

BAB II. TINJAUAN UMUM EASTERN WOLVES

II.1 Sejarah Perusahaan

Eastern Wolves mulai didirikan pada tahun 2012 oleh seorang bernama Adhitia Risanoto. Berlatar belakang mempunyai hobi pada musik keras dan olahraga ekstrim, Adhitia Risanoto mendirikan Eastern Wolves dengan nuansa "keras" dan "cadas". Pada awal merintis, Eastern Wolves menjadi *merchandise e-partner* untuk para band *underground* di Bandung. Di tahun 2013, Eastern Wolves mencoba melakukan sebuah inovasi atau terobosan pembuatan karya seni berupa cincin, *pendant*/kalung, dan *buckle head*/kepala sabuk yang terbuat dari material *pure metal alloy*.

Pada awal tahun 2014, Eastern Wolves mulai serius untuk memasarkan produknya. Langkah awal promosi dilakukan dengan membuat *custom order* untuk para konsumen khususnya komunitas motor di Indonesia. Seiring berjalannya waktu, Eastern Wolves semakin melebarkan sector promosi dengan menggandeng band-band musik cadas dari dalam dan luar negeri untuk berkolaborasi dan menjadi *media support* dalam rangkaian acara ataupun *tour* para band-band tersebut.

Adhitia Risanoto adalah orang dibalik berdirinya CV Eastern Wolves Indonesia. Adapun profil singkat mengenai identitas Adhitia Risanoto adalah sebagai berikut:

Tentang Adhitia Risanoto

Adhitia Risanoto lahir pada tanggal 30 Desember 1987 di kota Bandung. Sejak duduk di bangku SMP, Adhitia Risanoto sudah mulai menggemari musik keras dan olahraga ekstrim seperti sepeda BMX dan skateboard. Adhitia Risanoto memiliki visi dan tujuan bahwa cita-citanya kelak akan berkecimpung dalam ruang lingkup musik dan *extreme sport*, entah itu sebagai musisi, atlet olahraga ekstrim, ataupun profesi yang berhubungan dengan hal tersebut (Wulan/SM, 2016)

Adhitia Risanoto sudah memiliki ketertarikan pada dunia bisnis sejak ia menempuh pendidikan kuliah di Universitas Padjajaran Bandung. Pada tahun 2012, Adhitia

Risanoto memulai merealisasikan bisnisnya dengan membuat *clothing brand* bernama Eastern Wolves. Dengan dibekali kemampuan ilmu komunikasi dari kuliahnya, Adhitia Risanoto mencoba mencari relasi pada musisi-musisi luar negeri untuk bekerja sama dan tak disangka mendapat respon positif. Sejak saat itu Adhitia Risanoto semakin yakin untuk mengembangkan bisnis clothingnya tersebut.

II.2 Profil Perusahaan



Gambar II.1 Logo Eastern Wolves
<https://images.app.goo.gl/sUHjpqft2Qw1QN3w5>

Nama Perusahaan : Eastern Wolves
Bidang Perusahaan : Penyedia barang berupa pakaian/*clothing line*
Badan Hukum : CV
Alamat : Jl. Bukit Pakar Utara No.31 B, Bandung
Telp : 089 8891 6664
Instagram : @easternwolves

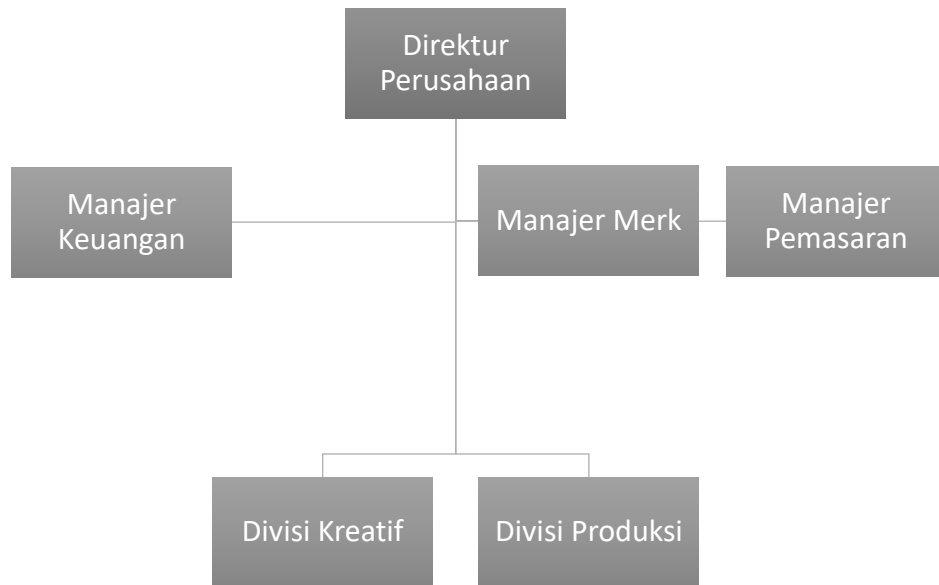
Eastern Wolves adalah sebuah perusahaan *clothing line* atau penyedia barang berupa kebutuhan pakaian. Pada awal berdiri yaitu tahun 2012, Eastern Wolves sudah menitik beratkan konsentrasinya pada produksi pakaian dengan nuansa dan adaptasi dari dua hal, yaitu musik keras atau *underground* dan olahraga ekstrim seperti BMX dan skateboard.

Sekitar tahun 2013, Eastern Wolves mulai membagi fokus produksinya pada barang lain yaitu aksesoris berupa cincin dan *pendant*/kalung. Tidak disangka terobosan produksinya itulah yang membawa nama Eastern Wolves semakin dikenal banyak orang. Bukan tanpa alasan, Eastern Wolves memiliki teknik pemasaran produk yang baik yaitu dengan "menggandeng" komunitas-komunitas motor serta band-band *indie* baik lokal maupun luar negeri, dengan cara memberi dukungan sponsor pada acara-acara tertentu ataupun kolaborasi pada pihak terkait. Namun untuk saat ini, perusahaan Eastern Wolves lebih menaruh fokus produksi pada produk pakaian saja, sedangkan produksi aksesoris dihentikan untuk sementara, namun dalam waktu dekat Eastern Wolves berencana akan kembali memproduksi aksesoris cincin dan kalung yang dulu pernah membawa harum nama Eastern Wolves sampai keluar negeri (Tomi Tresnady, 2015)

II.2.1 Visi dan Misi

Adapun setiap perusahaan memiliki sebuah visi dan misi yang harus dipegang demi tercapainya tujuan perusahaan. Eastern Wolves memiliki satu tujuan atau cita-cita yaitu membangun industri kreatif serta mendukung penuh skema industri musik *indie* dalam negeri. Adapun visi dari CV Eastern Wolves Indonesia ialah selalu memberikan produk dengan kualitas terbaik dan mendukung penuh kreatifitas para anak muda. Lalu untuk misi yang diemban oleh Eastern Wolves ialah menginovasi anak muda dalam berpenampilan serta meningkatkan desain yang lebih kreatif. Seluruh pihak yang terlibat di CV Eastern Wolves Indonesia dituntut untuk bekerjasama dan disiplin agar tercapainya visi dan misi dari perusahaan tersebut.

II.2.2 Struktur Organisasi



Gambar II.2 Struktur Manajemen CV Eastern Wolves
Sumber: Profil Perusahaan CV Eastern Wolves (2020)

II.2.3 Layanan Produksi Barang

Pada akhir tahun 2013, CV Eastern Wolves Indonesia mulai mantap memproduksi serta menjual produk aksesoris berupa cincin dan kalung. Tidak hanya produksi barang dengan konsep pribadi, CV Eastern Wolves juga membuka layanan produksi barang *custom* untuk beberapa komunitas khususnya komunitas motor. Namun karena beberapa faktor, Eastern Wolves pada saat ini menghentikan sementara produksi produk aksesoris tersebut.

Fokus Eastern Wolves pada sektor produksi saat ini ialah produk pakaian, mulai dari kaos, jaket, kemeja, sweater, celana, dan beberapa aksesoris seperti dompet, botol minum, bandana/buff, tas, dan topi. Kualitas produk dari CV Eastern Wolves sendiri bisa dibilang sangat baik. Detail serta bahan yang digunakan pada setiap produknya memiliki kualitas yang tidak kalah dari brand *clothing* luar negeri.

Tabel I.1 Produk yang diproduksi CV Eastern Wolves Indonesia
 Sumber: Data Pribadi (2020)

No	Barang yang diproduksi	Kategori Barang
1	Tshirt/kaos	Pakaian primer
2	Jaket	Pakaian primer
3	Sweater	Pakaian primer
4	Celana	Pakaian primer
5	Kemeja	Pakaian primer
6	Sepatu	Pakaian primer
7	Topi	Aksesoris
8	Beanie/kupluk	Aksesoris
9	Dompet	Aksesoris
10	Tas	Aksesoris
11	Botol minum	Aksesoris
12	Bandana/buff	Aksesoris

Seperti kebanyakan *clothing brand* yang lain, CV Eastern Wolves Indonesia memproduksi serta menyediakan kebutuhan pakaian sehari-hari khususnya untuk anak muda. Desain serta warna pakaian yang diproduksi sangat selaras dengan perkembangan mode pakaian yang sedang digandrungi anak muda saat ini. Seperti misalnya CV Eastern Wolves memproduksi *tshirt/kaos* dengan desain gambar utama yang diletakan bagian depan dengan ukuran yang besar dengan tujuan memperlihatkan identitas serta karakteristik baik dari pemakai baju maupun produk Eastern Wolves sendiri.

Perkembangan mode pakaian saat ini memang sangatlah pesat. Tidak hanya pakaian primer yang dikenakan untuk kebutuhan sehari-hari, aksesoris pendukung gaya berpenampilan juga sangat marak diproduksi oleh berbagai merek *clothing* pakaian, begitu juga Eastern Wolves. CV Eastern Wolves Indonesia juga merilis berbagai aksesoris yang dimana tetap mengaplikasikan desain karya ilustrasi pada produknya tersebut. Seperti contohnya CV Eastern Wolves Indonesia merilis produk buff/bandana dengan desain karya ilustrasi sebagai identitas utama brand.



Gambar II.3 Produk Kaos Eastern Wolves

<https://www.instagram.com/p/B0aQth8puB9/?igshid=1elrpye7pzjak>

Produk yang dirilis Eastern Wolves biasanya memiliki konsep disetiap edisi yang dikeluarkannya atau sering disebut *season*. Seperti misalnya untuk bulan Januari, Eastern Wolves merilis artikel produk bertema objek horror, lalu setelah pergantian bulan atau sampai habisnya stok barang *season* bulan Januari, Eastern Wolves akan kembali merilis *season* baru dan begitupun seterusnya.



Gambar II.4 Produk Bandana Eastern Wolves

<https://www.instagram.com/p/B-ERyfpzpa9b/?igshid=195wtk4fz8k3a>

Gaya desain produk pakaian dari Eastern Wolves sangat kental dengan unsur *death art* atau dengan kata lain, desain yang diusung pada produk Eastern Wolves memiliki nuansa “gelap” dan “keras”. Aadaptasi gaya yang disuguhkan dari produk-produk Eastern Wolves berasal dari ruang lingkup pemasaran produk Eastern Wolves sendiri yaitu bersegmentasi pada *lifestyle* anak band musik keras/*underground* serta komunitas lain seperti pecinta *extreme sport* dan klub motor. Oleh sebab itu, ciri khas dari produk Eastern Woves bisa dikenali dari gayanya yang memiliki citra “adrenaline”.

II.2.4 Media Pendukung

CV Eastern Wolves Indonesia seperti yang telah diketahui adalah sebuah *clothing brand* yang lahir dan tumbuh di lingkungan yang tidak familiar dengan musik cadas. Disamping menjadi sebuah perusahaan yang memproduksi barang berupa pakaian, CV Eastern Wolves Indonesia juga ikut serta membantu serta mendukung pergerakan skema industri musik khususnya musik dari band *indie* di Indonesia. Hal tersebut tentunya sangat berdampak positif bagi para musisi-musisi tanah air yang memerlukan dukungan dari media perusahaan pakaian seperti Eastern Wolves guna sebagai media promosi ataupun dukungan materil pada acara-acara musik yang selalu digelar.

Wujud dukungan perusahaan Eastern Wolves pada para musisi-musisi *indie* tanah air ialah dengan selalu hadir sebagai *media partnership* acara-acara festival musik yang diadakan tiap tahun. Berikut beberapa acara yang selalu diberi partisipasi serta dukungan oleh *clothing brand* Eastern Wolves:

1. Brotherground Music Festival, Surabaya
2. Hellprint United Day, Bandung
3. DCDC: Sahur Nikmat On The Road
4. Sonicfair Festival, Bandung
5. Kickfest, Bandung

