

BAB II

GAMBARAN UMUM TINYBLACK DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Gambaran Umum TINYBLACK

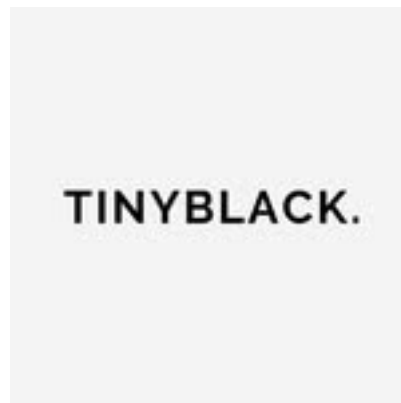
2.1.1 Profil TINYBLACK

TINYBLACK merupakan salah satu brand tas lokal asal Surabaya, Jawa Timur yang hadir dengan menawarkan produk tas wanita dengan harga yang terjangkau. Brand ini fokus pada segmen pasar tas wanita yang mengutamakan desain simple, modern, dan stylish namun tetap fungsional untuk berbagai kebutuhan sehari-hari. Dengan harga yang sangat terjangkau, TINYBLACK berhasil menarik perhatian konsumen yang menginginkan produk berkualitas namun tetap ramah di kantong, terutama bagi kalangan muda.

Produk-produk TINYBLACK mencakup berbagai jenis tas seperti *shoulder bag*, *sling bag*, *tote bag*, dan *handbag* dengan beragam pilihan warna dan model. Material yang digunakan adalah *PU leather* (kulit sintetis) yang memberikan kesan premium dan tahan lama. TINYBLACK mendistribusikan produknya melalui berbagai platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada.

2.1.2 Logo TINYBLACK

Logo TINYBLACK menggunakan tipografi yang simple dan modern dengan teks "TINYBLACK" yang ditulis dengan huruf kapital. Penggunaan spasi antar huruf pada penulisan brand name mencerminkan kesan minimalis dan *contemporary* yang sejalan dengan identitas visual brand.



Gambar 2. 1 Logo TINYBLACK
Sumber: [Instagram.com/tinyblack.id](https://www.instagram.com/tinyblack.id) (2025)

Konsep logo yang sederhana mencerminkan filosofi brand yang mengedepankan konsep *simplicity* namun tetap stylish. Warna yang digunakan adalah hitam, sesuai dengan nama brand yang melambangkan kesan elegan yang dapat dipadukan dengan berbagai gaya fashion. Logo TINYBLACK biasanya ditampilkan dalam berbagai media promosi seperti di akun media sosial, kemasan produk, tag produk, serta di platform *e-commerce*.

2.1.3 *Tagline* TINYBLACK






Tagline resmi yang digunakan oleh TINYBLACK adalah "*Delicate in Passion*". *Tagline* ini biasanya digunakan dalam promosi dalam bentuk *hashtag*.





2.2 Produk TINYBLACK

Tabel 2. 1 Produk TINYBLACK



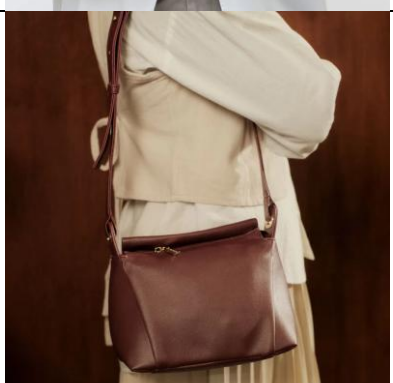
No.	Kategori/Variasi	Produk	Deskripsi	Gambar
1.	<i>Totebag</i>	Kyo	<i>Totebag</i> yang memiliki kapasitas besar dengan tambahan fitur <i>adjustable strap</i>	
2.		Lyra	<i>Totebag</i> yang memiliki kapasitas besar dengan desain yang minimalis	
3.		Leya	<i>Totebag</i> yang memiliki kapasitas besar dengan fitur <i>twist lock</i> sebagai pengaman tambahan	
4.		Oura	<i>Totebag</i> yang memiliki kapasitas besar dengan model penutup magnetik	

5.	Calie	<i>Totebag yang memiliki kapasitas besar dengan tambahan fitur adjustable strap</i>		
6.	Nura	<i>Totebag yang memiliki fitur double lock</i>		
7.	Nalea	<i>Totebag dengan fitur double lock dan adjustable strap</i>	 TINYBLACK	
8.	<i>Hand bag & Shoulderbag</i>	Poly	<i>Hand bag yang memiliki kapasitas medium dengan fitur adjustable strap</i>	
9.	Oryza	<i>Soulder bag dengan kapasitas medium</i>		

10.	Mari	<i>Shoulder bag dengan fitur tambahan adjustable strap</i>	
11.	Elora	<i>Shoulder bag dengan fitur tambahan adjustable strap</i>	
12	Vynn	<i>Shoulder bag dengan kompartmen medium</i>	
13.	Kana	<i>Shoulder bag dengan kompartmen medium</i>	
14.	Moons Hobo	<i>Shoulder bag dengan kompartmen medium</i>	

15.	Gianni	<i>Shoulder bag dengan tiga kompartmen medium</i>	
16.	Tarra	<i>Shoulder bag dengan fitur adjustable strap</i>	
17.	Lady	<i>Shoulder bag yang dilengkapi dengan fitur double strap yang dapat digunakan secara bergantian</i>	
18.	Karen's	<i>Shoulder bag dengan fitur dua tali (fixed strap dan adjustable strap)</i>	

19.	Zizi	<i>Shoulder bag dengan fitur adjustable strap</i>	
20.	Radin	<i>Shoulder bag dengan fitur dua tali (fixed strap dan adjustable strap)</i>	
21.	Midy	<i>Handbag dengan fitur double lock dan adjustable strap</i>	
22.	Hazel	<i>Shoulder bag dengan fitur adjustable strap</i>	

22.	Elize	<i>Shoulder bag dengan kompartemen yang luas</i>	
23	Lily	<i>Shoulder bag dengan kompartemen medium</i>	
24	Reina	<i>Shoulder bag dengan kompartemen medium</i>	
25.	Nara	<i>Shoulder bag dengan fitur adjustable bag</i>	

26.	Kumi	Tas dengan dua gaya, dapat digunakan sebagai <i>sling bag</i> dan <i>handbag</i>	
27.	Calie	<i>Shoulder bag</i> dengan fitur <i>adjustable strap</i>	
28.	Zella	<i>Shoulder bag</i> dengan fitur <i>adjustable strap</i>	
29	Jena	<i>Shoulder bag</i> dengan kapasitas medium	

30.	Chani	Tas dengan dua gaya, dapat digunakan sebagai <i>sling bag</i> dan <i>handbag</i>	
31.	Vynn	<i>Shoulder bag</i> dengan kompartemen medium	
32.	Berlin	<i>Sling bag</i> dengan fitur <i>adjustable strap</i> dan tambahan <i>handle</i>	

2.3 Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling* dalam memilih responden. Kriteria responden yang digunakan untuk penelitian ini adalah perempuan yang setidaknya berusia 18 tahun, berdomisili di Kota Semarang, dan pernah melakukan pembelian produk tas TINYBLACK sekali dalam setahun terakhir. Jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Google form digunakan sebagai media untuk mengumpulkan jawaban

dari responden. Responden pada penelitian ini diuraikan melalui usia, domisili, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan per bulan, dan jenis varian tas TINYBLACK yang pernah dibeli.

2.36.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan rentang usia untuk mengetahui distribusi umur konsumen TINYBLACK yang menjadi objek penelitian. Penelitian ini melibatkan responden berusia minimal 18 tahun karena pada usia tersebut individu telah dianggap dewasa secara hukum dan memiliki kapasitas untuk melakukan keputusan pembelian secara mandiri.

Tabel 2. 2 Usia Responden

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	18-22 Tahun	84	84%
2	23-27 Tahun	12	12%
3	28-30 Tahun	4	4%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.2, mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia 18–22 tahun, yaitu sebanyak 84 orang atau 84% dari total responden. Sementara itu, responden berusia 23–27 tahun berjumlah 12 orang (12%), dan responden berusia 28–30 tahun sebanyak 4 orang (4%).

2.3.2 Identitas Responden Berdasarkan Domisili

Responden dikelompokkan berdasarkan domisili Kota Semarang untuk menggambarkan distribusi wilayah tempat tinggal responden yang terlibat dalam

penelitian. Rincian jumlah responden pada masing-masing kecamatan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. 3 Identitas Responden Berdasarkan Domisili

No.	Kecamatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Mijen	2	2
2	Gunungpati	6	6
3	Banyumanik	11	11
4	Gajahmungkur	6	6
5	Semarang Selatan	3	3
6	Candisari	4	4
7	Tembalang	23	23
8	Pedurungan	6	6
9	Genuk	8	8
10	Gayamsari	4	4
11	Semarang Timur	5	5
12	Semarang Utara	7	7
13	Semarang Tengah	3	3
14	Semarang Barat	5	5
15	Tugu	3	3
16	Ngaliyan	4	4
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.3, responden terbanyak berasal dari Kecamatan Tembalang sebanyak 23 orang (23%). Selanjutnya, Kecamatan Banyumanik sebanyak 11 orang (11%), Kecamatan Genuk sebanyak 8 orang (8%), dan Kecamatan Semarang Utara sebanyak 7 orang (7%). Kecamatan Gunungpati dan Pedurungan masing-masing berjumlah 6 orang (6%), sedangkan Kecamatan Gajahmungkur dan Semarang Barat masing-masing sebanyak 5 orang (5%). Responden yang berasal dari Candisari, Gayamsari, dan Ngaliyan masing-masing berjumlah 4 orang (4%). Sementara itu, Kecamatan Semarang Selatan, Semarang Tengah, dan Tugu masing-masing sebanyak 3 orang (3%), serta Kecamatan Mijen sebanyak 2 orang (2%).

2.3.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dianalisis untuk mengetahui latar belakang tingkat pendidikan konsumen yang terlibat dalam penelitian. Informasi ini diperlukan guna memberikan gambaran mengenai profil responden secara umum. Adapun distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	SMP/Sederajat	0	0
2	SMA/Sederajat	66	66%
3	Diploma/Sarjana/Sederajat	34	34%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.4, sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir SMA/ sederajat, yaitu sebanyak 66 orang atau 66% dari total responden. Selanjutnya, responden dengan pendidikan Diploma/Sarjana/ sederajat berjumlah 34 orang atau 34%. Sementara itu, tidak terdapat responden dengan pendidikan terakhir SMP/ sederajat. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki latar belakang pendidikan menengah hingga pendidikan tinggi, sehingga dapat diasumsikan memiliki kemampuan dalam memahami pertanyaan kuesioner dan memberikan jawaban yang sesuai dengan kondisi yang dialami.

2.3.4 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan dianalisis untuk mengetahui kemampuan finansial konsumen dalam melakukan pembelian produk. Adapun distribusi responden berdasarkan penghasilan per bulan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. 5 Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

No.	Pendapatan/bulan	Frekuensi	Persentase
1.	>5.000.000	6	6%
2.	> Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	17	17%
3.	>1.000.000 – 3.000.000	51	51%
4.	≤1.000.000	26	26%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.5, sebagian besar responden memiliki penghasilan perbulan sebesar >1.000.000 – 3.000.000, yaitu sebanyak 51 orang atau 51% dari total responden. Selanjutnya, responden dengan pendapatan ≤1.000.000 berjumlah 26 orang atau 26%, pendapatan > Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 berjumlah 17 orang atau 17%, dan yang paling sedikit yaitu pendapatan >5.000.000 dengan 6 orang atau 6% responden.

2.3.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dianalisis untuk mengetahui latar belakang aktivitas ekonomi responden yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi. Jenis pekerjaan berpotensi berkaitan dengan tingkat pendapatan, gaya hidup, serta preferensi dalam melakukan pembelian produk. Adapun distribusi responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. 6 Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	82	82%
2.	Ibu Rumah Tangga	1	1%
3.	<i>Freelancer</i> /Pekerja lepas	2	2%
4.	Karyawan Swasta	9	9%
5.	Pegawai BUMN	6	6%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.6, sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa, yaitu sebanyak 82 orang atau 82% dari total responden. Selanjutnya, responden dengan pekerjaan Karyawan Swasta berjumlah 9 orang atau 9%, Pegawai BUMN 6 orang atau 6%, *Freelancer*/Pekerja Lepas 2 orang atau 2%, dan Ibu Rumah Tangga yang paling sedikit yaitu sebanyak 1 orang atau 1%.