

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN OUTLET FUTURE CLASSIC

REMBANG DAN RESPONDEN PENELITIAN

2.1 Sejarah *Clothing* dan Distro di Indonesia

Usaha *clothing* merupakan sebuah usaha yang membuat dan memperjualbelikan barang-barang seperti kaos yang biasanya diproduksi dengan merk sendiri. Di Indonesia dunia *clothing* sudah ada sejak arus *globalisasi* yang sudah melanda di negeri ini sejak tahun 1990-an, masuknya sektor tersebut dipengaruhi oleh bidang musik dan bidang teknologi yang mempunyai pengaruh signifikan. Perkembangan pada dunia *clothing* yang ada di Indonesia sangat pesat dan fashion-fashion yang kreatif banyak bermunculan.

Pada saat ini fashion adalah hal yang penting untuk menunjang kehidupan keseharian manusia, hal tersebut tidak dapat dipungkiri bahwa masyarakat khususnya anak muda tidak bisa dijauhkan dari kata fashion. Selera fashion masing-masing individu pun dapat berbeda - beda tergantung dengan kebutuhan dan gaya hidup individu itu sendiri. Tempat fashion yang sudah banyak menjamur di Indonesia yaitu salah satunya adalah distro, saat ini distro merupakan salah satu pilihan yang paling banyak dicari dan memanjakan bagi anak muda masa kini. Produk-produk yang seringkali dijual di distro seperti *T-Shirt*, Flanel, *Hoodie*, dan Jaket.

Distribution outlet atau bisa dikenal dengan sebutan distro merupakan sebuah tempat yang memperjualbelikan berbagai macam-macam barang seperti baju, celana, dan kemeja. Perkembangan distro yang ada di Indonesia dimulai pada tahun

1990-an dimana outlet yang pertama kali berdiri di kota Bandung yaitu bernama reverse distro. Reverse distro pada awalnya adalah perkumpulan seluruh komunitas yang memiliki latar belakang yang berbeda beda sehingga mereka mempunyai ide untuk menjual T-Shirt di pusat perbelanjaan.

Reserve distro juga dijadikan sebagai toko untuk melayani dan menjual berbagai produk dari grup band underground internasional, produk-produk yang diperjualbelikan yaitu bermacam macam mulai dari kaset, CD, T-Shirt, Majalah dan pernik pernik lainnya. Namun pada tahun 1998 reserve distro mengalami problem yang cukup besar, dimana reserve distro harus tutup dan tidak dapat membeli barang-barang dari luar negeri. Pada tahun 1998 Indonesia mengalami masalah dalam bidang ekonomi, sehingga berdampak pada bidang seluruh sektor termasuk usaha clothing. Demikian lah sejarah pertama distro mulai terbentuk hingga mulai dikenal oleh masyarakat secara luas khususnya anak-anak muda.

2.2 Sejarah *Future Classic*

Outlet future classic yaitu adalah sebuah distro yang bergerak pada bidang fashion, brand lokal ini merupakan brand yang sangat terkenal dari Kabupaten Rembang. Usaha distro ini sudah terbentuk sejak tahun 2015 berawal dari menjual kaos secara online, *outlet future classic* mengembangkan usahanya dengan membuka outlet yang dapat dikunjungi oleh konsumen baik yang berasal dari Kabupaten Rembang maupun luar Kabupaten Rembang. Usaha ini menyediakan berbagai jenis kaos, jaket, sweeter, topi dan lain-lain. Usaha clothing ini awalnya hanya usaha sampingan semata, namun berkat usaha keras yang dilakukan oleh Ilham selaku

pendiri *future classic* maka usaha yang dijalani dapat bertahan hingga sekarang dan menjadi salah satu distro yang sangat terkenal di Kabupaten Rembang.

Usaha distro *future classic* memasarkan produknya lewat berbagai media online seperti instagram, facebook, marketplace dan juga mempunyai website sendiri. Hal lainnya *future classic* memasarkan produknya melalui metode *experiential marketing*, dimana pada metode ini *future classic* memperkenalkan produk kepada para konsumen secara langsung melalui berbagai macam kegiatan yakni expo yang bekerja sama dengan band lokal Rembang, pelatihan pembuatan produk, seminar hingga pada saat pandemi seperti ini sering melakukan webinar mengenai produk desain kaos kepada para konsumennya. Pada service pelayanan yang diberikan oleh distro *future classic* yakni khususnya kepada para konsumen ketika datang di outlet yakni menyediakan air mineral, tempat duduk, hingga ruangan ber-ac.

2.3 Lokasi *Future Classic*

Salah satu keputusan yang paling penting dalam usaha bidang fashion adalah dimana mereka akan menentukan lokasi strategis guna mencapai tujuan yang akan dicapai. Pentingnya memilih lokasi yang strategis dalam sebuah usaha bidang fashion bertujuan agar dapat memberikan keuntungan yang maksimal terhadap suatu kelangsungan usaha bisnis tersebut karena adanya faktor berupa dekatnya lokasi dengan target pasar dan infrastruktur yang menunjang sehingga pendapatan yang diperoleh semakin besar. Lokasi *outlet future classic* yaitu berada di Jalan Slamet Riyadi, Kecamatan Rembang, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah dengan kode pos 59216.

Gambar 2.1 *Outlet future classic* Rembang



Sumber : Outlet future classic 2022

2.4 Logo *Future Classic*

Dalam menjalankan sebuah usaha pada bidang fashion, diperlukan logo sebagai citra dari sebuah perusahaan selain itu logo seringkali mengandung filosofi dari sebuah merek (*brand*) agar merek tersebut dapat dikenal oleh publik dan dapat berjalan dengan baik. Logo merupakan suatu gambar yang memiliki arti tertentu yang biasanya dijadikan lambang untuk perusahaan, daerah, organisasi, produk atau negara dan lain - lain . Tujuan lain dari adanya logo juga menjadi alat pembeda antar perusahaan yang dapat dibedakan secara otomatis oleh orang lain. Untuk bentuk logo yang dimiliki oleh suatu perusahaan tentu saja sangat kental dengan arti dan cita-cita yang diharapkan untuk menjadi kenyataan dengan memiliki logo yang menarik akan memberikan keuntungan bagi suatu perusahaan untuk mempromosikan produk karena memiliki identitas diri. Satu sisi lain dengan adanya logo maka para konsumen dapat mengenali produk dan ingin mencari informasi mengenai suatu layanan jasa yang diberikan. Logo yang dimiliki oleh usaha distro *future classic* terdapat desain menggunakan huruf yang klasik dengan background berwarna putih yang memiliki arti future yang berarti masa depan dan classic yang

berarti klasik sehingga dapat disimpulkan usaha distro yang dapat mencapai masa depan dengan cerah diiringi dengan nuansa klasik yang tidak ketinggalan

Gambar 2.2 Logo *Future classic*



Sumber : Outlet future classic 2022

2.5 Visi dan Misi *Future Classic*

Visi merupakan suatu harapan dan target yang akan direalisasikan ke depan dimana perusahaan harus mempunyai ide yang kreatif dan inovatif serta kontributif guna mengejar visi yang sudah ditetapkan. Misi merupakan sebuah tujuan yang akan dicapai oleh suatu organisasi. Pada dasarnya visi dan misi yang diharapkan adalah visi misi yang baik guna menyajikan keunikan suatu perusahaan, serta berbagai tim yang bergerak untuk mencapai apa yang dictia – citakan bersama, visi dan misi yang berkualitas akan membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan yaitu dapat meminimalisir kesalahan teknis maupun non teknis dalam keberjalanan suatu usaha tersebut dan memberikan tantangan bagi karyawan untuk berprestasi kedepannya.

Namun jika visi dan misi perusahaan tidak dapat dilakukan dengan baik dapat menyebabkan kerugian seperti pengambilan keputusan yang buruk dalam semua tingkat kerja dan aktivitas perusahaan, serta tidak memiliki arah serta tujuan sehingga hasil yang diperoleh tidak maksimal. Untuk itu sebagai usaha bisnis yang bergerak pada bidang fashion, *outlet future classic* memiliki visi dan misi yang memiliki sifat keberlanjutan dan jangka panjang agar tetap memiliki daya saing

dengan para kompetitornya dalam usaha bidang fashion. Adapun visi dan misi *outlet future classic* adalah sebagai berikut :

1. Visi

Menjadi salah satu distro terkenal di Indonesia yang memunculkan brand klasik tahun 70 – 80 an namun dengan model kekinian dan menjadi salah satu distro di Indonesia yang selalu memberikan dampak yang positif bagi para pelanggan.

2. Misi

- a. Memberikan kualitas yang terbaik kepada konsumen dengan produk-produk yang limited, terbaru hingga nyaman.
- b. Memberikan kesempatan kepada desainer untuk menjadi bagian *future classic* dalam hal desain
- c. Memberikan suport bagi grup band yang ada di Rembang
- d. Menyalurkan produk ke seluruh indonesia dengan fasilitas pelayanan yang terbaik
- e. Memberikan diskon pada hari-hari besar nasional dengan pelayanan yang prima.

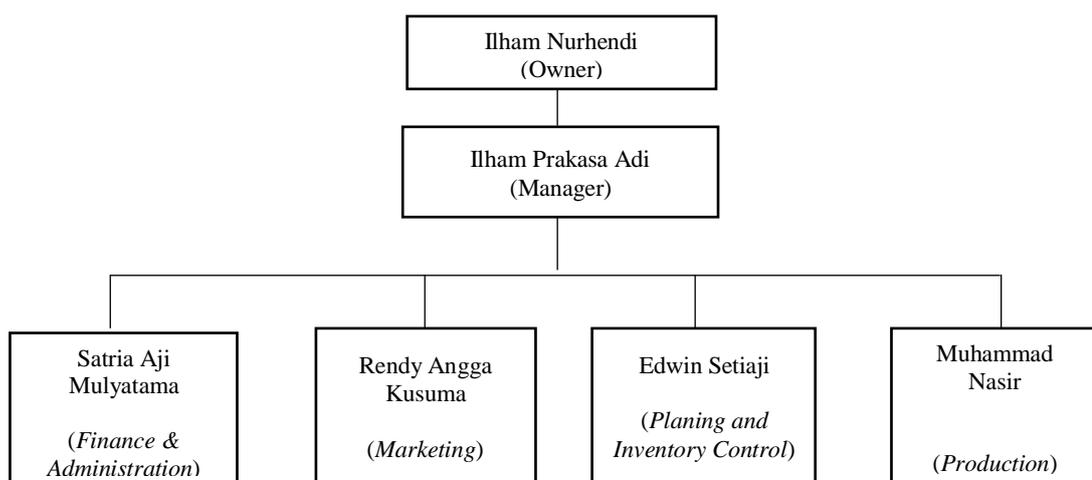
2.6 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan *Future classic*

Struktur organisasi penting bagi suatu perusahaan, baik bagi perusahaan yang berskala kecil hingga besar. Struktur organisasi sangat penting bagi keberjalanan suatu perusahaan untuk mengatur pembagian tugas antar bagian guna mencapai tujuan berupa visi dan misi yang dicita – citakan oleh perusahaan. Hal lainnya dengan adanya struktur organisasi dapat memastikan bagian yang dilaksanakan

sesuai porsi dan dikerjakan dengan baik sehingga perusahaan dapat mencapai efisiensi dalam pekerjaan dan tujuan dapat tercapai.

Pada dasarnya *outlet future classic* merupakan salah satu usaha kecil yang berlokasi di Rembang Jawa Tengah, namun memiliki struktur organisasi yang kompleks guna melayani seluruh aktivitas para pelanggan. Adapun struktur organisasi yang dimiliki oleh *future classic* organisasi yang terdiri dari owner dan beberapa staff yang mempunyai tugas serta jobdesknya masing - masing. Bagian staff yang mengisi *outlet future classic* terdiri dari *staff finance & administration, marketing, planing & inventory control* dan bagian yang tidak kalah penting yakni *production*. Hal ini bertujuan untuk membantu proses kelancaran dari sistem pekerjaan yang sudah ditetapkan oleh distro *future classic* dalam melayani para konsumen dan untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh distro *future classic*. Berikut merupakan struktur organisasi *future classic* Rembang.

Gambar 2.3 Struktur Organisasi *Future classic* Rembang



Sumber : *Outlet future classic Rembang 2022*

Berdasarkan struktur organisasi *future classic* di atas, berikut deskripsi tugas dan tanggung jawab di setiap bagian :

A. *Owner*

Owner di dalam *future classic* yakni bertugas untuk memimpin pada setiap unit kerja yang ada untuk memberikan keamanan dan ketentraman pada seluruh karyawan, hal lainnya yakni untuk memeriksa laporan penjualan serta transaksi yang sedang berlangsung. Terakhir yakni memeriksa laba dan rugi pada setiap unit pekerjaan yang ada.

B. *Manager*

Pada posisi *manager* bertanggung jawab secara langsung kepada *owner* terkait seluruh aktivitas pada setiap unit kerja yang ada, hal lainnya yakni melakukan verifikasi terkait laporan penjualan barang dan permintaan barang pada setiap proses transaksi yang ada.

C. *Finance & Administration*

Pada posisi *finance* yakni bertanggung jawab mengenai keuangan yang ada pada distro *future classic*, menyediakan pengadaan barang. Hal lainnya pada posisi administratif yakni bertanggung jawab pada penyelenggara administrasi karyawan yang berupa absensi.

D. *Marketing*

Pada posisi *marketing* memiliki tanggung jawab mengenai pemasaran produk yang akan dipasarkan ke beberapa target pangsa pasar dan melakukan penjualan produk *future classic*. Hal lainnya adalah memberikan kepercayaan kepada konsumen atas manfaat dan keunggulan produk *future classic* yang ditawarkan.

E. Planing and Inventory Control

Pada posisi *planing and inventory control* memiliki tanggung jawab untuk mengontrol persediaan produk yang ada dibagian produksi di dalam tempat persediaan outlet *future classic*. Hal lainnya adalah membuat rencana produksi sesuai dengan orderan yang diterima dan memonitor semua persediaan baik stok yang sudah ada maupun stok yang sudah habis sehingga proses produksi serta order dapat berjalan lancar.

F. Production

Pada posisi *production* memiliki tanggung jawab untuk mengontrol bagian produksi yang akan dipasarkan kepada konsumen distro *future classic*. Hal lainnya adalah bertanggung jawab menyelesaikan order dari bidang *planing and inventory control* sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

2.7 Segmentasi *Future Classic*

Segmentasi merupakan sebuah proses strategi yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk melakukan pembagian kepada target konsumen yang dapat dikategorikan ke dalam beberapa hal yaitu kebutuhan, karakteristik, maupun perilaku pembelian yang berbeda-beda. Hal ini sejalan dengan penerapan segmentasi yang dilakukan oleh *future classic* dalam melakukan pemasaran produk. Dalam proses segmentasi membutuhkan beberapa tahapan-tahapan yang sesuai, urut serta dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam segmentasi yang diterapkan oleh *future classic* ada beberapa variabel yang dapat ditinjau dari sisi geografis, demografis, atau pun psikografis.

1. Dari sisi geografis, sasaran konsumen *outlet future classic* yaitu berada di Rembang dan sekitarnya.
2. Dari sisi demografis, kelompok sasaran yang menjadi target *future classic* yaitu komunitas musik dan anak muda pelajar.
3. Dari sisi psikografis, target market dari *future classic* yaitu masuk ke dalam kelas menengah hingga bawah.

2.8 Produk dan Desain *Future Classic*

Produk distro *future classic* terdiri dari kaos, jaket, sweeter, topi dan lain-lain. Desain produk yang dimiliki oleh *future classic* menerapkan gaya klasik tapi tetap kekinian serta mengikuti arus perkembangan zaman. Hal lainnya pada desain *outlet future classic* mempunyai pewarnaan toko yang elegan dan mengikuti perkembangan jaman dengan desain yang tidak terlalu kaku. Inilah beberapa produk dan desain *outlet future classic* Rembang :

Gambar 2.4 Desain Produk *Future Classic*



Sumber : Outlet future classic 2022

Gambar 2.5 Desain Outlet Future Classic



Sumber : Outlet future classic 2022

2.9 Identitas Responden

2.9.1 Identitas Responden Berdasarkan Umur

Responden dalam penelitian kali ini mempunyai rentang umur yang beragam.

Dimulai dari kelompok umur kurang dari 19 tahun hingga lebih dari 35 tahun.

Berikut data responden berdasarkan umur :

Tabel 2.1
Identitas Responden Berdasarkan Umur

2 No	Umur (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	<19	8	8
2	20-24	73	73
3	25-29	11	11
4	30-34	6	6
5	35-39	2	2
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Tabel tersebut menunjukkan sebagian besar responden yang dihasilkan melalui kuesioner berada pada rentang umur 20-24 tahun yakni dengan presentase sebesar 73%. Produk dari *outlet future classic* didominasi oleh kelompok umur pada rentang umur tersebut, dimana salah satu aktivitasnya melakukan kegiatan jual beli

produk fashion. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yakni berada pada rentang umur 20-24 tahun.

2.9.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden pada penelitian ini mempunyai latar belakang yang berbeda-beda, termasuk yang paling umum salah satunya adalah jenis kelamin. Sasaran pangsa pasar dari *future classic* adalah masyarakat umum yang terdiri dari laki-laki (63 orang/0 dan perempuan (37 orang). Sejalan dengan hal tersebut maka responden tersusun dari responden laki-laki dan responden perempuan. Di bawah ini adalah data responden yang dikelompokkan menurut jenis kelaminnya:

Tabel 2.2
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase %
1.	Laki - laki	63	63
2.	Perempuan	37	37
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Tabel tersebut menunjukkan bahwa frekuensi responden yang paling banyak berasal dari kalangan laki-laki yakni sebesar 63% responden. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki. *Outlet future classic* merupakan salah satu usaha bidang fashion dimana produk tersebut banyak dibutuhkan oleh kaum laki-laki.

2.9.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Responden pada penelitian ini memiliki karakteristik dan latar belakang yang berbeda - beda sehingga menyebabkan keberagaman responden apabila dilihat dari

pendidikan terakhir. Di bawah ini adalah data responden berdasarkan pendidikan terakhir.

Tabel 2.3
Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	SMA/Sederajat	71	71
2	D1/D2/D3	6	6
3	S1/D4	17	17
4	S2/S3	6	6
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Responden yang sudah terkumpul memiliki riwayat pendidikan terakhir yang bervariasi, namun diperoleh bahwa sebagian besar responden berasal dari latar belakang pendidikan terakhir di tingkat SMA/Sederajat. Dapat diambil kesimpulan bahwa sebagian besar responden, yakni sebesar 71% merupakan responden dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat, yang kini berprofesi sebagai pelajar atau mahasiswa.

2.9.4 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Latar belakang pendidikan terakhir responden memiliki hubungan dengan jenis pekerjaan yang dimiliki oleh responden. Artinya tingkat pendidikan responden yang berbeda-beda menyebabkan jenis pekerjaan pada responden berbeda-beda pula. Pada penelitian ini terdapat berbagai macam latar belakang pendidikan terakhir yakni mulai :

Tabel 2.4
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	PNS/ASN	3	3
2	Wiraswasta	8	8
3	Swasta	25	25
4	TNI/Polri	0	0
5	Pelajar/Mahasiswa	58	58
6	Lainnya	6	6
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari profesi pelajar dan mahasiswa yakni sebesar 58%. Profesi pelajar dan mahasiswa berada di rentang usia 17 tahun keatas, dimana mereka banyak menggunakan produk *fashion* dari distro *outlet future classic*.

2.9.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Jenis pekerjaan yang berbeda-beda pada responden tentu akan menyebabkan jumlah pendapatan pada responden berbeda-beda pula. Berikut data responden yang dikelompokkan menurut tingkat pendapatannya perbulan :

Tabel 2.5
Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

No	Pendapatan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	≤ Rp 1.000.000	40	40
2	> Rp1.000.000 - Rp2.000.000	24	24
3	> Rp2.000.000 - Rp3.000.000	15	15
4	> Rp3.000.000 - Rp4.000.000	9	9
5	> Rp4.000.000	12	12
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa responden paling banyak memiliki rentang pendapatan ≤ Rp. 1.000.000 dimana angka tersebut merupakan kisaran nilai

UMR, serta kebanyakan responden berasal dari kalangan pelajar/mahasiswa yang belum berpenghasilan. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki rentang pendapatan \leq Rp. 1.000.000