

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Munculnya Distro

Sejak pertengahan '90-an, di Kota Bandung memang bermunculan beberapa komunitas yang menjadi produsen sekaligus pelanggan tetap beberapa toko kecil - sebutlah distro - yang menjual barang-barang yang tidak ditemui di kebanyakan toko, shopping mall, dan factory outlet yang kini juga tengah menjamur di Kota Bandung. Berbekal modal seadanya, ditambah dengan hubungan pertemanan dan sedikit kemampuan untuk membuat dan memasarkan produk sendiri, kemunculan toko-toko semacam ini kemudian tidak hanya menandai perkembangan anak muda di Kota Bandung, tetapi juga kota-kota lain semisal Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, Pekanbaru.

Perkembangan ini dimulai di sebuah studio musik, Reverse di daerah Sukasenang. Pada perkembangannya dapat dikatakan sebagai cikal bakal yang penting bagi perkembangan komunitas anak muda di Kota Bandung pada awal era '90-an. Di awal kemunculannya pada sekitar tahun '94, semula Richard, Helvi, dan Dxxxt (3 orang pendiri pertama dari Reverse), hanya memasarkan produk-produk spesifik yang terutama diminati oleh komunitas penggemar musik rock dan skateboard.

Komunitas ini kemudian merupakan simpul pertama bagi perkembangan komunitas ataupun kelompok subkultur anak muda pada saat itu. Ketika semakin berkembang, Reverse kemudian menjadi sebuah distro

yang mulai menjual CD, kaset, poster, artwork, asesoris, termasuk barang-barang impor maupun barang buatan lokal lainnya. Kemudian bermunculan sederet komunitas baru yang lebih spesifik lagi. Dari yang semula hanya didatangi oleh penggemar musik rock dan komunitas skateboard, Reverse mulai didatangi oleh beberapa kelompok yang berasal dari scene yang lain.

Dari yang meminati musik pop, metal, punk, hardcore, sampai pada kelompok skater, bmx, surf dan lain sebagainya. Belakangan, nama Reverse bermutasi menjadi Reverse Clothing Company, yang sekarang ini dikelola oleh Dxxxxt. Menurut Richard, selain karena musik rock dan skateboard, saat itu kemunculan beragam komunitas semacam ini juga didorong oleh keberadaan beberapa film seperti *The Warrior* (Walter Hill/1979), *BMX Bandit* (Brian Trenchard-Smith/1983), *Thrashin* (David Winters/1986), *Gleaming The Cube* (Graeme Clifford/1989), dan film-film sejenis yang bercerita mengenai berbagai macam komunitas anak muda di Barat (Eropa Barat & Amerika).

Dari kondisi yang spesifik semacam inilah, dinamika perkembangan industri musik, termasuk perkembangan fashion anak muda di Bandung selalu menemui banyak pembaharuan. Dari mulai jaman celana jeans di Jalan Cihampelas, tas ransel Jayagiri, jaman kaos oblong C-59, clothing lokal, band-band underground, distro, dan seterusnya sampai sekarang.

Saat krisis ekonomi terjadi pada tahun 1998, bisnis yang dijalani Reverse, mengalami masa sulit sampai akhirnya tutup. Mereka tak mampu lagi membeli barang-barang dari luar negeri karena nilai dolar terhadap rupiah melambung tinggi dan tak terjangkau. Namun kondisi sulit ini justru

melahirkan fase baru dalam perkembangan industri clothing Bandung. Helvi veteran Reverse, kemudian membangun clothing label bernama Airplane yang memulai usahanya pada tahun 1997.

Bukan hanya itu, bersama Dxxxt dan Marin, Helvi membangun record label bernama Fast Foward pada tahun 1999. Airplane yang didirikannya bersama dua rekannya yang lain: Fiki dan Colay, resmi berdiri pada tanggal 8 Februari 1998. Kurangnya modal untuk membeli barang-barang dari luar, membuat daya kreatifitas kedua pemuda ini diasah. Ketika itu mereka berpikir, untuk dapat menghasilkan kaos sesuai dengan keinginan mereka.

Ide-ide membuat desain dipengaruhi oleh kehidupan sehari-hari yang kita senangi aja..biasanya dari skateboard, musik, dan lain sebagainya. Transformasi Reverse sebagai *clothing company*, dimotori oleh Dxxxt pada bulan Februari 2004. Didukung oleh Marin, Wendi Suherman dan Indra Gatot sebagai mitra usahanya. Reverse kemudian menjelma menjadi label yang memfokuskan dirinya pada fashion untuk pria. *Urban Culture* yang menjadi keseharian tim kreatifnya, menjadi inspirasi dalam desain produk-produk Reverse.

Sementara kegemaran skateboard, bmx dan surfing yang ditekuni Dandhy dan teman-temannya, justru memotivasi mereka untuk membuat produk-produk yang mendukung hobi yang mereka cintai. Bukan hal yang mudah untuk menemukan fashion penunjang kegiatan surfing di Bandung pada saat itu. Maka tahun 1996, dari rumah di dago 347 Bandung, mereka mulai memproduksi barang-barang yang menunjang hobi mereka untuk

digunakan sendiri. Ternyata apa yang mereka pakai, menarik perhatian teman-teman mereka.

Seperti halnya Airplane, dengan modal patungan seadanya mereka mulai memproduksi barang-barang yang mereka desain untuk kebutuhan hobi mereka itu, untuk dijual di kalangan teman-teman mereka sendiri dengan label '347 boardrider co.' Toko pertamanya dibuka pada tahun 1999 dan diberi nama '347 Shophouse' di Jalan Trunojoyo Bandung. Demikian pula Ouval yang muncul di tahun 1998.

Awalnya juga dibentuk dengan semangat untuk mengelaborasi hobi skateboard para pendirinya. Hobi dan semangat kolektivisme terasa sangat kuat mewarnai kemunculan clothing label dan clothing store pada masa itu. Masih di tahun 1996, Dadan Ketu bersama delapan orang temannya yang lain membentuk sebuah kolektif yang diberi nama Riotic. Kesamaan minat akan ideologi punk, menyatukan ia dan teman-temannya. Riotic menjadi label kolektif yang memproduksi sendiri rilisan musik-musik yang dimainkan oleh komunitas mereka, menerbitkan zines, dan membuka sebuah toko kecil yang menjadi distribusi outlet produk kolektif yang mereka hasilkan. Riotic juga dikenal konsisten dalam mendukung pertunjukan-pertunjukan musik punk rock dan underground yang saat itu kerap diselenggarakan di Gelora Saperua Bandung.

Dalam perkembangannya, eksplorasi desain clothing anak-anak muda Bandung, banyak juga dipengaruhi oleh gaya street fashion Jepang yang terasa lebih eklektik dan eksperimental. Pergeseran kiblat kreatif global dari Amerika ke Inggris/Eropa dalam tiga tahun terakhir ini, juga terasa

pengaruhnya. Perubahannya sangat jelas terasa dalam scene musik. Street culture Inggris dan Eropa kemudian menjadi sumber rujukan baru dalam mengelaborasi desain produk-produk clothing kemudian.

Perkembangan musik dan juga street fashion di Bandung mendorong pertumbuhan clothing store (distro) di Bandung. Untuk membesarkan bisnis yang semula dibangun berdasarkan hobi, butuh kedisiplinan tinggi dalam mengelolanya. Bagi clothing company yang muncul belakangan, idealisme dan keterbatasan modal menjadi tantangan yang harus disiasati lebih keras lagi. Karena secara bisnis, mereka harus berhadapan dengan clothing teman-temannya yang muncul dan mapan lebih dulu.

Dari segi pengembangan desain, tidak banyak juga yang melakukan riset dan pengembangan desain secara serius. Akibat dari boom clothing di tahun 2003, follower yang muncul belakangan, banyak yang asal jiplak desain-desain yang sudah ada. Karena untuk membangun sebuah karakter desain yang kuat dibutuhkan waktu dan proses yang lama.

Kini, wabah distro telah menjamur hampir ke seluruh Indonesia, tidak hanya di Bandung. Jakarta sebagai kota metropolitan juga mulai “kejangkit” wabah distro. Walau banyak distro-distro yang mulai bermunculan di Jakarta, tetapi beberapa di antaranya masih berisikan barang-barang dari distro Bandung yang sudah lebih dulu punya nama. Walau ada beberapa distro di Jakarta yang sudah punya nama seperti Bloop dan Endorse menjual barangnya sendiri disamping barang-barang dari distro Bandung.

Sampai sejauh mana industri ini mampu bertahan, hanya mereka dengan kreatifitas dan disiplin yang tinggi yang mampu menjawabnya.

Sudah menjadi sebuah fenomena baru yang hadir khususnya di kota-kota besar di Indonesia. Keberadaan distro menjadi sebuah tren setter untuk menghadirkan gaya busana remajadan anak muda dengan berbagai macam keunikan dan kelebihannya. Mengamati perkembangan distro di kota besar ibarat kita mengamati deret hitung yang setiap tahun selalu mengalami peningkatan yang cukup pesat. Di Pekanbaru sendiri saat ini sudah ada banyak Distro yang bisa kita temui, bahkan mereka hadir disetiap sudut kota dengan berbagai macam produk busana yang dibutuhkan remaja dari ujung kaki hingga ujung kepala. Melihat isi dari Distro sama halnya kita melihat perkembangan gaya busana remaja yang sedang populer pada saat ini karena apa yang di sediakan dan dilihat pada display distro, itu pula yang sedang menjadi kesukaan remaja saat ini dalam memilih model pakaian. Inilah sebuah Fenomena yang secara tidak sadar ikut meramaikan berbagai macam perubahan yang ada diIndonesia.

Secara jujur, Distro secara langsung atau tidak langsung juga memberikan dampak positif untuk perkembangan mode dan perekonomian di Indonesia.Distro bukan hanya sebagai sebuah pilihan mode pakaian namun juga menjadi sebuah pilihan dalam membuka sebuah peluang usaha baru.Dan yang cukup menggembirakan dari fenomena ini adalah pemilik sebagian besar dari distro di Indonesia adalah mereka yang masih muda. Ini akan mempunyai dampak pembelajaran kemandirian untuk bangsa Indonesia yang sudah terkenal dengan gudang sejuta anak muda tanpa pekerjaan. Keberadaan dan perkembangan distro akan membuka banyak sekali lapangan kerja yang tentu saja hal tersebut akan otomatis meningkatkan kualitas hidup rakyat.

Dampak positif lain dari Distro adalah para remaja kini bisa bergaya dengan model pakaian terkini yang mereka sukai tanpa harus banyak mengeluarkan isi dalam dompet mereka. Kualitas produk dari Distro tidak kalah dengan produk yang terpampang pada butik atau tempat perbelanjaan busana lainnya.

Yang menjadi hal yang menarik lagi ketika kita berkunjung ke salah satu distro adalah penataan tempat, barang maupun tata cahaya yang di setting dengan sangat menarik. Lahan distro yang kebanyakan tidak terlalu besar dan luas bisa disulap menjadi tempat berbelanja busana yang sangat nyaman untuk para calon pembeli yang berkunjung dengan variasi warna yang menarik untuk memberi kenyamanan setiap orang yang datang untuk membeli atau sekedar mencari tahu tren busana anak muda jaman sekarang. Sepatu, baju, kaos, sabuk, dompet, topi, di jual dengan harga yang disesuaikan dengan isi dompet remaja. Inilah yang membuat distro semakin berkembang dan semakin menarik simpati para remaja di kota-kota besar Indonesia.

Walaupun dengan segudang citra positif yang termuat dalam perkembangan Distro di Indonesia tetap saja ada sesuatu kekhawatiran yang berkembang yaitu para remaja menjadi sedikit konsumerisme dalam berbelanja sebuah produk yang mereka sukai. Kekhawatiran yang lain adalah remaja yang terlalu fokus mendandani fisik mereka semata. Namun secara keseluruhan perkembangan distro di Indonesia tetap memberikan pengaruh positif bagi perkembangan dunia fashion, gaya busana hingga memberi pembelajaran tentang sebuah kemandirian mendirikan usaha.

B. Sejarah Singkat Berdirinya Distro Hurricane

Penulis melakukan penelitian tentang Pengaruh Minat Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Busana Bermerek Pada Distro Hurricane Di Kecamatan Tampan.

Distro Hurricane merupakan perusahaan yang bergerak dalam penjualan baju, jaket, topi dan aksesoris lainnya yang beralamat di Jl.Garuda Sakti KM 1 di Kecamatan Tampan. Distro Hurricane ini berdiri sejak tahun 2008, pada mulanya sang pemilik yaitu Firdaus mengikuti jejak adeknya yang duluan membuka usaha distro, sehingga muncul ide untuk membangun distro sendiri karena waktu itu distro-distro banyak bermunculan. Diawali dengan sistem pemasaran dari mulut ke mulut, distro hurricane ini mengalami lonjakan permintaan dari konsumen, Distro Hurricane bergerak meliputi kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi. Produk yang dijual di distro ini beragam, mulai dari baju, jaket, celana, sepatu, tas, topi dan aksesoris lainnya. Yang menjadi target pasar distro ini adalah kaula muda baik pria maupun wanita, karena seperti yang kita ketahui pekanbaru khususnya di kecamatan tampan merupakan salah satu kota yang menjadi tujuan untuk melanjutkan pendidikan karna terdapat dua Universitas Negeri, Yaitu Universitas Riau (Unri) dan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (Uin Suska), Tentunya akan banyak dikunjungi oleh berbagai kalangan mahasiswa dan penduduk setempat.

C. Visi dan Misi Distro Hurricane

1. Visi

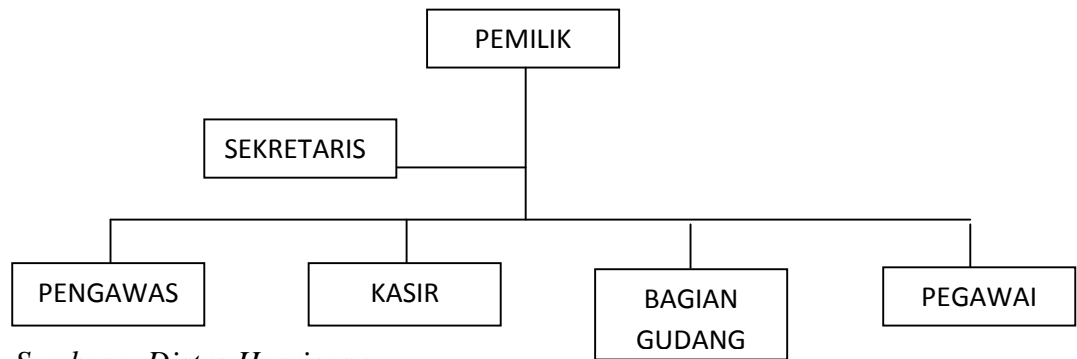
Dengan mengedepankan kualitas barang dan pelayanan sehingga akan terwujudnya perusahaan yang berkualitas dan berkembang menuju pasar yang luas, Berusaha memberikan yang terbaik dalam usaha clothing guna memuaskan konsumen, sehingga distro kami lebih unggul, dan memenuhi dunia fashion anak muda dan khususnya pecinta clothing distro.

2. Misi

- a. Meningkatkan pangsa pasar yang luas
- b. Memberikan pelayanan yang optimal terhadap masyarakat luas sehingga akan dapat meningkatkan penjualan
- c. Menghasilkan produk terbaik dan berkualitas, sehingga banyak konsumen yang minat
- d. Menyakinkan konsumen dengan memberikan pameran distro dalam tiap bulan guna baju atau clothing yang terbaru
- e. Pantang menyerah demi kemajuan dan kepuasan konsumen

D. Struktur Organisasi Distro Hurricane

Gambar II.1



Sumber : Distro Hurricane

Deskripsi Tugas Distro Hurricane

1. Pemilik

- a. Bertanggung jawab atas semua aktifitas distro
- b. Pengambil keputusan
- c. Memberi tugas dan wewenang kepada personal yang terkait
- d. Mendapatkan semua laporan-laporan

2. Sekretaris

- a. Melakukan tugas administratif dan tugas pribadi pimpinan
- b. Menjaga rahasia perusahaan
- c. Menjaga nama baik perusahaan baik secara lisan maupun tulisan
- d. Memberikan informasi dari pimpinan kepada karyawan

3. Pengawas

- a. Bertanggung jawab atas kegiatan operasional toko setiap harinya

- b. Bertanggung jawab dalam melakukan pengawasan langsung terhadap bawahannya untuk memastikan semua bawahan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen
- c. Mendisiplinkan bawahan sesuai dengan ketentuan dan peraturan yang berlaku didistro pestaporia
- d. Berwawasan luas dan mengetahui seluruh informasi produk dan layanan yang ditawarkan
- e. Bertanggung jawab dalam pemenuhan standar kualitas hasil layanan yang diberikan sesuai dengan tingkat kebutuhan konsumen

4. Kasir

- a. Mencatat seluruh barang masuk dan keluar
- b. Mengelompokkan stock barang yang masuk dan keluar sesuai dengan warna dan mereknya

5. Bagian Gudang

- a. Kerapian dan keteraturan stock barang digudang
- b. Keamanan gudang dan stock agar tidak terjadi kehilangan atau kerugian toko
- c. Bertanggung jawab atas keseluruhan stock gudang

6. Pegawai

Tugas utama melayani konsumen (pembeli) secara maksimal, berinisiatif dalam memberikan layanan, menjual dan mempromosikan setiap produk, mampu bekerja sebagai tim dan mengurangi resiko kecurian atau barang hilang.