

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah dan Perkembangan Qimojapara

Pada awalnya, Qimojapara tidak langsung berdiri seperti saat ini. Sang pemilik Afif atau sering disapa Apeep yang memulainya di Yogyakarta. Pada tahun 2005 dengan mencoba membuat kaos yang dipesan oleh teman-temannya sewaktu kuliah di ISI Yogyakarta. Waktu itu belum terfikir untuk mendirikan sebuah rumah produksi seperti sekarang ini. Sang pemilik hanya berfikir bagaimana caranya untuk membiayai kuliah tanpa harus merepotkan kedua orang tua, kemudian ia memutuskan untuk kuliah sambil bekerja sebagai desainer dan membuat pesanan kaos dengan modal awal sebesar Rp. 26.000,-. Kedua orang tuanya sempat khawatir tentang pendidikannya yang terbengkalai jika dilakukan dengan bekerja. Namun sang pemilik meyakinkan kedua orang tuanya bahwa pekerjaannya tidak akan mengganggu pendidikannya. Karena bakat seni yang memang sangat melekat pada diri sang pemilik, ia pernah dipercaya sebagai desainer kaos untuk *touring* Band Gigi di Yogyakarta yang tentunya sebuah prestasi yang membanggakan untuk diri sendiri dan kedua orang tuanya. Dimulai dari situlah sang pemilik lebih mantap untuk menjadi desainer dan pembuat kaos yang pada saat itu konsumennya adalah kebanyakan dari kalangan mahasiswa dan masyarakat umum di sekitar ISI Yogyakarta.

Ide untuk mendirikan Qimojapara ini tumbuh pada waktu sang pemilik masih menempuh pendidikan kuliah pada tahun 2009 di Institut

Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta, yang memfokuskan pemilik untuk belajar seni rupa. Banyak teman-temannya berasal dari Jepara yang tidak mempunyai rasa bangga terhadap Jepara sendiri, dan mereka memilih untuk menyebut nama daerah lain sebagai kota asalnya. Dari kejadian tersebut sang pemilik merasa kecewa dan marah kenapa banyak orang yang tidak mau mengakui Jepara sebagai kota kelahirannya. Kemudian ia mencoba berfikir untuk melakukan sesuatu agar Jepara tidak di pandang sebelah mata dan orang akan bangga terhadap Jepara. Dan dengan bakat seni yang ia miliki, maka sang pemilik memutuskan untuk membuat rumah produksi kaos sendiri di kota kelahirannya yaitu di Jepara pada tahun 2010 yang diberi nama *Qimo Arts & Culture Jepara*.

Nama Qimo sendiri diambil dari bahasa Jawa yang artinya kerang besar (*giant shield*) yang dalam bahasa Jawa sering disebut kima dan orang Jepara menjadikannya sebagai makanan olahan *seafood*. Sang pemilik memilih Qimo sebagai *merk* produknya karena sang pemilik sangat suka sekali memakan kerang, sehingga sang pemilik menamai kaos ciptaannya dengan nama Qimo sesuai dengan makanan kesukaannya. Qimo tidak dimulai dengan rencana bisnis formal seperti pada umumnya yang hanya mementingkan pendapatan laba perusahaan, akan tetapi pada kenyataannya juga memfokuskan pada seni rupa dan belajar antropologi di kota Jepara. Dalam proses ini sang pemilik ingin memperkenalkan kebudayaan, kesenian dan sejarah kota Jepara serta R.A. Kartini lewat visualisasi pada desain kaosnya yang unik dan berbeda dari yang lain.

Pada mulanya Qimo dikeluarkan pada bulan Juli 2010 dengan sistem *pre order* lewat media sosial dan di dukung oleh beberapa orang yang ada dalam komunitas *Qimo Arts & Culture* Jepara. Melalui satu tahun pertama sang pemilik terus membangun Qimo dengan bekerja keras untuk memvisualkan desain tentang kota Jepara yang beretika dan menarik juga dengan karakter pemilik sendiri kedalam sebuah kaos yang dapat dinikmati oleh masyarakat. Tanpa diduga sebelumnya saat awal mula dirilisnya kaos Qimo saat ini sudah mempunyai galeri sendiri untuk koleksinya agar dapat dikunjungi oleh masyarakat dan juga bisa mengenalkan sejarah, kebudayaan kota Jepara dan R.A. Kartini lewat media kaos.

Jepara terkenal dengan seni ukir. Ingat ukir kayu ingat Jepara. Qimojepara sangat menyadari nilai lebih ini memindahkan seni ukir ke dalam sebuah kaos. Banyak sekali seri gambar kaos Qimojepara yang menggabungkan gambar ukiran khas Jepara. Gambar ukiran yang membingkai gambar lain atau menjadi pusat cerita gambar, bukan hanya orang Jepara yang sudah mengkoleksi produk dari Qimojepara, bahkan orang luar negeri, publik figur, musisi sudah mengkoleksinya.

Membeli kaos sambil belajar sejarah Jepara. Tak bisa di pungkiri bahwa asal muasal kaos Qimojepara adalah kecintaan sekelompok pemuda yang mencintai sejarah. Para historian Jepara pun sering berkumpul disini dan toko kaos Qimojepara didesain sedemikian rupa sehingga sebelum membeli kaos, semua pelanggan melewati sebuah museum mini yang menyimpan banyak koleksi sejarah Jepara.

Kaos Qimojapara dapat membuat bangga pemakainya karna memiliki ciri khas yang berbeda dengan kaos lainnya. Bahkan banyak pelanggan yang menunggu seri terbaru. Bahkan para pembeli dari luar kota pun berbagi cerita bahwa saat dua pemakai kaos Qimojapara bertemu di bandara ibukota, mereka berkenalan dan terlibat diskusi seru sampai akhirnya berbagi kontak. Kisah yang paling mencengangkan adalah, ada beberapa pelanggan setia yang berburu koleksi tertentu dan rela membeli kaos bekas pakai dengan harga yang sama. Karna kaos Qimo termasuk kaos yang layak untuk di koleksi.

B. Cinderamata Alternatif

Gambar ukir yang membingkai gambar lain atau menjadi pusat cerita gambar, bukan hanya orang Jepara yang sudah mengoleksi produk dari Qimojapara, beberapa wisatawan internasional, publik figur, musisi dan artis Indonesia pun sudah mengoleksinya.

Qimo memosisikan dirinya sebagai salah satu industri yang memproduksi kaos khas Jepara yang mempunyai ciri khas tersendiri dibandingkan para pesaingnya. Beberapa pesaing Qimo yang juga sama-sama memproduksi kaos yang bertemakan Jepara dan juga berasal dari Jepara yaitu kaos Jingking, Shelterline Distro (Tondo Tresno Jepara), dan kaos Jomblo Jepara.

Ketiga produk yang menjadi oleh-oleh kaos khas Jepara memiliki perbedaan khusus, terutama pada desain. Desain kaos Jingking lebih

mengkhususkan pada keindahan alam pulau Karimunjawa melalui gambar ataupun kata-kata. Harga untuk setiap kaos Jingking yaitu Rp. 75.000,-. Sementara Kaos Jomblo Jepara lebih mengutamakan desain bahasa sederhana yang tetap bertemakan Jepara. Harga untuk tiap kaos Jomblo Jepara yaitu Rp. 99.500,-. Sedangkan kaos Shelterline (Tondo Tresno Jepara) memadukan antara gambar dan kata-kata sederhana yang dihargai dengan harga Rp. 65.000,-. Ketiga kaos tersebut hanya dijual di Jepara sebagai oleh-oleh atau cinderamata khas Jepara yang tidak ditemukan di tempat lain selain di Jepara. Dengan menempatkan produk Qimojepara pada posisi tersebut diharapkan ada nilai lebih yang signifikan dibandingkan dengan cinderamata yang lainnya.

C. Promosi Qimojepara

Meskipun mendapat sambutan baik dari masyarakat, tetapi ada juga hambatan yang terjadi pada saat Qimo didirikan yaitu penghargaan akan sebuah desain yang masih rendah di masyarakat, ada juga beberapa rumah produksi yang juga menjiplak desain kaos Qimo. Hambatan lain yang terjadi pada awal memperkenalkan kaos Qimo kepada masyarakat, banyak masyarakat berfikir bahwa kaos Qimo sama dengan yang lain yang bersifat *universal*. Berkat kerja keras dan usaha dari sang pemilik dalam memperkenalkan produknya, sehingga saat ini Qimo banyak dicari tidak hanya di Jepara saja, tetapi diluar kota Jepara juga.

Berikut ini adalah beberapa cara promosi yang dilakukan oleh Qimojapara dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya kepada konsumen:

a. Sales Promotion

Sales promotion atau promosi penjualan adalah suatu cara untuk mempengaruhi konsumen secara langsung agar membeli produk tertentu.

Selain unik pada desain kaosnya, Qimo memberikan garansi pada setiap produknya berupa penggantian produk apabila terdapat ketidaksesuaian terhadap produk atau cacat. Qimo juga memberikan *merchandise* berupa sticker dan gantungan kunci dengan desain yang berbeda-beda, setiap sticker di desain sedemikian rupa agar tetap menarik dan mencirikan kebudayaan Jepara serta mengandung makna dalam desain yang dibuat.

b. Personal selling

Personal *selling* merupakan bentuk komunikasi yang dapat dilakukan secara lisan antara penjual dengan calon pembeli yang bertujuan untuk menjual barang/jasa.

Untuk memperkenalkan produknya, Qimojapara menggunakan Rara Agha (penyanyi dangdut terkenal di Jepara) sebagai model untuk kaosnya. *Endorsment* kepada Rara Agha dimaksudkan agar masyarakat terbuju dan berminat untuk membeli kaos Qimo atau sekedar ingin mengenakan pakaian yang sama seperti yang dipakai idolanya (Rara

Agha). Selain Rara Agha, Qimo juga menggunakan model asing untuk menjadi modelnya. Selain akan memberikan citra bahwa orang asing juga suka dengan kaos Qimo, hal itu juga dimaksudkan untuk memperkenalkan produk Qimo kepada turis mancanegara yang sedang berkunjung ke Jepara.

c. Direct Marketing

Direct marketing atau pemasaran langsung adalah sistem pemasaran yang bersifat interaktif, menciptakan respon yang terukur dan bertransaksi di lokasi. Konsumen dapat langsung memperoleh kaos Qimo di galeri Qimo yaitu di JL. KH. Moliki 02 Pengkol Mbelik Jepara, Jawa Tengah, Indonesia. Selain berbelanja, pengunjung juga dapat belajar sejarah kota Jepara dan R.A. Kartini di Rumah Kartini yang berada dipintu masuk sebelum ke galeri Qimojepara. Tata letak tempat tersebut sengaja dilakukan sebagai strategi pemasaran dan juga untuk memberikan nilai lebih kepada para konsumen yang ingin membeli kaos Qimo, sehingga yang dilakukan akan lebih bermanfaat. Didalam Rumah Kartini terdapat banyak ornamen ukiran khas Jepara serta berbagai pajangan tentang Jepara dan R.A Kartini yang di desain untuk membuat pengunjung merasa nyaman sekaligus dapat belajar tentang sejarah R.A Kartini dan Jepara.

d. Publisitas

Informasi yang berisi tentang seseorang, atau organisasi yang disebar secara luas ke masyarakat menggunakan berbagai media tanpa menggunakan biaya sedikitpun atau tanpa bantuan dari sponsor. Dengan keunikan yang dimiliki oleh Qimojapara, beberapa televisi swasta pernah mempublis hasil karya Qimo dalam berbagai program acara Televisi, diantaranya yaitu program Etalase TRANS 7 dan Menu and Venue di Metro TV dengan bintang tamu Arya Wiguna. Serta yang terakhir adalah kunjungan dari Dian Sastro Wardoyo dan Hanung Bramantyo ke Qimojapara dan ke Rumah Kartini untuk belajar mengenai Jepara dan R.A. Kartini.

e. Hubungan Masyarakat (public relation)

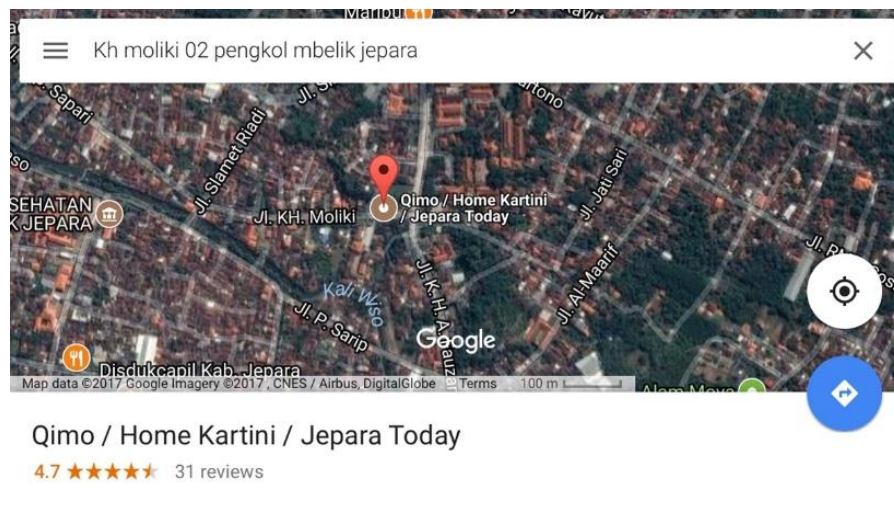
Public Relation yaitu menjalin sebuah proses berkomunikasi dari suatu organisasi keorganisasi yang lainnya dengan tujuan untuk menjalin komunikasi yang baik antara pihak internal maupun pihak eksternal atau masyarakat.

Untuk menjalin hubungan dengan masyarakat, Qimo sering menyelenggarakan *event* yang berhubungan dengan kebudayaan yang juga bekerjasama dengan kelompok atau organisasi lain serta memberikan pengetahuan tentang sejarah kota Jepara dan R.A. Kartini kepada masyarakat seperti murid-murid sekolah yang berada di lingkungan sekitar Qimo. Selain itu masyarakat dari luar daerah juga di perbolehkan untuk berkunjung ke Qimo sekaligus belajar sejarah di Rumah Kartini. Karena pada dasarnya bisnis yang didirikan sang pemilik

adalah untuk sosial, dimana sebagian besar hasil dari penjualan kaos Qimo digunakan untuk riset sejarah kota Jepara dan R.A. Kartini dan bukan semata-mata hanya mencari keuntungan.

D. Lokasi Qimojepara

Outlet Qimojepara hanya ada ada di Jepara yang terletak di JL. KH. Moliki 02 Pengkol Mbelik Jepara, Jawa Tengah, Indonesia.



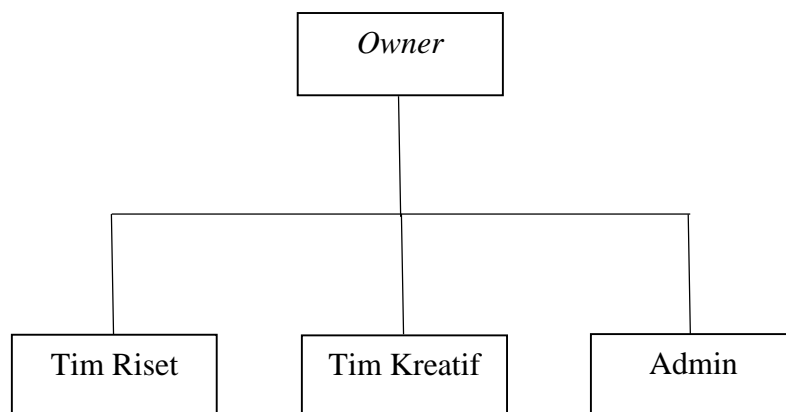
Gambar 2.1
Lokasi Qimojepara
(sumber: Google maps)



Gambar 2.2
Bagian depan Qimojapara
(sumber: pribadi)

E. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Qimojapara sebagai berikut:



Bagan 2.1
Struktur organisasi

Keterangan:

Owner : Afif Isyarobbi (Apeep)

Tim riset : Apeep, Daniel, Rumail Abbas.

Tim kreatif : Apeep, Oky.

Admin : Kusmanto.

F. Produk-produk Qimojapara

Produk Qimojapara terdiri dari kaos dan kerajinan ukir namun yang banyak diproduksi adalah *T-Shirt*. Desain yang di produksi oleh Qimojapara berbeda dengan *clothing company* lainnya. Desain kaos Qimojapara sebagian besar menggambarkan tentang sejarah kota Jepara mulai dari tokoh dan keadaan sosial yang terjadi di Jepara. Untuk harga kaosnya berkisar Rp. 110.000- Rp. 120.000

Beberapa contoh produk yang di produksi oleh Qimo antara lain:



Gambar 2.3



Gambar 2.4



Gambar 2.5



Gambar 2.6



Gambar 2.7



Gambar 2.8

Produk kaos Qimojapara
(sumber: Qimojapara)

Selain kaos, Qimojapara juga memproduksi beberapa kerajinan dari kayu dengan harga mulai dari Rp. 10.000 – Rp. 130.000,-



Gambar 2.9
Gantungan kunci Ganden
(sumber: Qimojapara)



Gambar 2.10
Dosgrip Rukmini
(sumber: Qimojapara)

Tiap masing-masing daerah memiliki ciri khasnya masing-masing, mulai dari kesenian maupun kebudayaan yang telah ada sejak zaman dulu. Yang menjadi salah satu ciri khas kota Jepara yaitu bentuk ukiran yang khas terdiri dari corak dan motif ukirannya. Corak dan motif ukiran dari Jepara memiliki keunikan tersendiri yang membedakannya dengan bentuk ukiran yang lainnya.

Dalam hal *packaging*, Qimo mengemasnya dengan sangat unik dan memiliki desain yang bercerita.



Gambar 2.11

Packaging Qimojapara (sumber: Qimojapara)

Dalam pembuatannya cukup memakan waktu yang lama dapat di lihat dari faktor Estetika mulai pemilihan warna, logo, desain ilustrasi, *research* bentuk, sampai membuat *prototype* maupun ergonomisnya hingga komunikasi visual untuk membentuk sebagai identitas kaos Jepara.

Memilih warna *classic* dan *background texture* kayu. Desain depan dan belakangpun dibuat berbeda. Bagian belakang Qimo ingin memperlihatkan salah satu bukti outentik sejarah kartini yang sedang membatik dengan dikelilingi frame ukiran yang detail dan dihiasi kain yang bertuliskan “ Habis Desain Terbitlah Produk”.

G. Distribusi Produk

Penjualan secara langsung melalui store yang hanya tersedia di Jepara. Buka setiap hari Selasa – Minggu (Libur hari Senin & Hari Besar) mulai Jam 10.00wib - 20.00 wib. Dan penjualan secara *online* dengan cara melakukan pemesanan melalui: HP: (081325409948) Whatsaap : 089 509 292 921 bbm (322F53F7), *website* www.qimojapara.com dan instagram (qimojapara).