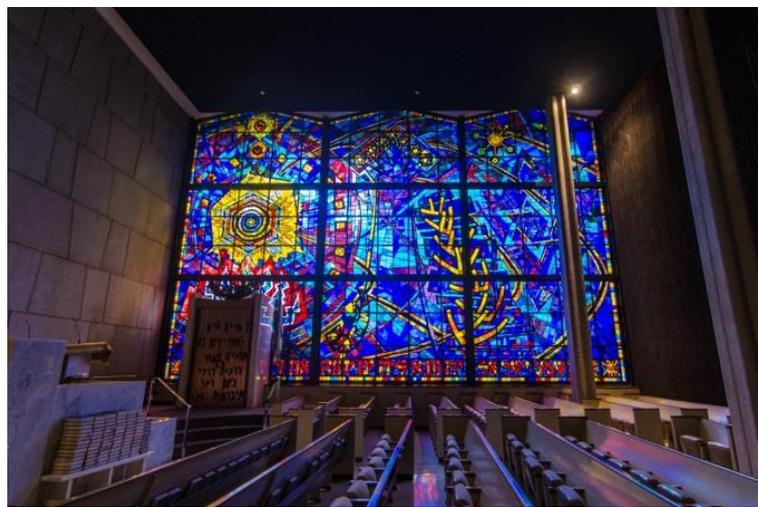


BAB II. GRIYA GLASS SEBAGAI PRODUSEN KACA PATRI DARI BANDUNG

II.1. Kaca Patri

II.1.1 Definisi Kaca Patri

Kaca patri berasal dari Bahasa Inggris, yaitu *Stained Glass* yang merupakan bahan kaca warna bertekstur yang dibuat menjadi jendela dari potongan-potongan kaca yang disusun untuk membentuk pola atau gambar, kaca dihubungkan secara manual menggunakan timah atau kuning (Hartanti, G. 2014, hal.764).



Gambar II.1. Kaca Patri Dalam Sebuah Bangunan

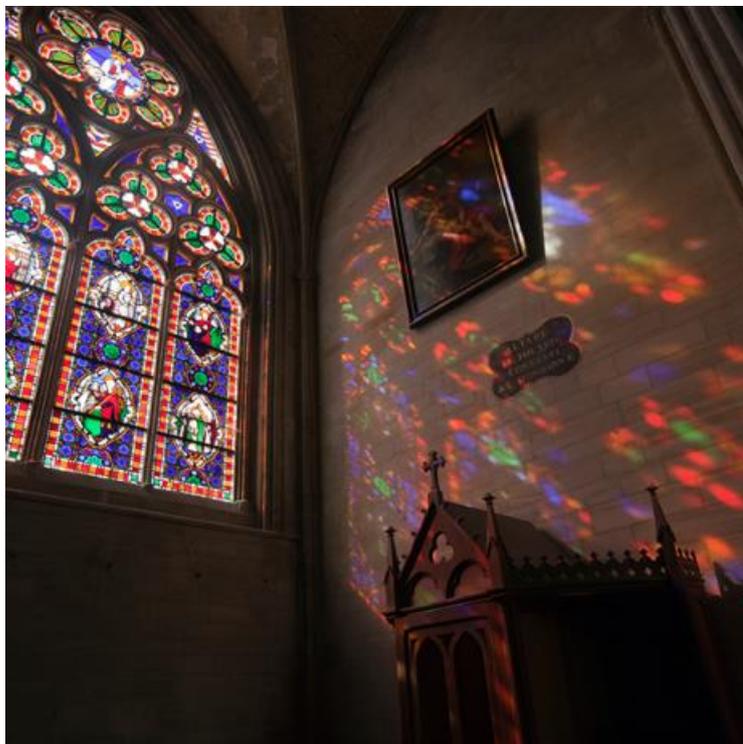
Sumber : <https://openhousechicago.org/sites/site/chicago-loop-synagogue/.jpg>
(Diakses pada : 20-10-2019)

Kombinasi beberapa warna pada kaca patri menghasilkan motif dekoratif dan estetika, dan memiliki efek ketika memancarkan cahaya. Pada saat ini kaca patri dapat dipasang di jendela, pintu, lampu, dan sebagainya. Dalam sebuah bangunan kaca memiliki dua fungsi utama, yaitu fungsional untuk menciptakan transparansi visual dan fungsi memperkuat nilai estetika untuk meningkatkan seni bangunan.

Selain itu kaca patri juga dapat didefinisikan sebagai beragam kaca berwarna dari beberapa keping kaca yang ditopang oleh permukaan yang rata. Umumnya desain potongan kaca patri terdiri dari potongan kaca setebal 1/8 inci yang telah dipotong, dicat, dibakar, dan disatukan menjadi sebuah pola oleh kawat timah (Hutama, K. 2005, hal.101).

II.1.2. Sejarah

Kaca patri berasal dari Eropa, yang dikenal pada era yang terbagi dalam beberapa periode, yaitu era Romantisme, Ghotic, Renaisans (Hutama, K. 2005, hal.102). Zaman Ghotic adalah puncak kejayaan seni kaca patri (Hartanti, G. 2014, hal.764). Kaca patri identik dengan jendela pada bangunan gereja, Tujuan utama pembuatan kaca patri adalah untuk melengkapi pernyataan iman dan keinginan untuk memperindah rumah Tuhan. Kaca patri dominan digunakan di gereja atau katedral, karena selain menjadi pusat keagamaan, gereja juga merupakan pusat seni desain dan pembuatan kaca patri yang ditentukan oleh ketentuan gereja berdasarkan ajaran agama (Hutama, K. 2005, hal.106).



Gambar II.2. Kaca Patri Di Gereja

Sumber : <http://blog.adw.org/2013/08/stained-glass-and-the-book-of-revelation-how-our-church-buildings-reflect-the-heavenly-vision-of-st-john/.png>
(Diakses Pada : 21-10-2019)

Pada era Ghotic hampir semua bangunan besar dan megah menggunakan kaca patri sebagai dekorasi utama. Pada saat ini, kaca patri telah menjadi bagian dari kerajinan dan arsitektur. Kaca patri pada jendela biasanya kaya warna seperti biru, hijau, merah, dan kuning. Penggunaan kaca patri sangat populer karena menambah rasa sejuk dan nyaman di dalam ruangan. Penempatan kaca patri

biasanya berhadapan langsung dengan arah matahari yang akan datang. Cahaya yang masuk melalui kaca akan memberikan berbagai bias warna-warni ke ruangan.

Ada juga yang menyebutkan kaca patri sebagai lukisan kaca menggunakan timah dan kuningan sebagai penghubung untuk membuat lukisan. Selama abad ketujuh belas dan kedelapan belas teknik berubah, dengan penekanan bergerak dari kaca patri yang dicat, dan penekanan baru pada subjek non-religius, tetapi pada abad kesembilan belas teknik dan subjek abad pertengahan dihidupkan kembali, dan jendela-jendela dari periode kebangkitan Gothic merupakan sebagian besar kejayaan seni kaca patri (Thomson, A.M, 2018).

Berdasarkan dari kutipan diatas bahwa lukisan adalah pola atau gambar dari potongan kaca yang dipatri dan sebelum dikembangkan sebagai industri rumah tangga oleh seniman Belanda, selama era kolonial Belanda ketika orang Eropa menyebarkan kekristenan, kaca patri di Indonesia masuk melalui arsitektur gereja. Di Indonesia, lukisan kaca pertama kali dikembangkan sebagai industri rumah tangga di Cirebon, Jawa Barat, sebagai warisan teknik yang didirikan oleh seniman belanda. (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2015, h.15).

II.1.3 Jenis – Jenis

Secara umum, kaca patri adalah potongan kaca yang terhubung satu sama lain dengan cara disolder. Kaca patri juga memiliki jenis yang berbeda, jenis kaca patri dilihat dari garis yang menghubungkan kaca (Rudi Suherman, 2019), kaca patri tersebut ialah:

- Kaca Patri Kuningan

Kaca patri kuningan merupakan potongan kaca yang disatukan menggunakan bahan kuningan. Kaca patri kuningan akan tampak kuning berkilat sehingga terkesan mewah.



Gambar II.3. Kaca Patri Kuningan
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

- Kaca Patri Nikel

Kaca patri nikel (perak) merupakan potongan kaca yang disatukan menggunakan bahan timah yang dioleskan oleh cairan alkus dan tenol. Sama seperti kuningan, kaca patri nikel (perak) juga termasuk logam akan tampak berkilat sehingga terkesan mewah.



Gambar II.4. Kaca Patri Nikel (Perak)
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

- Kaca Patri Timah

Kaca patri timah merupakan potongan kaca yang disatukan menggunakan bahan timah. Kaca patri timah akan terlihat memberikan kesan klasik pada kaca.



Gambar II.5. Kaca Patri Timah
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

II.2. Griya Glass

II.2.1. Sejarah dan Profil

Griya Glass merupakan pengrajin bisnis dibidang seni kaca. Griya Glass berdiri pada tahun 1994. Nama Griya Glass, diambil dari kata griya yang diambil dari *workshop*-nya terletak di perumahan Griya Indah Ciwastra dan *glass* itu sendiri adalah kaca, nama yang diberikan oleh Rudi Suherman selaku pemilik Griya Glass. Awalnya, Rudi adalah pekerja biasa dan tertarik dengan kaca patri. Pada saat yang sama, Rudi mencoba mendirikan usaha seni kaca, berbekal pengetahuan sebelumnya, Rudi memproduksi, pemasaran, dan seterusnya.



Gambar II.6. Griya Glass
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

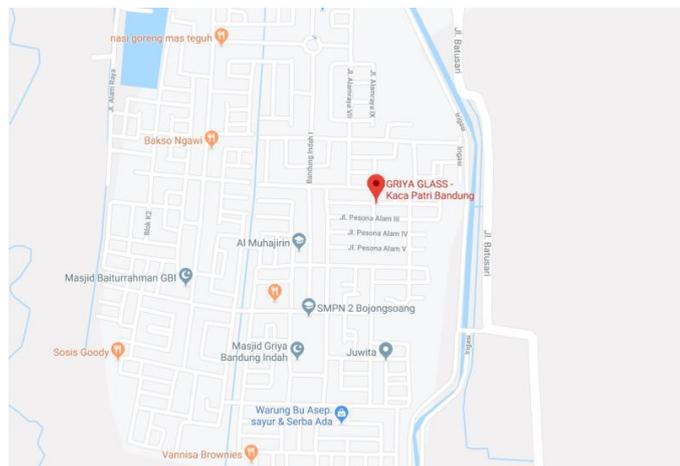
Produk yang ditawarkan oleh Griya Glass ialah produk seni kaca seperti kaca patri kuningan, kaca patri nikel, kaca patri timah, gravier atau kaca etsa, kaca lukis, kaca bevel dan kaca tatahan. Griya Glass memilih kualitas produk seni kaca yang baik, hal ini dapat dilihat dari ulasan beberapa *review* dari pembeli di Griya Glass. Selain sebagai pemilik dan pemimpin dalam proses pembuatan produk kaca patri, Rudi juga berurusan dan berkomunikasi langsung dengan konsumen, konsultan, pengontrol kualitas, pemasaran, dan kadang-kadang juga mengerjakan kaca patri.

Griya Glass memiliki kualitas produk yang baik dibandingkan dengan produk lain, karena Griya Glass berani bersaing, dalam hal memprioritaskan pengawasan kualitas dan proses pengerjaan. Artinya, produknya sama, bahan bakunya sama, pengerjaannya sama, tetapi hasilnya berbeda. Dapat disimpulkan bahwa Griya Glass memprioritaskan kerja sistematis. Bahkan Griya Glass memiliki 2 hingga 3 kali pengawasan kualitas, baru bisa dibilang layak jual.

Griya Glass berupaya mengoptimalkan produk dari berbagai faktor seperti memiliki pengrajin loyal. Secara umum, Griya Glass tidak pernah menurunkan harga. Berusaha keras untuk selalu mendapatkan informasi dan tanggapan cepat. Memantau pengawasan kualitas produk lebih dari satu kali. Tepat waktu dalam mengerjakan produk kaca seni seperti kaca patri. Rudi dan para pengrajin selalu ingin memposisikan diri dalam produk yang unggul dan berkualitas. Rudi dikenal

dan disukai dengan nama Rudi kaca, karena sikap yang responsif terhadap konsumen.

Nama Perusahaan : Griya Glass
Alamat : Griya Bandung Indah, Jl. Pesona Alam II No.1, Buah Batu, Kec. Bojongsong, Bandung, Jawa Barat.
Jam Buka : Buka pukul 08.00 – Tutup.
Telepon : +6213-951-33130
Bidang Perusahaan : Seni kaca dekoratif
Media Sosial : Instagram <https://www.instagram.com/kaca.patri.bandung/>
Facebook
<https://www.facebook.com/kacapatribandung/>



Gambar II.7. Peta Griya Glass

Sumber : <https://www.google.com/maps/place/GRIYA+GLASS+-+Kaca+Patri+Bandung/@-6.9742127,107.6684217,16z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x8bee7b5bb6b1903b!8m2!3d-6.9727815!4d107.6711295.png>
(Diakses Pada : 23-10-2019)

II.2.2. Produk Griya Glass

Griya glass menempatkan sebagai pembuat produk dari seni kaca, kebanyakan konsumen butuh produk, Griya Glass akan penuh produk kaca seni yang diinginkan oleh konsumen, dan membuat produk sendiri. Terkecuali ada hal lain yang berhubungan dengan kaca, seperti kaca *laminated*, kaca *tempered*, atau kaca lengkung. Kaca tersebut harus membutuhkan alat-alat pabrik walau pun Griya

Glass mengerjakan kaca tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen Griya Glass mengeluarkan pembuatan produk kaca seni seperti:

- Kaca patri kuningan
- Kaca patri nikel (perak)
- Kaca patri timah

Produk kaca patri biasanya dipakai untuk jendela, daun pintu, dan kap lampu. Kebutuhan kaca patri yang diminta oleh konsumen dapat menjadi penghias dekorasi ruangan, harga yang ditawarkan mulai dari Rp. 2.000.000,- per meter persegi tergantung dari ukurannya. Berbeda halnya dengan kaca patri kustom, menyesuaikan dengan penambahan ukuran. Sistem pembuatan seni kaca di Griya Glass ialah *pre-order*.

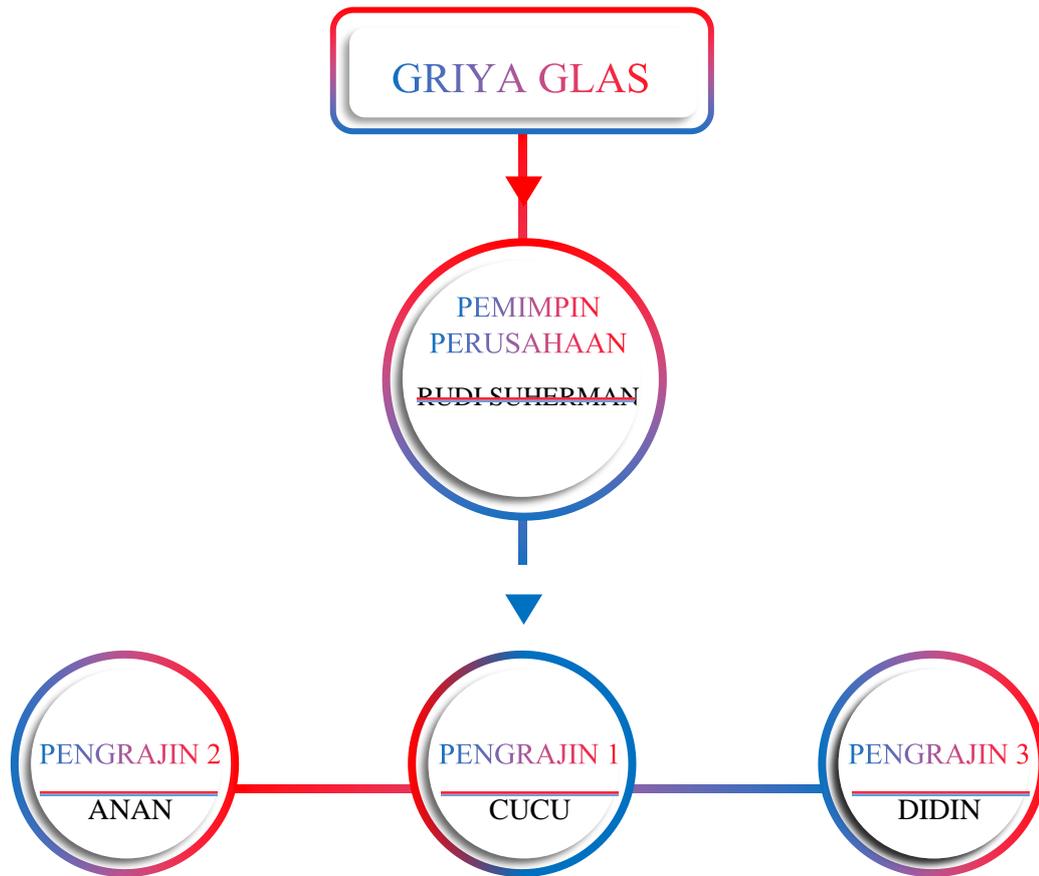
Griya Glass memiliki katalog berdasarkan apa yang telah dibuat atau apa yang Griya Glass desain. Produk utama yang dibuat oleh Griya Glass ialah kaca patri yang diaplikasikan ke jendela, daun pintu, kap lampu. Produk selain kaca patri yang dibuat oleh Griya Glass hanya menempatkan sebagai intermeso saja seperti:

- Kaca *gravier* atau *etsa*
- Kaca lukis
- Kaca *bevel*
- Kaca *inlay*

Produk seni kaca apa pun yang diminta oleh konsumen, Griya Glass akan penuhi setiap produk seni kaca yang diinginkan oleh konsumen.

II.2.3. Struktur Organisasi

Griya Glass memiliki struktur keorganisasian yang lebih kompleks dan non formal yaitu pemilik dan pengrajin yang saling berbagi tugas baik pada saat proyek. Berikut adalah tabel organigram Griya Glass:



Gambar II.8. Organigram Griya Glass
Sumber : Dokumen Pribadi (2019)

Keterangan:

- Pimpinan Perusahaan : Bertugas untuk memimpin pembuatan produk kaca patri, berhubungan dan berkomunikasi langsung dengan konsumen, konsultan, kontrol kualitas, *marketing*, dan mengerjakan kaca patri.
- Pengrajin 1 : Bertugas untuk mengerjakan kaca patri, kaca lukis, kaca *Inlay*.
- Pengrajin 2 : Bertugas untuk mengerjakan kaca bevel, kaca patri, kaca lukis, kaca *gravier / etsa*.
- Pengrajin 3 : Bertugas untuk mengerjakan pemasangan kaca, kaca *sandblasting* stiker, pengukuran kaca, pengiriman, *deal order*.

II.2.4. Logo Perusahaan

Bisnis dibidang seni kaca tidak luput dari adanya identitas perusahaan yaitu logo. Dalam logo tersebut Griya Glass memasukan unsur seperti huruf G, matahari, burung berwarna merah dan huruf yang bertuliskan Griya Glass dan bintang berwarna biru tua. Dilengkapi dengan garis melengkung yang menghubungkan unsur-unsur berikut menjadi satu kesatuan dengan warna hijau.



Gambar II.9. Logo Griya Glass

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

Dari beberapa unsur logo Griya Glass memiliki makna yaitu, huruf G inisial dari Griya itu sendiri, unsur matahari menciptakan transparansi visual terhadap kaca, Griya Glass tidak memiliki desain kaca patri yang khusus atau gaya sendiri karena menyesuaikan konsumen yang variabel menjadikan Griya Glass memaknai burung sebagai bisa terbang kemana saja apapun desain kacanya dan serumit apa pengerjaanya, dan apapun yang diinginkan konsumen Griya Glass bisa mengerjakannya. Bertuliskan huruf Griya Glass dengan bintang di bagian kanan atas dimaknai sebagai huruf griya yang lebar dimaksud ialah kompleks Griya Bandung Indah yang daerahnya luas, glass ukuran selebar kaca yang kecil. Untuk bintang sendiri hasil dari transparansi visual terhadap kaca terlihat seperti bintang. Untuk garis melengkung dengan elemen tambahan dan membuat logo menjadi satu kesatuan. Griya Glass sendiri mempunyai warna merah dominan terang mengandung arti berani, menurut Rudi Suherman selaku pemilik Griya Glass dalam desain logo sentuhan merah menjadi manis, diidentikan seperti perempuan hanya merah di bibir saja. Sedangkan warna biru tua pada huruf bertuliskan Griya Glass karena lebih eksklusif dibandingkan hijau karena asumsi warna hijau ialah natural.

II.2.5. U.S.P (*Unique Selling Point*)

Unique selling point (USP) adalah faktor yang membedakan suatu produk dari para pesaingnya, seperti biaya terendah, kualitas tertinggi atau produk pertama kali dari jenisnya (Rouse, M, 2013).

Pada dasarnya Griya Glass dengan pengrajin dibidang seni kaca yang lain itu sama, yang membedakan adalah identitas dari masing-masing pengrajin. Griya Glass menepatkan sebagai *art glass*.

- Layanan optimal yang memiliki peluang untuk menciptakan kepercayaan lebih dibenak konsumen.
- Konsumen dapat berkonsultasi tentang konsep, ukuran, harga, proses, dan *finishing*, sehingga Griya Glass dapat mengarahkan dan memberikan pilihan yang tepat dan sesuai dengan permintaan konsumen.
- Benar-benar mengutamakan pengawasan kualitas seni kaca dan proses pekerjaan.

Dibandingkan pada produk yang lain USP yang terdapat pada Griya Glass menunjukkan bahwa, produknya sama, bahan bakunya sama, pengerjaan sama, tetapi hasilnya berbeda. Dapat disimpulkan bahwa Griya Glass mengutamakan sistematis kerja, bahkan Griya Glass memiliki 2 sampai 3 kali pengawasan kualitas baru bisa dibilang layak jual. Terkadang pesaing tidak memperhatikan dan bahkan juga pemilik acuh terhadap orderan yang sedang dikerjakan oleh pegawainya, sehingga muncul banyak komplain.

II.3. Analisis Objek

II.3.1. Observasi

Pengertian Observasi menurut Supriyati (2011) adalah “suatu cara untuk mengumpulkan data penelitian dengan mempunyai sifat dasar naturalistik yang berlangsung dalam konteks *natural*, pelakunya berpartisipasi secara wajar dalam interaksi” (h.46).

Berdasarkan pengertian menurut Supriyati observasi adalah pengamatan dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari dan melakukan pengamatan langsung terhadap perusahaan untuk mendapatkan bukti yang mendukung dan melengkapi data serta sebagian informasi mengenai teori dalam hal yang berhubungan dengan kaca patri.

Observasi dilakukan di Griya Glass, Jalan Pesona Alam II blok C9 No.1, Buah Batu, Bojongsoang, Bandung, Jawa Barat. Observasi ke *workshop* dirasa sangat penting untuk merasakan langsung kegiatan di lapangan dengan teknik dokumentasi agar memahami yang dilakukan Griya Glass untuk membuat kaca patri.



Gambar II.10. Dokumentasi ke Lokasi Griya Glass
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

Pengerjaan kaca patri oleh Griya Glass di *workshop*. Terlihat kaca patri yang sedang dikerjakan dengan alat-alat dan bahan baku untuk mengerjakan kaca patri.



Gambar II.11. Pengerjaan Kaca Patri
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

Foto dokumentasi bersama selaku pemilik Griya Glass Rudi Suherman dan pengrajin Griya Glass bernama, Cucu, Anan, Didin.



Gambar II.12. Pemilik dan Pengrajin Kaca Seni Griya Glass
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

Wawancara bersama Rudi Suherman untuk mengetahui teknik pengerjaan kaca patri di Griya Glass.

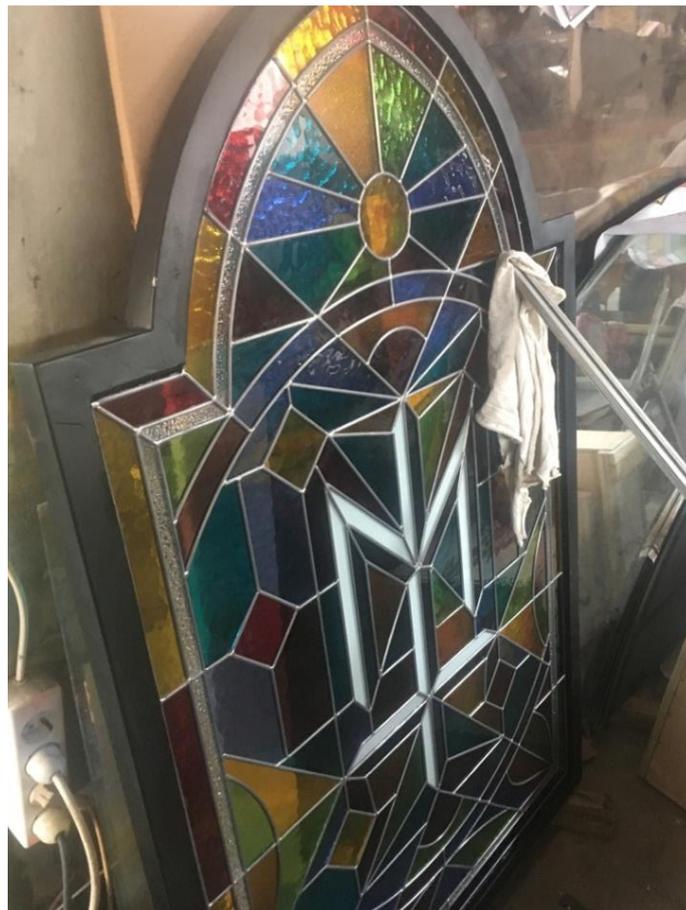


Gambar II.13. Wawancara Teknik Pengerjaan Kaca Patri Griya Glass
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

Dibawah ini adalah kaca patri yang sedang diproduksi dan kaca patri yang sudah selesai tahap pengerjaan.



Gambar II.14. Kaca Patri yang Sedang Diproduksi
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar II.15. Kaca Patri yang Selesai Diproduksi
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

II.3.2. Wawancara

Pengertian wawancara menurut P. Joko Subagyo (2011) adalah “suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan ke pada para responden. Wawancara bermakna berhadapan langsung antara *interviewee* dengan informan, dan kegiatannya dilakukan secara lisan” (h.39).

Berdasarkan dari pengertian wawancara menurut P. Joko Subagyo di atas, disimpulkan dari wawancara bahwa data terdiri dari pertanyaan dan jawaban yang dilakukan langsung antara peneliti dan pihak yang terkait dengan objek yang sekarang adalah pengrajin kaca patri. Wawancara dilakukan dengan Pak Rudi selaku pemilik sekaligus pengrajin sebagai informan kunci kaca patri di Griya Glass Bandung, Jalan Pesona Alam II blok C9 No.1, Buah Batu, Bojongsong, Bandung, Jawa Barat.

Griya Glass adalah bisnis di bidang seni kaca yang terkenal akan layanan dan kualitas produknya yang baik, ini ditemukan dari komentar di media sosial dan laman *web* yang diambil yang menurut yang paling relevan. Workshop Griya Glass berada di kota Bandung, tepatnya di kompleks Griya Indah Ciwastra. Konsumen Griya Glass sudah domestik, dari Aceh sampai Papua, dan bahkan produk Griya Glass telah dibawa ke Belanda dan Arab Saudi. Bahan baku untuk pembuatan seni kaca di Griya Glass mendapatkannya dari distributor pusatnya di Jakarta, secara kebetulan membuka cabang di Bandung. Griya Glass memasarkan produk pertamanya dari internet dan media sosial seperti Bukalapak, Tokopedia, Indonet, Instagram. Kedua, di media *offline* seperti *Yellow pages*, surat kabar.

Griya Glass memproduksi produk yang dibuat untuk penggunaan komersial. Menurut Rudi Suherman, kaca patri adalah kaca seni, sebenarnya istilah kaca patri adalah istilah untuk orang domestik. Patri ke dalam bahasa populer, istilah asli atau nama asli adalah *stained glass* yang disebut kaca timah. Karena kaca timah tidak nyaman di lidah, disebut kaca patri. Dalam pembuatan kaca patri, yang

utama adalah timah, kuningan dan solder. Rudi Suherman belum memiliki tujuan yang sesuai untuk Griya Kaca karena masih skala industri rumahan, tetapi tujuan yang pasti adalah untuk membuat kaca patri menjadi populer kembali dan membuat kedekatan pribadi antara produsen dan konsumen untuk mendapatkan lebih banyak kepercayaan agar diterima sebagai pelanggan Griya Glass yang loyal. Karena pengrajin kaca patri dapat dihitung jari. Glass Griya mulai berdiri pada tahun 1995 di Bandung, bertahan sampai seterusnya.

Kaca patri di Griya Glass dibuat berdasarkan pesanan berbeda dari *souvenir*. Ukuran kaca patri belum tentu sama atau bisa digunakan oleh konsumen lain walaupun produknya tidak menyediakan stok produk. Secara pribadi Rudi dan perusahaan Griya Glass identik dengan Rudi. Populer karena berbeda dari yang lain, yang dimaksud adalah Griya Glass berani karena apapun model proyek besar pasti memiliki banyak kesulitan dan tantangan. Nama Griya Glass adalah nama yang diciptakan Rudi sendiri, karena dulu Rudi menginginkan nama komersial, bagus, jelas memiliki keberuntungan, yang penting singkat, padat, dan mudah dikenali. Biasanya konsumen Griya Glass adalah individu, perusahaan, segmentasi dari kelas menengah ke bawah sampai atas, sebagian besar rumah tangga usia produktif 30-50 tahun ke atas. Pemilik modal awal adalah Rudi sendiri, Griya Glass memiliki karyawan yang loyal dan tiga karyawan yang bekerja sesuai dengan pekerjaan dan keterampilan masing-masing.

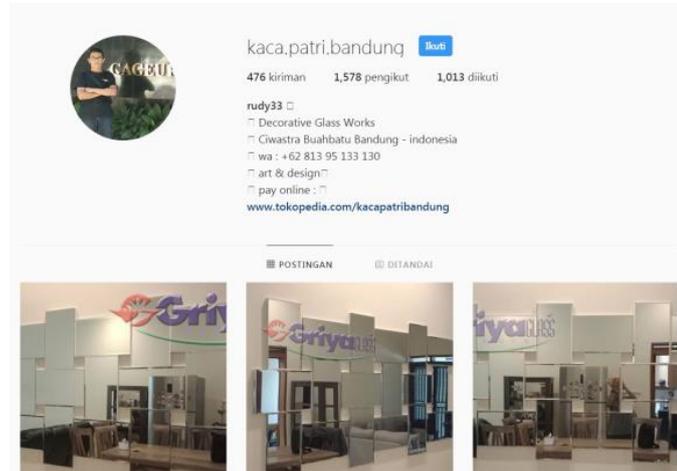


Gambar II.16. Wawancara Griya Glass

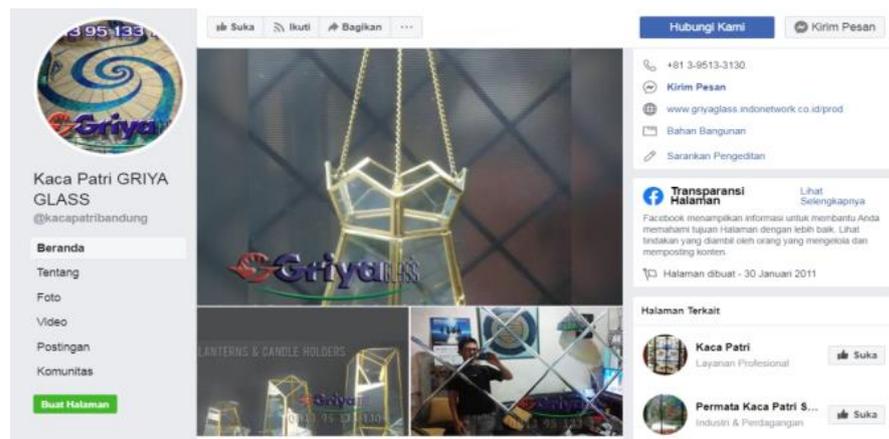
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

II.3.3. Media Sosial Griya Glass

Griya Glass memiliki media sosial seperti Instagram dan Facebook, berikut tampilan media sosial Griya Glass:



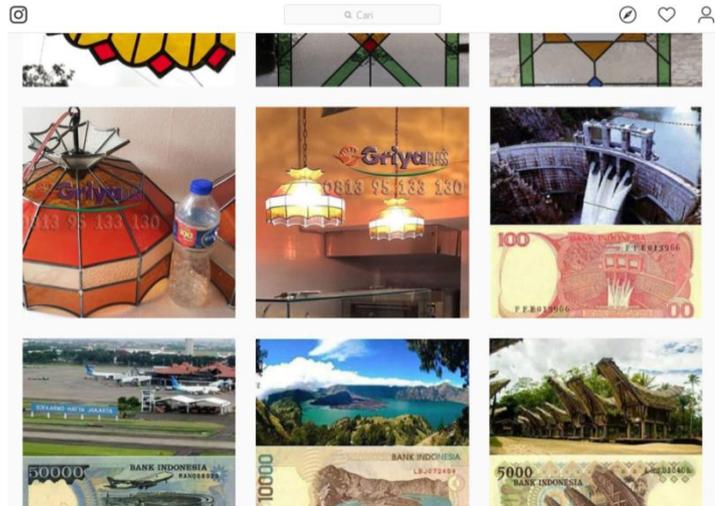
Gambar II.17. Tangkap layar Instagram Griya Glass
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)



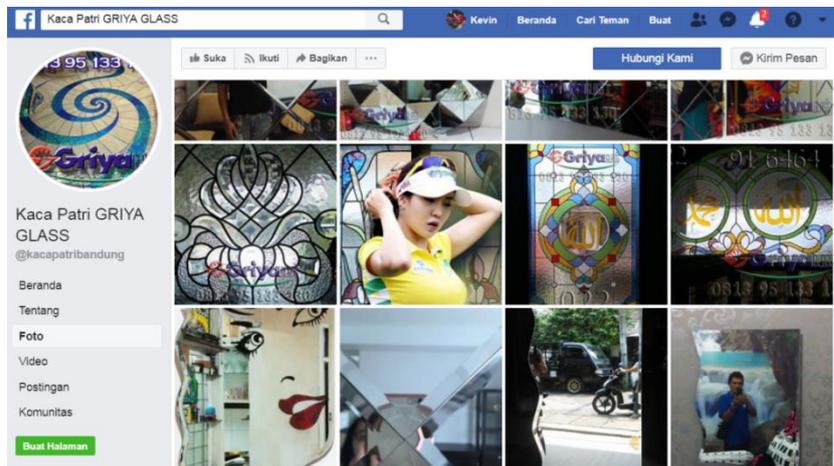
Gambar II.18. Tangkap layar Facebook Griya Glass
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

Dibalik usaha seni kaca Griya Glass yang dibuat oleh pengrajin tidak luput dari beberapa masalah yang ditemukan dalam media sosial Griya Glass, dapat dilihat diantaranya yaitu:

- Tidak adanya konsistensi perihal dokumentasi pada media sosial. Dapat dilihat konsistensi perihal dokumentasi kurang baik, sehingga sebagian besar butuh diperbaiki.



Gambar II.19. Feed Instagram Griya Glass
 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)



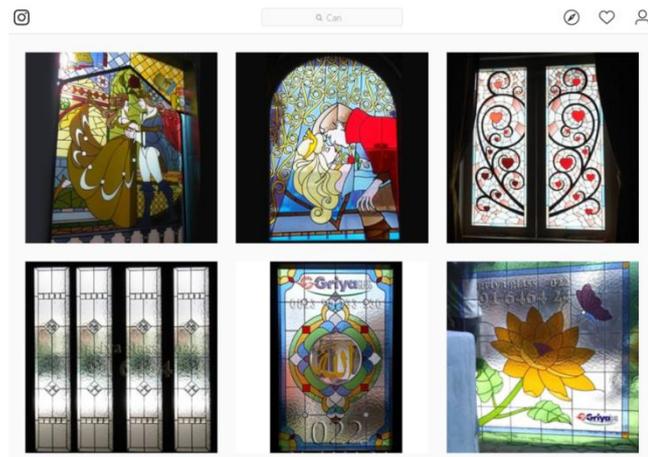
Gambar II.20. Dokumentasi Foto Pada Facebook Griya Glass
 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

- Menempelkan *watermark* nomor telepon dan logo pada foto menjadikan riskan penipuan yang menyebabkan jeleknya nama Griya Glass.



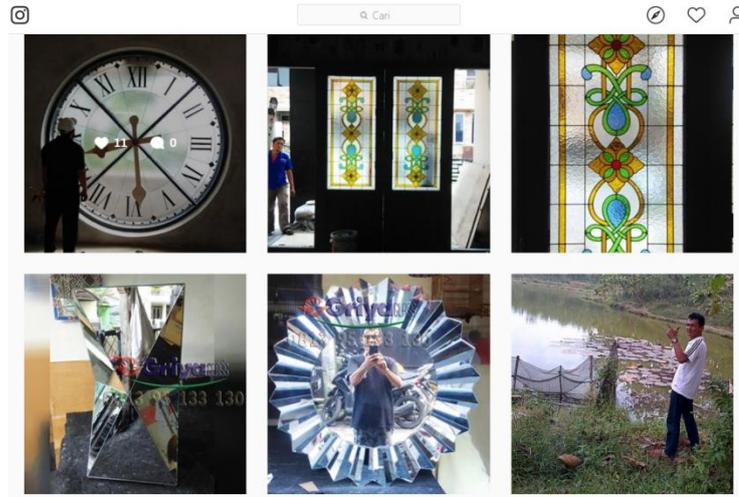
Gambar II.21. Foto Pada Instagram Griya Glass
 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

- Dokumentasi kegiatan dari kualitas produk dibandingkan pada produk yang lain tidak ada dan proses pengerjaan kaca patri. Hanya menampilkan kaca patri yang sudah jadi.



Gambar II.22. Dokumentasi Instagram Griya Glass
 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

- Informasi dan foto tentang produk Griya Glass yang disuguhkan dicampuri dengan urusan pribadi, salah satunya dapat dilihat dari foto Rudi Suherman sedang memancing ikan di Instagram Griya Glass.

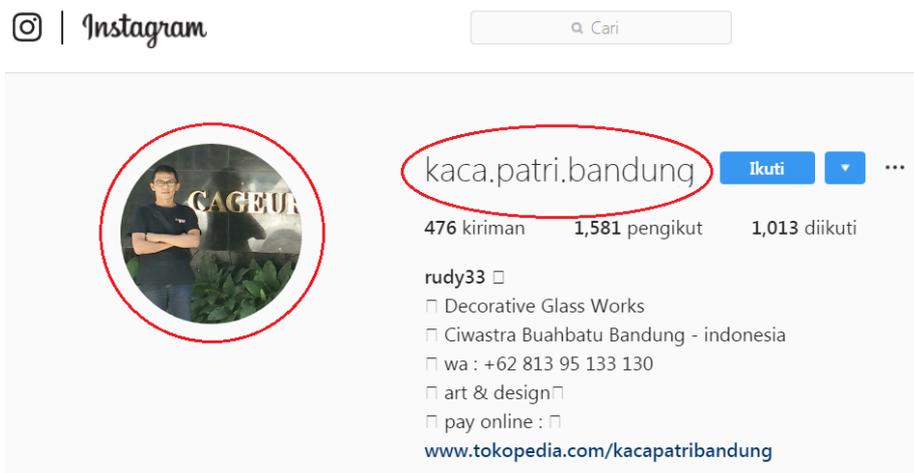


Gambar II.23. Foto dan Informasi diInstagram Griya Glass
 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

- Tidak adanya konsistensi dalam konten dan desain media sosial berbeda-beda membingungkan konsumen.
- Tidak konsistensi pada nama setiap sosial media dan foto profil yang tidak tepat, sedangkan Griya Glass mempunyai logo untuk menguatkan bahwa sosial media adalah milik Griya Glass.



Gambar II.24. foto profil dan nama diFacebook Griya Glass
 Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)



Gambar II.25. foto profil dan nama diInstagram Griya Glass
Sumber : Dokumentasi Pribadi (2019)

II.3.4. S.W.O.T

SWOT adalah singkatan dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats*. Seperti yang Anda lihat, SWOT terdiri dari empat faktor masing-masing jelas memiliki identitas dan tujuan masing-masing. SWOT umumnya diklasifikasikan sebagai faktor *eksternal* dan *internal*. Untuk faktor-faktor *eksternal*, terdiri dari Peluang dan Ancaman, sedangkan faktor *internal* adalah Kekuatan dan Kelemahan (Foong, LM. 2007).

Berdasarkan pernyataan diatas, bahwa Swot untuk menemukan aspek penting kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman dalam perusahaan atau organisasi. Dengan keempat aspek ini, diharapkan untuk memaksimalkan kekuatan, mengatasi kelemahan, mengurangi risiko dan membangun peluang dimasa yang akan datang.

Ada pun manfaat dari analisis SWOT ialah perolehan strategi bagi kepentingan perusahaan untuk menyediakan strategi dimasa mendatang untuk kualitas internal dan eksternal. Dengan 4 faktor yang saling berhubungan, analisis akan memberikan visibilitas dalam mewujudkan visi dan misi perusahaan atau organisasi tertentu.

Salah satu manfaat dari analisis SWOT di bidang bisnis seni kaca, maka analisis SWOT akan berguna jika terkait dengan bisnis seni kaca yang dikendalikan oleh

Griya Glass, ke arah mana perusahaan berada di masa depan, dan langkah-langkah apa yang digunakan untuk meningkatkan manajemen dalam menjalankan misinya untuk mewujudkan visinya.

Berdasarkan strategi, Griya Glass mempunyai sebuah metode perencanaan yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan kesempatan dan ancaman dalam sebuah proyek atau spekulasi bisnis dibidang seni kaca terutama kaca patri. Keempat faktor tersebut membentuk SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threat*) dibuat menggunakan tabel sehingga dapat dianalisis hubungan dari setiap aspek yang ada.

Tabel II.1. Strategi SWOT Griya Glass
Sumber : Data Pribadi

Griya Glass		
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="width: 40%;">Internal</div> <div style="width: 55%;">Eksternal</div> </div>	Strengths (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki pengrajin yang loyal. • Pelayanan optimal • Sangat optimis. memperhatikan kualitas kontrol 2 sampai 3 kali. • Memiliki sosial media seperti Instagram dan Facebook. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki <i>Stock</i> bahan baku. • Hanya menyebarkan informasi perorangan atau personal. • Akses <i>workshop</i> jauh.
Opportunities (Peluang)	S-O	W-O
<ul style="list-style-type: none"> • Mendapatkan informasi dan respon yang cepat. 	Pelayanan optimal, kualitas dan pengrajin loyal yang dimiliki Griya Glass mengusahakan memberikan informasi yang terbaik terhadap	Kinerja Griya Glass dalam membuat kaca patri bisa di prediksi dan konsumen mendapatkan informasi yang responsif. Untuk mengatasi stock

	konsumen.	bahan yang tidak ada.
<i>Threats</i> (Ancaman)	S-T	W-T
<ul style="list-style-type: none"> • Tidak menurunkan harga jauh. 	Griya Glass tidak akan penurunan harga selama, responsif, pelayanan informasi dan kualitas baik.	Griya Glass mendapat proyek <i>volume</i> diluar kemampuan, tetapi Griya Glass menyiasati untuk berbagi dengan pengrajin lain. Untuk menghindari penurunan harga dan stock bahan baku.

Dapat disimpulkan dari analisis diatas bahwa Griya Glass sanggup bersaing dengan kompetitornya dengan memperkuat pelayanan yang baik untuk membuat konsumen puas dan bangga dari hasil permintaan yang konsumen yang variabel. Karena kompetitornya tidak memiliki keunggulan tersebut dengan potensi yang dimiliki oleh Griya Glass.

II.3.5. Studi Kompetitor

Griya Glass adalah bisnis di bidang seni kaca yang memproduksi produk-produk kaca patri. Griya Glass tidak luput dari pesaing yang menawarkan produk yang sama dan serupa dengan produk yang ditawarkan. Langkah-langkah yang diambil agar analisis tepat sasaran ialah mengidentifikasi pesaing. Langkah ini dilakukan untuk mengetahui pesaing Griya Glass.

Berdasarkan hasil observasi, rata-rata pesanan konsumen untuk produk Griya Glass dari segmentasi tingkat bawah ke atas, rumah tangga usia produktif 30-50

tahun ke atas. Diketahui bahwa dari beberapa produk Griya Glass yang paling diminati konsumen ialah kaca patri timah. Kebanyakan konsumen memesan untuk rumah tinggal seperti jendela atau daun pintu, yang jelas status tempat tinggal konsumen bukan rumah kontrak. Jadi konsumen mempunyai rumah dan mempunyai status sosial menengah ke atas. Karena memang kaca patri mahal untuk 2 jendela saja harganya dapat mencapai Rp.5.000.000,- sampai Rp.6.000.000,-. Segmentasi usia griya glass rata-rata yang berstatus sosial menengah ke atas, dapat ditarik kesimpulan sekitar umur 40-60 tahun (usia produktif).

Mayoritas Griya Glass mengenal para pesaingnya, pesaing seni kaca Griya Glass ada beberapa pesaing yang terdapat di Bandung dan sekitarnya yaitu, Alam Glass, Subur Jaya, dan Nuansa Glass. Griya Glass menyebutkan tiga pesaing bahwa pesaing berada dalam suasana pasar penjualan, karena konsumen telah berkomunikasi dengan produsen. Terkadang sudah ada hubungan dengan salah satu produsen tersebut. Konsumen menginginkan harga murah, pelayanan dan kualitas yang baik, konsumen mencari produsen dengan hati dan sesuai anggaran. Dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa keunggulan produk, perubahan harga, distribusi dan intensitas promosi penjualan dilihat oleh konsumen. Konsumen menginginkan berkomunikasi terhadap produsen yang responsif dan informasi yang tepat.

Subur Jaya dipilih sebagai pesaing langsung, karena setara dengan kondisi pasar dan produk. Subur Jaya berasal dari provinsi dan kota yang sama dengan Griya Glass yang terletak di di Gg. Suniaraja No.37-39, Braga, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat, yang sebelumnya dikenal memiliki banyak kesamaan dengan Griya Glass. Griya Glass mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Subur Jaya. Keempat hal tersebut harus dipertimbangkan mengingat pesaing memanfaatkan hal tersebut untuk menyerang pesaing lainnya.



Gambar II.26. Logo Kompetitor Subur Jaya

Sumber : [https://lh4.googleusercontent.com/-3uEEEQU90yk/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAA/rwke4KdBwSI/w75-h75-p-rp-](https://lh4.googleusercontent.com/-3uEEEQU90yk/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAA/rwke4KdBwSI/w75-h75-p-rp-mo-br100/photo.jpg)

[mo-br100/photo.jpg](https://lh4.googleusercontent.com/-3uEEEQU90yk/AAAAAAAAAAI/AAAAAAAAAAA/rwke4KdBwSI/w75-h75-p-rp-mo-br100/photo.jpg)

(Diakses pada : 20-10-2019)

Identifikasi pesaing yang diketahui oleh Griya Glass sebagai berikut:

- Beberapa produsen kaca patri lain mengajukan kerja sama dengan Griya Glass, seperti memperkerjakan karyawan Griya Glass untuk merampungkan proyek produsen lain.
- Belum memiliki pengrajin yang loyal.
- Secara umum terkadang produsen terlalu berani menurunkan harga tanpa perhitungan yang baik dan tidak mempertimbangkan laba yang didapat, sehingga cenderung rugi.
- Konsumen kurang mendapatkan informasi dan respon yang cepat.
- Kurangnya kontrol terhadap kualitas terhadap produk.
- Pengerjaan yang terlalu lama.

Setelah diuraikan beberapa pesaing Griya Glass yang memiliki kelebihan dan kekurangan. Keunggulan Griya Glass sendiri tersedia dalam hal layanan optimal, menerima permintaan khusus untuk setiap pembuatan produknya. Pelanggan dapat berkonsultasi terlebih dahulu tentang konsep, bahan, ukuran, harga, proses, dan *finishing*, sehingga Griya Glass dapat menemukan dan memberikan opsi yang sesuai dengan permintaan konsumen. Karena misi Griya Glass sendiri membuat konsumen puas dengan produk yang dibuat oleh Griya Glass, sehingga dapat menimbulkan kedekatan pribadi antara produsen dan konsumen. Misi Griya Glass adalah untuk mendapatkan kepercayaan lebih dari konsumen agar terus menjadi konsumen tetap.

Tabel II.2 Analisis SWOT Kompetitor Subur Jaya

Sumber: Data Pribadi

Subur Jaya			
<i>Streangth</i> (Kekuatan)	<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	<i>Opportunities</i> (Peluang)	<i>Threats</i> (Ancaman)
<ul style="list-style-type: none"> • Menerima permintaan berskala besar. • Menerima kustom apapun yang diinginkan konsumen. • Menjual seluruh jenis kaca. • Kualitas <i>import</i>. • Bahan baku <i>ready stock</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempunyai pasar yang berbeda. • Tidak memiliki sosial media seperti Instagram dan Facebook • Kurang optimal dalam pelayanan • Hanya menyebarkan informasi perorangan • Menerapkan sistem pinjam pegawai 	<ul style="list-style-type: none"> • Sebagai distributor kaca di Bandung. • Toko ditengah kota dan mudah diakses. 	<ul style="list-style-type: none"> • Konsumen kurang mendapatkan informasi dan respon yang cepat • Belum memiliki pengrajin yang loyal • Kurangnya kualitas kontrol terhadap produk pengerjaan yang terlalu lama

II.4. Resume

Berdasarkan data, dapat disimpulkan kaca patri merupakan kaca patri merupakan kaca berwarna, dibuat menjadi jendela dari potongan-potongan kaca yang disusun untuk membentuk gambar atau pola. Griya Glass merupakan salah satu produsen yang terletak di Bandung. Griya Glass memiliki masalah dipublikasi produk. Seperti tidak adanya konsistensi perihal dokumentasi produk kaca patri, menempelkan *watermark* nomer telepon dan logo pada foto menjadikan riskan penipuan yang menyebabkan tidak baiknya nama Griya Glass. Kurangnya informasi detail dari gaya desain produk. Dokumentasi kegiatan dari kualitas produk dibandingkan pada produk yang lain dan proses pengerjaan. Griya Glass sudah memiliki media sosial seperti Instagram dan Facebok, tetapi informasi

tentang produk Griya Glass yang disuguhkan dicampuri dengan urusan pribadi pemilik. Tidak adanya konsistensi dalam konten dan desain media sosial berbeda-beda juga membuat bingung konsumen.

Berdasarkan USP, observasi, wawancara, studi kompetitor dan SWOT maka dapat disimpulkan bahwa perlu adanya pembaruan dokumentasi dan konten melalui media sosial seperti yang dapat digunakan Griya Glass untuk memperbaiki sebagian besar masalah yang ada di media sosial Griya Glass, maka dari itu pembaruan konten dan hasil dokumentasi yang baik untuk menjadikan media sosial Griya Glass konsisten dan membagi informasi tentang seni kaca seperti kaca patri terhadap konsumen Griya Glass.

II.5. Solusi Permasalahan

Griya Glass memiliki kekurangan dalam memberikan setiap informasi yang perlu konsumen tahu, diantaranya:

- Kurang konsistennya dalam media sosial yang membuat bingung konsumen.
- Kurang informasi dari dokumentasi proses pengerjaan sampai kegiatan dari kualitas produk dibandingkan pada produk yang lain.
- Informasi perbedaan gaya desain produk kaca patri, layanan, dan deskripsi produk yang lengkap.
- Penempatan logo di setiap sosial media dan foto dokumentasi tidak terstruktur dan kurang baik.

Menurut beberapa masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dibutuhkan solusi untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi terhadap Griya Glass yaitu, memberikan konsistensi terhadap masalah konten perancangan media yang tepat untuk memuat segala hal terkait tentang Griya Glass dengan cara merancang media informasi yang dapat tampil secara konsisten dan merepresentasikan keunggulan Griya Glass.