit mengalami perkembangan tidak hanya menggunakan kulit asli, pada saat itu ditemukan bahan kulit sintetis yang dimaksudkan menjadi alternatif jika persediaan kulit hewan langka dan dari segi harganya pun jauh berbeda dengan kulit asli cenderung lebih murah tentu dari segi kualitasnya pun tidak sebaik kulit asli. jenis bahan-bahan kulit pun beragam, contohnya:

##### *1. Pull Up Leather*

Jenis kulit ini memiliki karakteristik mengkilap karena saat proses pembuatan kulit menggunakan penambahan *chemical* dan proses akhir dari jenis kulit ini menggunakan *oil* atau minyak sehingga membuat kulit ringan dan saat ditekan akan memudar. Jenis kulit ini adalah jenis kulit yang paling banyak dipakai di pasaran.

##### *2. Full Grain Leather*

Jenis kulit ini memiliki karakteristik kulit yang terlihat natural dan teksturnya pun masih terlihat berpori-pori menggunakan bahan kulit terbaik dan pada saat proses akhirnya hanya mendapatkan sedikit sentuhan.

### 3. *Krom Leather*

Kulit jenis ini memiliki karakteristik mengkilap dan halus. Jenis kulit ini termasuk golongan kulit yang memiliki harga tinggi, karena saat proses pembuatannya cukup rumit mulai dari tahap akhir kulit dan proses pemberian minyak. Kulit ini juga memiliki keunggulan mudah dibersihkan karena saat proses pembuatan dilapisi dengan bahan seperti akrilik agar terlindungi.

### 4. *Veg Leather* (Kulit Nabati)

Kulit jenis ini memiliki karakteristik kaku dan warna dari jenis kulit ini lebih ke merah muda. Jenis kulit ini lebih tergolong kulit yang ramah lingkungan karena jenis kulit ini tidak memakai bahan kimia.

### 5. *Nappa Leather*

Jenis kulit ini terbuat dari anak domba atau kerbau, karna memiliki karakteristik bahan yang lembut dan memiliki warna yang lebih mengkilap ketimbang *Full grain Leather*.

#### **II.1.3.2 Bahan Suede**

Suede adalah jenis kulit dengan permukaan halus, seperti beludru. Kania (2019) menjelaskan “istilah suede ini awalnya berasal dari bahasa Perancis “*Gants de Suède*,” digunakan untuk menunjukkan jenis sarung tangan lembut yang diimpor dari Swedia”. Seiring waktu, kata suede mengacu pada setiap bahan kulit yang halus seperti beludru, yang umumnya dibuat dari kulit sapi, kambing, domba, dan rusa.

#### **II.1.4 Sejarah Tas**

Kemunculan tas digadang-gadang sudah ada sejak peradaban purba, pada zaman itu tas digunakan untuk membawa peralatan-peralatan dan membawa makanan, karena pada zaman itu manusia hidup nomaden atau berpindah-pindah, bahan yang didapatkan untuk membuat tas pada zaman itu semuanya masih mengandalkan hasil alam seperti menggunakan bahan kulit yang didapatkan dari hewan hasil perburuan mereka tetapi ada juga yang menggunakan bahan lain seperti kayu dan akar, Setiap bahan tas yang mereka gunakan dibedakan sesuai dengan kebutuhan, biasanya untuk bahan kulit digunakan untuk membawa makanan hasil berburu, dan tas berbahan kayu digunakan untuk membawa batu dan hasil potongan-potongan kayu.

Hidayato (2019) berpendapat bahwa:

Memasuki abad ke 14 adalah dimana tas mulai berkembang menjadi sedikit lebih modern mulai dari bahan tas yang akan digunakan sudah menggunakan bahan yang terbuat dari kain, *vinyl*, kertas dan pada zaman ini sudah ditemukannya bahan kulit sintetis. Tas digunakan untuk menyimpan obat-obatan, jam tangan, kitab-kitab, buku-buku, dan perhiasan-perhiasan.

Abad ke 16 perkembangan tas semakin maju dengan munculnya tas-tas berbahan kulit yang sudah diberikan aksesoris seperti kancing untuk pengikat dibagian atas, yang diberi nama *handbag* dengan ukuran yang lumayan besar untuk dapat membawa barang-barang yang lebih banyak. Pada zaman ini desain tas pun sudah mulai berkembang dengan seiring zaman dan teknologi yang semakin modern.

Abad ke 17 mulai banyak *industry-industry* kreatif yang bermunculan dengan membuat sebuah tas dari bahan rajutan yang memiliki desain unik dan menarik. Di zaman ini juga mulai muncul tas-tas besar seperti koper yang digunakan untuk membawa alat-alat, pakaian, dan barang lainnya.

Masuk ke abad 19 perkembangan tas semakin *fashionable* dengan mulai munculnya tas jinjing yang memikirkan nilai estetis untuk menunjang keindahan dalam berpenampilan, yang pada awalnya tas ini hanya digunakan untuk sekedar berbelanja dan kini tas jinjing sudah menjadi salah satu *trend fashion*.

## **II.2 Teori Khusus**

### **II.2.1 Alinea Leather**

Alinea Leather adalah sebuah *brand* lokal asal kota Bandung yang menyajikan produk-produk *fashion* terutama pembuatan tas, dompet, dan clac. Kebanyakan perusahaan ini memproduksi produknya untuk perempuan dan semua bahan yang digunakan pada perusahaan ini berbahan dasar kulit hewan, sampai saat ini perusahaan ini sudah memiliki 90 desain tas, dompet, dan clac yang diproduksi dan didesain sendiri.



Keunggulan produk yang di suguhkan Alinea Leather yaitu harga yang terjangkau untuk sebuah tas, dompet, dan clac yang berbahan dasar kulit, harga yang terjangkau tidak mempengaruhi kualitas produk karena Alinea Leather menjamin kerapihan setiap produk yang akan di distibusikan. Setiap produk yang ingin diproduksi harus melalui proses pemesanan sehingga konsumen dapat memilih keinginan desain contohnya seperti pemilihan warna, bahan ataupun sedikit modifikasi pada setiap desain tas yang sudah ada.

### **II.2.2 Sejarah Perusahaan Alinea Leather**

Tas sudah menjadi produk fungsional dengan berbagai kriteria. Terdapat berbagai macam model yang disesuaikan dengan berbagai kebutuhannya. Dengan seiring waktu berkembang perkembangan modelnya pun semakin bervariasi dan semakin banyak *brand-brand* yang bermunculan seperti contohnya Alinea Leather Alinea Leather pertama kali muncul pada pertengahan tahun 2016. Pendiri dari Alinea Leather adalah seorang pengusaha bernama Jamil Malik, dia sudah sejak lama mendalami dunia bisnis terutama dalam bidang fashion seperti tas.

Awal karir seorang Jamil Malik dalam dunia bisnis yaitu pada tahun 2009 yang dimana pada saat itu beliau berbisnis dengan seorang temannya memproduksi sebuah tas kecil bernama Mochamula, tetapi pada saat itu Jamil Malik hanya berfokus membuat tali untuk tas kecil saja, bisnis tersebut hanya bertahan 1 tahun.

Berdasarkan pengalaman selama berbisnis dengan temanya barulah di tahun 2010 Jamil Malik mendirikan perusahaan sendiri yang bernama Simple Izzy, perusahaan ini bergerak dibidang yang sama yaitu memproduksi sebuah tas kecil yang dikhususkan untuk perempuan. Pada saat itu diawal kemunculannya, Simple Izzy mendapatkan respon yang baik di masyarakat, tas yang diproduksi Simple Izzy langsung menemui pasarnya karena pada saat itu tren masyarakat di Indonesia memang sedang naik-naiknya *trend* tas kecil seperti itu dan banyak bermunculan juga *brand-brand* pesaing.

Tetapi sayangnya Simple Izzy hanya sanggup bertahan selama 5 tahun saja, ditahun 2015 mulai banyak masalah-masalah bermunculan mulai dari bangsa pasar yang

menurun dan terdapat masalah-masalah *intern* yang mengakibatkan hancurnya perusahaan ini dan memberhentikan sementara. Hampir selama 6 bulan sejak kehancuran perusahaan ini Jamil Malik mendirikan sebuah perusahaan baru dengan formasi orang-orang baru didalamnya. Perusahaan baru yang didirikan oleh Jamil Malik bergerak pada bidang yang sama seperti Simple Izzy tetapi kali ini dengan konsep yang baru.

Perusahaan ini bernama Alinea Leather yang memiliki arti baru, tujuan Jamil Malik mendirikan perusahaan baru ini yaitu karena ingin menyelamatkan sisa-sisa aset yang ada sejak berhentinya Simple Izzy. Perbedaan perusahaan baru kali ini yaitu pada segmentasi dilapangan yaitu kali ini perusahaan ini hanya memproduksi tas-tas berbahan kulit hewan. Motivasi Jamil Malik mendirikan perusahaan baru dengan bidang yang sama yaitu bukan hanya karena ingin menyelamatkan aset-aset tetapi dia melihat sebuah peluang bisnis baru. Untungnya pada awal kemunculannya Alinea Leather lagi-lagi mendapatkan pasar yang baik kota Bandung, karena langsung mendapatkan pasar yang baik Jamil Malik pun semakin yakin mendirikan perusahaan ini yang bisa bertahan sampai saat ini.

Diawal kemunculannya setiap desain yang dibuat Alinea Leather masih mengacu pada desain-desain dari perusahaan tas besar, dengan seiring waktu berjalan Alinea Leather pun menciptakan desain-desain sendiri tanpa mengacu pada *brand* perusahaan besar. Kini sudah hampir 90 desain tas sudah sudah diciptakan oleh Alinea Leather dan akan terus bertambah. Kedepanya Alinea Leather berfokus ingin menambah jangkauan pasarnya tidak hanya dijual di dalam negeri saja tetapi akan mencoba di ekspor keluar negeri karena Jamil Malik ingin mengenalkan *brand* ini di kancah internasional.

### **II.2.3 Profil Perusahaan Alinea Leather**

Nama Perusahaan	: Alinea Leather
Bidang Perusahaan	: Bag Handcrafted
Bentuk Badan Hukum	: Cv

Alamat : Jl Cihanjuang Blok A no 6, Kecamatan Parongpong,  
Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat.

#### **II.2.4 Visi & Misi Perusahaan Alinea Leather**

Setiap perusahaan memiliki visi & misi yang berbeda-beda terutama pada Alinea Leather.

##### **Visi**

Alinea Leather memiliki impian untuk menjadi sebuah perusahaan yang dapat dikenal diberbagai negara dan membanggakan negara Indonesia.

##### **Misi**

1. Menjadi sebuah perusahaan yang profesional
2. Kualitas sangat menjadi prioritas yang diutamakan
3. Menciptakan produk-produk yang kreatif, inovatif dan mengikuti perkembangan zaman.

#### **II.2.5 Logo Perusahaan Alinea Leather**



Gambar II.7 Logo Alinea Leather  
Sumber: Data Perusahaan Alinea Leather  
(Diakses Pada: 25/11/2020)

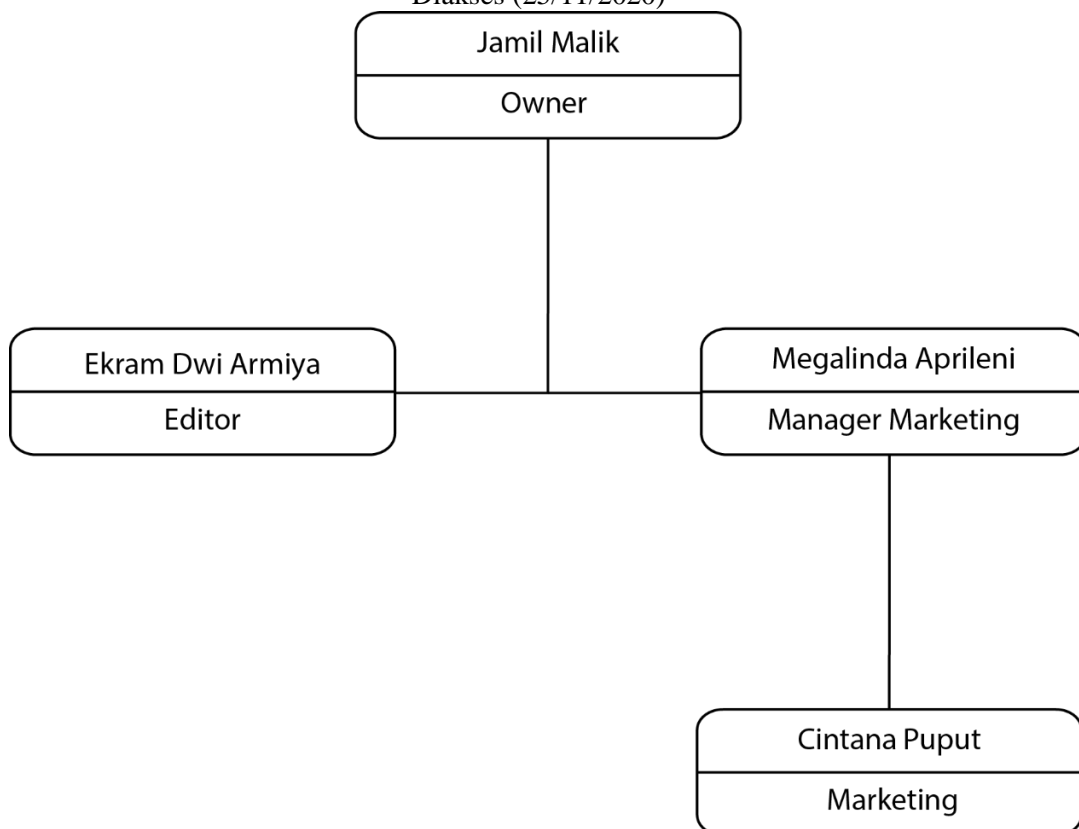
##### **Arti Logo Perusahaan**

Makna logo dari Alinea Leather yaitu Alinea yang mempunyai arti inti dari sebuah pemikiran atau tema yang baru, dan Leather sebagai pelengkap atau penjelas bahwa perusahaan ini bergerak pada bidang kulit. Logo adalah penyingkatan dari *logotype*.

Istilah logo baru muncul tahun 1937 dan kini istilah logo lebih populer dari pada *logotype*. Rustan menjelaskan (2009) ”Banyak juga yang mengatakan logo adalah elemen gambar/ simbol pada identitas visual”.

## II.2.6 Struktur Perusahaan Alinea Leather

Tabel II.1 Struktur Perusahaan  
Sumber: Data Perusahaan Alinea Leather  
Diakses (25/11/2020)



Perusahaan ini didirikan oleh bapak Jamil Malik, *manager marketing* dipegang oleh ibu Megallinda Aprileni dan marketingnya dipegang oleh ibu Cintana Puput, untuk bagian *Editor* dipegang oleh bapak Ekram Dwi Armiya, dan pada tahap produksi memiliki 5 orang karyawan, semuanya memiliki tugas masing-masing dalam mengelola dan memiliki peranan penting dalam kelangsungan perusahaan ini.

## II.3 Data Lapangan

### II.3.1 Marketing Mix (4P)

Kotler (2000) menjelaskan secara umum bauran pemasaran menekankan pada pengertian suatu strategi yang mengintegrasikan *Product*, *Price*, *promotion*, dan *Place*, dimana kesemuanya itu diarahkan untuk dapat menghasilkan omset penjualan yang maksimal atas produk yang dipasarkan dengan memberikan kepuasan pada para pelanggan. Adapun variabel-variabel yang dimaksud adalah sebagai berikut:

#### II.3.1.1 *Product*

1. Tas
  - a. Rengganis



Gambar II.8 Rengganis  
Sumber: Alinea Leather  
(Diakses Pada: 25/11/2020)

Rengganis adalah salah satu desain pertama yang diproduksi oleh Alinea Leather, jenis tas ini sudah diproduksi sejak 2016 sampai saat ini. Jenis tas ini terbagi menjadi 3 yaitu Rengganis Small, Rengganis Mix, dan Rengganis New. Ketiganya dibedakan berdasarkan warna, bentuk, dan ukuran.

**b. Vira**



Gambar II.9 Vira  
Sumber: Alinea Leather  
(Diakses Pada: 25/11/2020)

Vira termasuk jenis tas desain paling terbaru desain tas ini baru muncul dibulan juli 2020 jenis tas ini baru hanya memiliki satu varian tidak seperti rengganis yang terbagi menjadi 3, walau hanya satu varian pembeli atau produsen memiliki opsi dalam pemilihan bahan, dan warna.

**c. Ransel Alle**



Gambar II.10 Ransel Alle  
Sumber: Alinea Leather  
(Diakses Pada: 25/11/2020)

Selain memproduksi tas slempang atau tas jinjing Alinea Leather juga memproduksi tas gendong atau ransel, jenis tas ini adalah salah satunya.

Sama seperti yang lain dalam pembuatan tas ini harus melalui pemesanan dan untuk bahan atau warna bisa sesuai dengan kemauan pembeli.

**d. Laki**



Gambar II.11 Laki  
Sumber: Alinea Leather  
Diakses Pada(25/11/2020)

Selain memproduksi tas perempuan Alinea Leather juga memproduksi beberapa tas yang dikhususkan untuk laki-laki contohnya seperti tas Laki ini.

**2. Dompet**

**a. Dompet Belt**



Gambar II.12 Dompet Belt  
Sumber: Alinea Leather  
Diakses Pada: (25/11/2020)

Selain memproduksi tas Alinea Leather memproduksi dompet juga, Dompet Belt merupakan salah satunya jenis dompet ini dikhususkan untuk perempuan. Dompet jenis ini sudah diproduksi sejak tahun 2017 karena setelah berhasil memproduksi tas dan berhasil menjualnya dompet menjadi tujuan setelahnya.

#### **b. Dompet Laki Berdiri**



Gambar II.13 Dompet Laki Berdiri  
Sumber: Alinea Leather  
(Diakses Pada: 25/11/2020)

Setelah memproduksi dompet khusus perempuan Alinea Leather juga memproduksi dompet khusus laki-laki dompet jenis ini diberi nama Dompet Laki Berdiri karena desain dari dompet ini persegi panjang, perbedaan jenis dompet ini dengan dompet perempuan yaitu dibuat dengan *simple* tanpa tambahan aksesoris lidah untuk menjadi pengikat dompet.

### **3. Clac**





Gambar II.14 Clac  
Sumber: Alinea Leather  
(Diakses Pada: 25/11/2020)

Clac merupakan perpaduan antara jenis tas dan dompet, bentuk dari clac lebih ergonomi dibandingkan dengan ukuran tas semestinya, Cahyadi (2014) menjelaskan “ergonomi meliputi optimasi, efisiensi, kesehatan, keselamatan, kenyamanan manusia”.

Clac ini ukurannya lebih kecil dari ukuran tas pada biasanya dan dari bentuknya pun tidak memiliki jinjingan maupun tali sebagai gendongan, clac hampir sama seperti dompet namun ukurannya lebih besar, diameternya biasanya yaitu 26 x16. Karena ukurannya sedikit lebih besar dari dompet clac dapat memuat dompet, cara penggunaan clac biasanya digenggam.

#### **II.3.1.2 Place**

Alinea Leather berasal dari kota kembang Bandung, untuk alamat Alinea Leather terbagi menjadi 2 untuk tempat produksi barang beralamat di Jl Cihanjuang Blok A no 6, Kecamatan Parongpong, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Untuk tempat pemasarannya Alinea Leather berada di Jl Awani Raya, Cimareme, Kecamatan Ngamprah, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. Akses menuju tempat produksi bisa melalui jalan tol Baros yang hanya berjarak 5,5 km saja dan jika ingin ketempat pemasaran bisa melalui jalan tol Padalarang yang hanya berjarak 4,5 km tetapi bisa melewati jalan tol Baros juga hanya saja jarak yang ditempuh sedikit lebih jauh yaitu 7,5 km.

#### **II.3.1.3 Price**

Harga merupakan satuan angka yang berupa uang untuk ditukarkan dengan suatu barang/jasa dengan kata lain harga merupakan suatu nilai yang ditentukan oleh penjual. Untuk setiap produk Alinea Leather bervariasi tergantung dari jenis tas dan jenis bahan untuk warna tidak mempengaruhi harga. Jenis bahan yang digunakan terbagi menjadi tiga untuk yang paling murahnya menggunakan bahan

Simon/ Krom, untuk harga yang sedikit lebih mahal menggunakan bahan Pull Up/ Full Grain, dan untuk yang paling mahalnya menggunakan bahan PUQO/ Nappa. Sebagai contoh:

A. Rengganis Small:

- a. Krom/Simon : Rp 795.000.-
- b. Pull Up/ Full Grain : Rp 830.000.-
- c. PUQO/ Nappa : Rp 870.000.-

B. Vira

- a. Krom/Simon : Rp 875.000.-
- b. Pull Up/ Full Grain : Rp 895.000.-
- c. PUQO/ Nappa : Rp 935.000.-

C. Ransel Alle

- a. Krom/Simon : Rp 999.000.-
- b. Pull Up/ Full Grain : Rp 1.035.000.-
- c. PUQO/ Nappa : Rp 1.110.000.-

D. Laki

- a. Krom/Simon : Rp 865.000.-
- b. Pull Up/ Full Grain : Rp 910.000.-
- c. PUQO/ Nappa : Rp 955.000.-

E. Dompot Belt

- a. Krom/Simon : Rp 315.000.-
- b. Pull Up/ Full Grain : Rp 330.000.-
- c. PUQO/ Nappa : Rp 345.000.-

F. Dompot Laki Berdiri

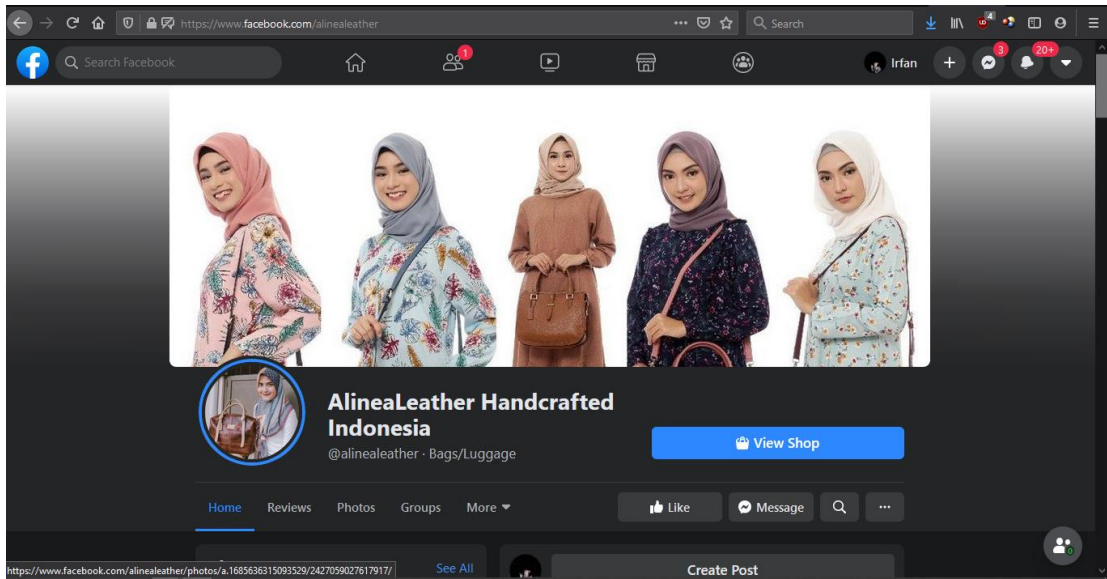
- a. Krom/Simon : Rp 335.000.-
- b. Pull Up/ Full Grain : Rp 350.000.-
- c. PUQO/ Nappa : Rp 365.000.-

G. Clac

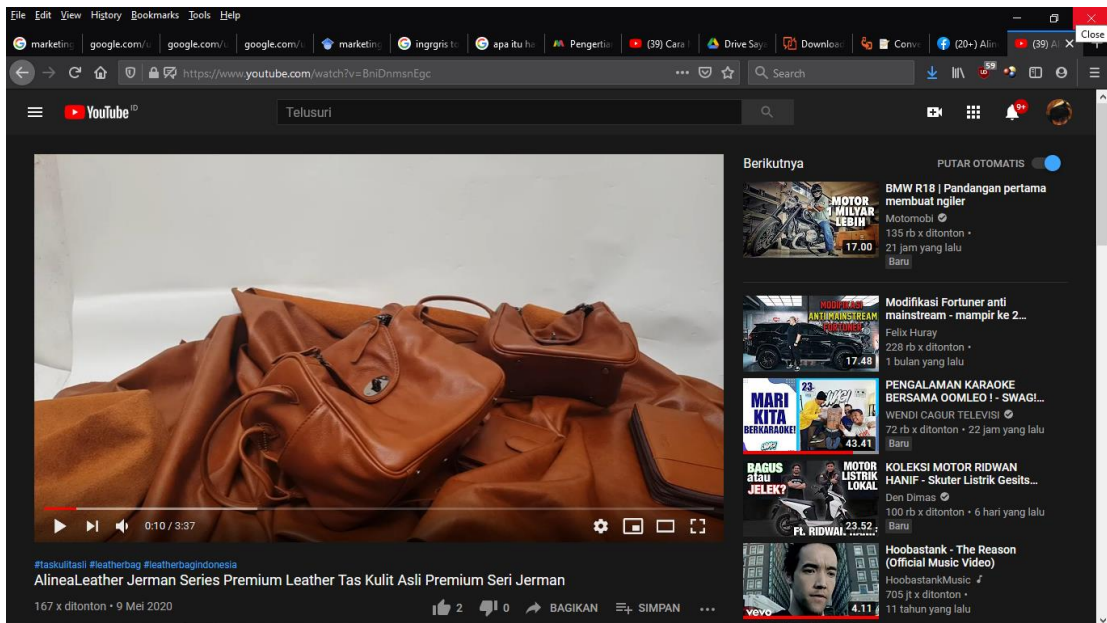
- a. Krom/Simon : Rp 375.000.-
- b. Pull Up/ Full Grain : Rp 385.000.-
- c. PUQO/ Nappa : Rp 405.000.-

### II.3.1.4 Promotion

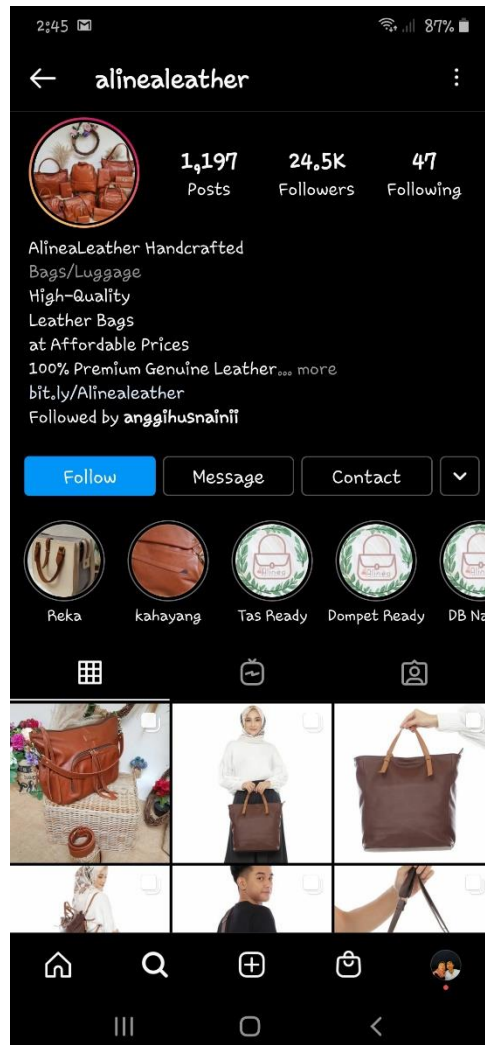
Proses Promosi merupakan peranan penting dalam sebuah bisnis, karena pada tahap promosi orang dapat mengetahui tentang produk yang akan dijual. Proses promosi juga menjadi strategi untuk meningkatkan penjualan sebuah produk. Proses promosi Alinea Leather yaitu menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Youtube.



Gambar II.15 Alinea Leather  
Sumber: Facebook Alinea Leather  
(Diakses Pada: 25/11/2020)



Gambar II.16 Alinea Leather  
Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=yGmHkCfzbAs>  
(Diakses Pada: 25/11/2020)



Gambar II.17 Alinea Leather  
Sumber: Instagram Alinea Leather  
(Diakses Pada: 25/11/2020)

Selain media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Youtube, Alinea Leather juga pernah mempromosikan melewati media program seperti net tv, PRFM 107.5, dan media cetak seperti koran Economy Bisnis edisi April 20-26, 2018.

## II.4 Analisis

### II.4.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu cara untuk mendapatkan informasi berupa pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden secara langsung maupun tidak langsung, jenis-jenis kuesioner terbagi menjadi 2 kelompok yaitu:

- Kuesioner Terbuka

Kuesioner Terbuka memiliki arti peneliti memberikan kebebasan pada setiap jawaban yang hendak diberikan, dengan kata lain responden diberikan kesempatan berpendapat perihal pertanyaan yang diajukan namun sesuai dengan objek pembahasan

- Kuesioner Tertutup

Kuesioner Tertutup memiliki arti peneliti memberikan pertanyaan yang jawabannya dibatasi, dengan kata lain responden hanya tinggal memilih jawaban yang sudah diberikan oleh peneliti.

Berdasarkan analisa yang dilakukan maka jenis kuesioner yang digunakan pada perusahaan Alinea Leather adalah keduanya yaitu kuesioner terbuka dan tertutup. Kuesioner diberikan kepada 60 orang responden dengan berbagai kalangan profesi, berikut ini hasil kuesioner yang diberikan pada responden:

#### 1. Jenjang Profesi Responden

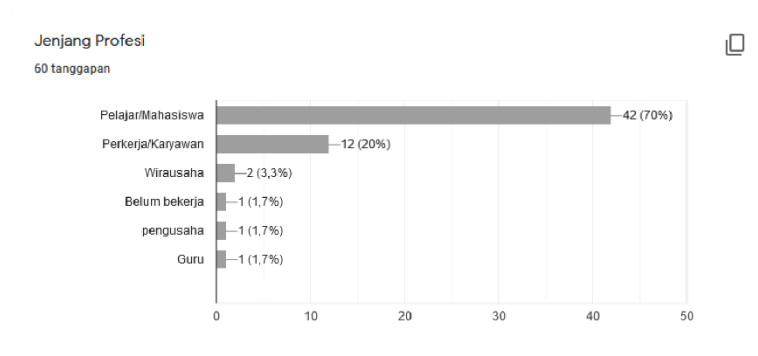


Diagram II.1 Kuesioner  
Sumber: Pribadi (25/11/2020)

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan dari jumlah 60 responden 70% merupakan pelajar/ mahasiswa.

2. Menurut anda seberapa penting penggunaan tas untuk keseharian

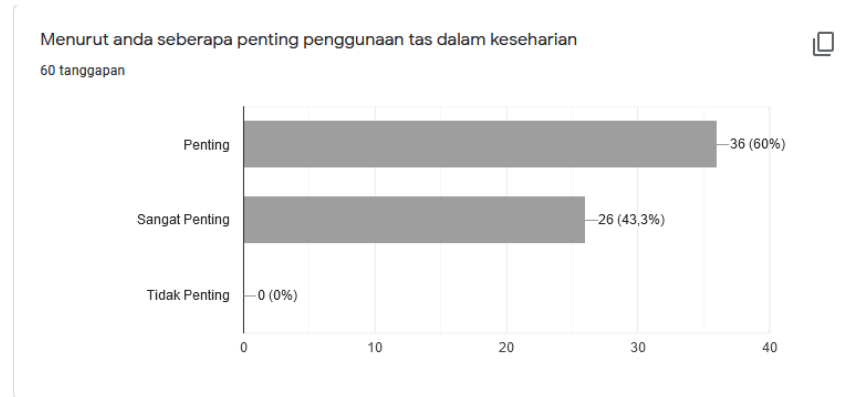


Diagram II.2 Kuesioner  
Sumber: Pribadi (25/11/2020)

Berdasarkan kuesioner yang disebar dari jumlah 60 responden persentase 60% menjawab penggunaan tas untuk keseharian penting dan 43,3% menjawab sangat penting.

3. Apakah anda mengetahui tentang Alinea Leather

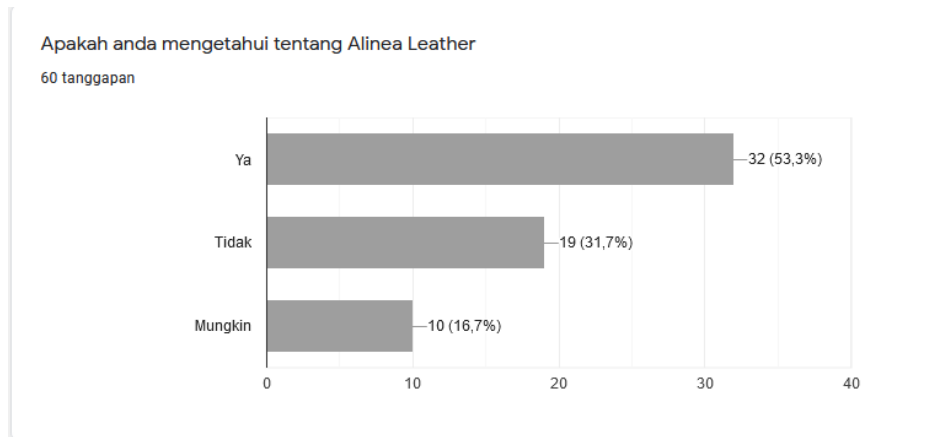


Diagram II.3 Kuesioner  
Sumber: Pribadi (25/11/2020)

Berdasarkan kuesioner yang disebar dari jumlah 60 responden persentase yang mengetahui brand Alinea Leather sebanyak 53.3%, yang tidak mengetahui sebanyak 31,7% dan yang mungkin mengetahui sebanyak 16.7%

4. Jika mengetahui, dari mana anda mengetahui produk ini

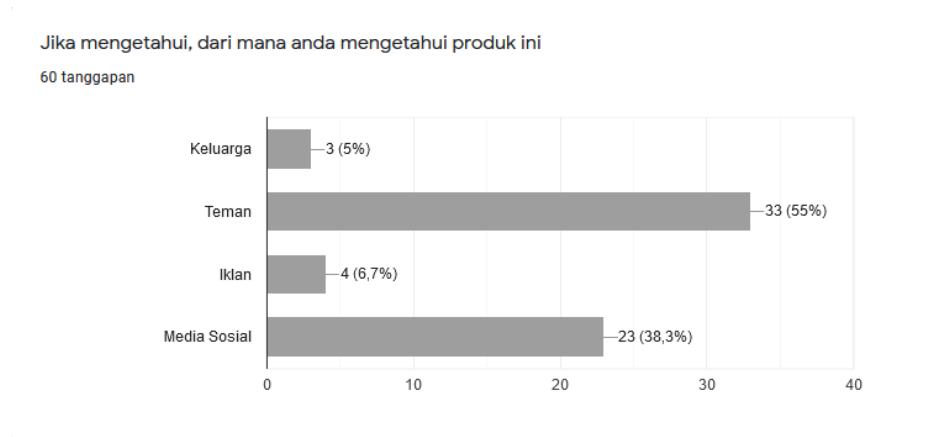
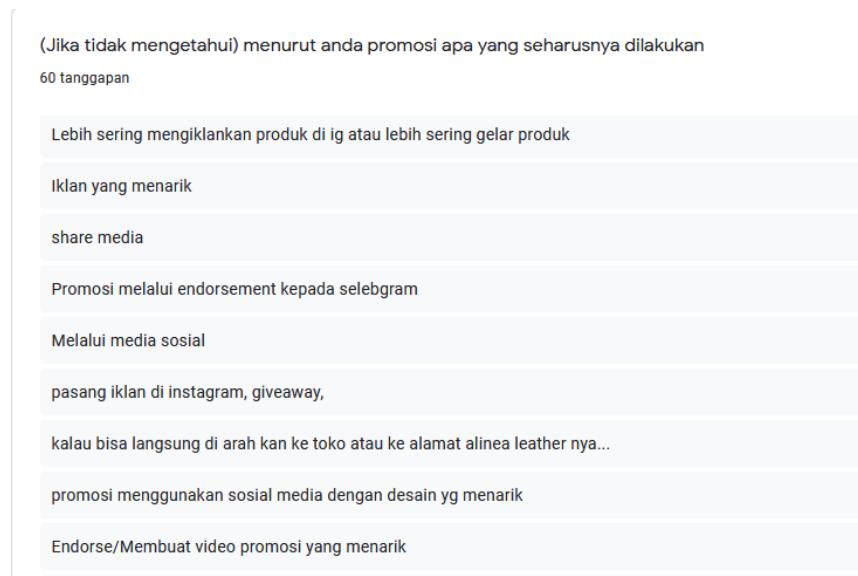


Diagram II.4 Kuesioner  
Sumber: Pribadi (25/11/2020)

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan dari jumlah 60 responden persentase 5% responden mengetahui keberadaan produk ini melalui keluarga, 55% melalui teman, 6,7% melalui iklan, 38,3% melalui media sosial.

5. Jika tidak mengetahui, menurut anda promosi apa yang seharusnya diberikan



Gambar II.18 Kuesioner  
Sumber: Pribadi (25/11/2020)

Promosi di social media , menggunakan jasa selebgram
Promosi dengan menjual secara online melalui marketplace, lalu menggunakan ads di sosmed seperti facebook, instagram dsb.
Promosi dengan influencer melalui media socia
Iklan televisi
Sponsor / endors
Promosi secara langsung
Ads melalui sosial media spt instagram,fb, dan twitter.
Melalui sosial media dan buat iklan yg menarik

Gambar II.19 Kuesioner  
Sumber: Pribadi (25/11/2020)

Berdasarkan kuesioner yang disebarakan dari jumlah 60 responden kebanyakan responden meminta promosi melalui social media.

#### II.4.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu teknik dalam perencanaan strategi untuk mendapatkan informasi berupa *strength* (Kekuatan), *weakness* (Kelemahan), *opportunities* (Peluang), dan *threats* (Ancaman).

##### a. *Strength* (Kekuatan)

- Memiliki harga yang cukup terjangkau dibanding dengan *brand* sekelasnya.
- Memperhatikan kerapihan dari setiap produk yang disuguhkan.
- Memberikan pelayanan berupa bebas memilih bahan, dan warna.

##### b. *Weakness* (Kelemahan)

- Masih banyak yang tidak mengetahui tentang keberadaan produk ini
- Sistem *pre order* membuat antrian pesanan yang cukup lama sehingga pelanggan tidak dapat segera mendapatkan produk.

##### c. *Opportunity* (Peluang)

- Karena selalu menjaga kualitas dan kerapihan bisa menjadi sebuah peluang produk yang *brandnya* menjadi besar



- Desain tas yang sudah mulai banyak bisa menjadi peluang *brand* ini dikenal lebih banyak orang.

**d. Threats (Ancaman)**

- Mulai banyak *brand* pesaing dengan jenis yang serupa
- Kualitas menjadi pertarungan dengan *brand* yang sekelas

### II.4.3 Peta Pesaing

Alinea Leather memiliki banyak pesaing yang bergerak dibidang *fashion* terutama persaingan dalam produksi tas, seperti *brand* asal Jogja bernama Abekani, *brand* ini sudah berdiri sejak 2016 sama seperti saat kemunculan Alinea Leather. Karena kemunculannya hampir serupa Abekani menjadi kompetitor Alinea Leather sampai saat ini. Desain, dan bentuk Abekani memiliki kemiripan seperti contoh desain tas Emersonia 2 Tone hampir sama dengan desain Rengganis yang diproduksi Alinea Leather. Harga yang disuguhkan untuk model tas Emersonia 2 Tone yaitu Rp. 720.000 tetapi untuk Abekani tidak memberi pilihan bahan atau warna yang bisa dipesan.



Gambar II.20 Tas Abekani Emersonia 2 Tone  
 Sumber: Facebook Abekani Jogja  
 (Diakses Pada: 25/11/2020)

#### II.4.3.1 SWOT

**a. Strength (Kekuatan)**

- Harga yang lebih murah ketimbang Alinea Leather.

- Tidak menggunakan sistem *pre order* yang dimana barang akan lebih cepat didapat oleh konsumen.

**b. Weakness (Kelemahan)**

- Tidak memiliki pilihan varian bahan.
- Tidak bisa memesan bahan atau warna sesuai dengan yang diinginkan.

**c. Opportunity (Peluang)**

- Menjadi pesaing untuk *brand* lain yang bergerak pada bidang yang sama.

**d. Threats (Ancaman)**

- Karena tidak banyak varian bahan dan tidak bisa memesan sesuai keinginan, konsumen bisa saja memilih *brand* lain.
- Calon konsumen hanya dapat memilih tas yang sudah ada.

**II.4.4 Tabel SWOT**

Tabel SWOT berfungsi memetakan kondisi yang sedang diteliti sebagaimana Alinea Leather digambarkan sebagai berikut:

Tabel II.2 Strategi Analisis SWOT  
Sumber: Analisis Pribadi (25/11/2020)

	<i>Strength</i> (Kekuatan)	<i>Weakness</i> (Kelemahan)
<i>Opportunity</i> (Peluang)	Kualitas produk menjadi jaminan produk yang disuguhkan.	Sistem pre order membuat antrian pesanan yang cukup lama sehingga pelanggan tidak dapat segera mendapatkan produk.
<i>Threats</i> (Ancaman)	mulai banyak <i>brand</i> dengan produk yang sekelas	Masih banyak yang tidak mengetahui tentang keberadaan produk ini

Dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Alinea Leather sebagai pendatang baru memberikan sejumlah keunggulan dengan *brand* lain yang dimana lebih lama berkuat dengan dunia *fashion* terutama pada produk tas perempuan, dan Alinea Leather memiliki beberapa kelemahan yaitu mulai bermunculan *brand-brand* pesaing dan masih banyaknya orang yang tidak mengetahui tentang keberadaan produk ini, padahal untuk segi kualitas produk ini sudah tidak dapat diragukan lagi.

## **II.5 Resume**

Berdasarkan analisis SWOT antara Alinea Leather dengan pesaing didapatkan bahwa persaingan pasar dapat terjadi kapan saja, sejak mulai berdiri pun *brand* lain akan menjadi kompetitor yang dimana strategi yang tepat sangat lah dibutuhkan, kualitas yang terjamin dan desain-desain yang semenarik mungkin menjadi strategi untuk bisa bersaing dengan kompetitor yang sudah berdiri lebih lama.

Pada kuesioner tertutup yang telah disebar didapat kesimpulan masih banyaknya orang yang tidak mengetahui tentang Alinea Leather, dan kurangnya bentuk promosi menjadi salah satu alasanya karena Alinea Leather hanya memasarkan produknya di media sosial seperti Instagram dan Facebook.

Dengan adanya kuesioner terbuka dapat diketahui bahwa iklan-iklan yang disebar dengan lebih banyak bisa menjadi strategi untuk Alinea Leather dikenal lebih luas lagi.

## **II.6 Solusi Perancangan**

Solusi perancangan terhadap Alinea Leather adalah dengan malakukan upaya persuasi secara luas dengan tujuan memperkenalkan produk-produk yang berpotensi menjadi *brand* yang besar dan lebih dikenal secara luas. Potensi tersebut adalah menunjukan kualitas dan bahan yang terjamin oleh Alinea Leather dengan potensi-potensi yang dimiliki sehingga, harapan Alinea Leather dapat dikenal secara luas.