

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Erigo ialah salah satu brand fashion asal Indonesia yang telah mendunia. Erigo telah didirikan oleh Muhammad Sadad pada tahun 2010. Pada awalnya Erigo bernama “Selected and Co”, namun diganti pada tahun 2013 lantaran nama brand tersebut sudah dimiliki oleh pebisnis lain. Konsep awal yang diusung oleh Erigo awalnya bertemakan batik dan ikat-ikat. Namun, pemiliknya yaitu Sadad mengganti konsepnya menjadi fashion dengan gaya kasual. Erigo mengutamakan kualitas dan desain produknya yang bisa digunakan untuk keseharian ataupun untuk traveling. Saat didirikan, Erigo menargetkan generasi millennial dan gen z dengan menjual produknya pada *pop-up store* event seperti di Jakcloth. Erigo juga mampu meraup omset hingga Rp 22 miliar setelah 2 tahun didirikan. Setelah 3 tahun berdiri, tepatnya pada tahun 2016, Erigo mulai mendapatkan perhatian di komunitas independen brand lokal Indonesia dan mulai memperbesar bisnisnya dengan memperluas gudangnya sebesar 300m² dan menambah 50 karyawan baru. Pada tahun 2019, Erigo membuka toko pertamanya untuk menjangkau target pasarnya beserta 40 *pop-up store* tahunan. Setahun kemudian, Erigo secara official membuka tokonya di Shopee dan bergabung dengan SBS. Erigo awalnya memiliki kontrak untuk menjalankan 80 *pop-up store*-nya, namun dibatalkan karena adanya Covid-19. Erigo terus berkembang hingga memiliki 350 karyawan dan memindahkan gudangnya ke tempat yang 8x lebih besar dari gudang sebelumnya dengan luas 24.000m². Pada tahun 2021, Erigo berpartisipasi pada New York Fashion Week, memasang billboard di Times Square New York, dan berkerjasama dengan mega KOL di sekitar New York dan LA yang didukung oleh Shopee.



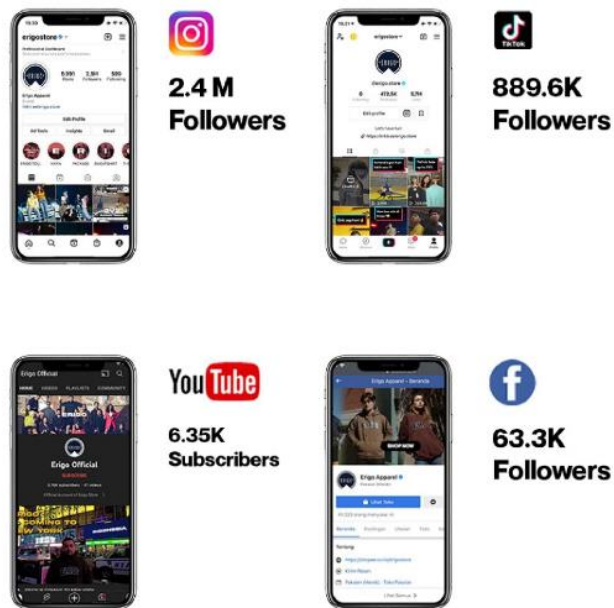
Gambar 2.1 Logo Erigo

Erigo menerapkan konsep *street style* dan *traveling* yang mengedepankan kualitas yang nyaman bagi konsumen namun tidak kalah trendy dan membuat konsumen merasa special menggunakan produknya. Erigo sering berkolaborasi dengan influencer seperti Arief Muhammad, Tiara Pangestika, Adipati Dolken, Alghazali, Melody JKT48, dan masih banyak lainnya. Erigo juga memiliki project kolaborasi seperti Erigo x Snoopy, Erigo x Disney, dan Erigo x Naufal Abshar. Produk-produk yang dijual Erigo yaitu seperti T-Shirt, Flannel, Outerwear, Bag, Chino Pants, Bomber, Topi, Short Pants, Long Sleeve, Parka, dan lainnya.

2.2 Visi Misi Erigo

Visi dan misi yang Erigo miliki yaitu mengkampanyekan pendekatan produk dengan kegiatan *traveling* yang dilakukan semua kalangan. Konsep apparel juga disajikan oleh Erigo untuk mendukung aktivitas *traveling*.

2.3 Media Sosial Erigo



Gambar 2.2 Followers Media Sosial Erigo

2.4 Segmentasi Pasar Erigo

Erigo terus mengembangkan produk yang cocok untuk para kaum milenial dan terus berinovasi pada pemasaran produk fashionnya dengan harga murah dan kualitas yang baik di media sosial agar kaum milenial melihatnya Berikut adalah segmentasi pasar Erigo:

- a. Segmentasi geografis : Erigo menargetkan untuk semua wilayah di Indonesia dan sekarang Erigo mencoba untuk bersaing ke luar negeri atau internasional. Hal ini dapat dilihat dari website Erigo yang telah menyediakan pengiriman ke luar negeri.
- b. Segmentasi demografis: Erigo memiliki target segmentasi dari remaja hingga dewasa muda. Situasi ini dikarenakan pada usia tersebut sebenarnya mereka mempunyai minat yang sangat selangit pada produk fashion yang mana produk Erigo sendiri selalu menghadirkan produk trendi yang keren dan nyaman saat dikenakan. Produk Erigo dapat sesuai pada pria ataupun wanita karena memiliki desain produk yang *simple* dan *casual*. Meskipun lebih mengarah pada gender pria, namun dapat juga dikenakan oleh wanita.

c. Segmentasi psikografis : Erigo menargetkan mereka dengan gaya hidup yang casual dan mereka yang lebih suka berjiwa berpetualang, juga untuk mereka dengan kelas menengah sampai kelas tinggi.

d. Segmentasi behaviour : Erigo juga hadir untuk memenuhi kebutuhan sandang mereka agar lebih percaya diri dan menampilkan diri dengan casual dan menarik saat memakai produk mereka.

2.5 Erigo dalam Bangga Buatan Indonesia

Erigo sebagai salah satu brand fashion asal Indonesia juga turut memeriahkan promosi penjualan pada saat Bangga Buatan Indonesia. Erigo juga turut bergabung dalam komunitas produk lokal pada e-commerce. Yang mana pada saat Bangga Buatan Indonesia, sejumlah e-commerce menawarkan promosi penjualan seperti pengadaan diskon, gratis ongkir, dan lainnya. Pada saat penyelenggaraan, Erigo memposting presiden Joko Widodo yang mengenakan produknya yaitu jacket bomber saat berpidato di hari Bangga Buatan Indonesia. Erigo juga mengajak masyarakat untuk terus mendukung produk dan karya anak bangsa.



Gambar 2.3 Postingan Erigo saat Hari Bangga Buatan Indonesia

Pada slide postingan selanjutnya, Erigo melampirkan produk yang dikenakan presiden Joko Widodo untuk memperjelas ataupun mempermudah masyarakat mengenali produk Erigo yang dikenakan.



Gambar 2.4 Postingan Erigo saat Hari Bangsa Buatan Indonesia

Erigo juga meluncurkan bazaar Erigo x Boeatan Indonesia pada 11 April – 30 April 2023 yang dihadiri oleh menpora. Kegiatan ini diadakan di beberapa kota di Indonesia, misalnya Jakarta, Bali, dan Medan serta tujuh lokasi lainnya. Boeatan Indonesia sendiri terinspirasi dari program pemerintah yaitu Bangsa Buatan Indonesia. Erigo mengajak brand-brand lokal lainnya dalam bazaar ini. Harapannya dalam kegiatan ini, produk-produk lokal lainnya bisa ikut berkembang dan go international.



Gambar 2.5 Bazaar Erigo x Boeatan Indonesia