

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	
KEAS	
TERIMA	T.T.D.

**PERBANDINGAN PRODUK BUSANA PERUSAHAAN
GREENMANCLOTH YOGYAKARTA TAHUN 2007 DAN 2017**

CLOTH YOGYAKARTA TAHUN 2007 DAN 2017
Suseno Putri, NIM 1011561022 Program Studi S-1 Kriya Seni, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, 2017



Oleh:

Probosiwi Suseno Putri

1011561022

**TUGAS AKHIR PROGRAM STUDI S-1 KRIYA SENI
JURUSAN KRIYA FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2017

Lembar Pengesahan

Tugas Akhir Pengkajian berjudul:

PERBANDINGAN PRODUK BUSANA PERUSAHAAN GREENMAN CLOTH YOGYAKARTA TAHUN 2007 DAN 2017 diajukan oleh Proboosiwi Suseno Putri, NIM 1011561022, Program Studi S-1 Kriya Seni, Jurusan Kriya, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal: 11 Agustus 2017

Pembimbing I/ Anggota



Dr. Supriaswoto, M.Hum
NIP. 19570404 198601 1 001

Pembimbing II/ Anggota



Anna Galuh Indreswari, S.Sn., MA
NIP. 19770418 2005012 001

Cognate / Anggota



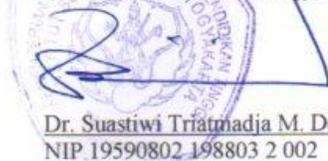
Drs. Otok Herum Marwoto, M.Sn.
NIP.19660622 199303 1 001

Ketua Jurusan / Ketua
Program Studi
S1 Kriya Seni / Anggota



Dr. Ir. Yulhawani Dafri, S.Hum.
NIP19620729 199002 1 001

Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dr. Suastiwi Triatmadja M. Des.
NIP 19590802 198803 2 002

INTISARI

PERBANDINGAN PRODUK BUSANA PERUSAHAAN *GREENMAN CLOTH* YOGYAKARTA 2007 DAN 2017

Greenman Cloth merupakan salah satu perusahaan *clothing* di Yogyakarta. *GreenmanCloth* berdiri pada tahun 2007 sampai sekarang tahun 2017. Produk *GreenmanCloth* yaitu kaos, pada tahun 2007 terjadi perbedaan yang sangat signifikan dengan tahun 2017. Tujuan penelitian yaitu mengetahui perbedaan desain produk *Greenman Cloth*, segmen, dan harga tahun 2007 dan tahun 2017.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian populasi dan sampel, serta menggunakan metode pendekatan estetika, ergonomis, dan fungsional. Proses analisis dimulai dari identifikasi, klasifikasi yang dilanjutkan dengan analisis dan penulisan ini bersifat deskriptif analisis.

Hasil penelitian yang penulis peroleh yaitu mengenai perbedaan produk *GreenmanCloth* tahun 2007 dan 2017, perbedaannya meliputi desain *GreenmanCloth* tahun 2007 dan 2017, perbedaan harga kaos *Greenman Cloth* tahun 2007 dan 2017, dan perbedaan segmen segmen *GreenmanCloth* tahun 2007 dan 2017. Pengaruh zaman, *trends* dan segmen merupakan pengaruh perbedaan produk kaos *GreenmanCloth* tahun 2007 dan 2017. Tahun 2007 desain banyak warna dan 1 pola sangatlah berbeda dengan tahun 2017 yang dari desainnya lebih simpel tidak banyak warna dan 3 pola warna. Selain perbedaan desain, harga dan segmen juga terjadi perubahan yang sangat signifikan.

Kata Kunci: *Greenman Cloth Yogyakarta, Perbandingan Produk Greenman tahun 2007 dan 2017.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Clothing dan *distro* (*distribution outlet*) sendiri pada awalnya berkembang pesat di daerah Bandung. *Distro clothing* perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen untuk membeli barang yang ditawarkan perusahaan, dan sangat penting bagi *distro clothing* untuk meningkatkan omset penjualan. Perkembangan *clothing* pun sampai keluar kota Bandung, seperti Jakarta, Yogyakarta, Malang, Surabaya. *Clothing* berkembang pesat di 5 kota besar tersebut. Di Yogyakarta sendiri *clothing* mulai merangkak perlahan demi perlahan tapi pasti, setiap 3 bulan sekali di Yogyakarta diadakan pameran *clothing & distro*. Pameran *clothing* sangat berdampak positif dalam skala nasional, secara tidak langsung para pengusaha *clothing* dapat menciptakan lapangan kerja sendiri dan dengan adanya pameran atau *event* dapat sebagai promosi atau pengenalan produk pada *clothing* tersebut. Selain itu setiap *clothing* akan terpacu untuk membuat desain yang lebih *attractive*. Dari sektor ekonomi, turut menyumbang pajak untuk pembangunan daerah. Sedangkan dalam skala internasional, dengan *event* ini pengusaha *clothing* lokal mampu bersaing dengan *clothing* merk luar negeri. Produk-produk dan desain yang ditawarkan pun juga tidak kalah bagusnya dengan produk merk luar negeri. Di Yogyakarta, banyak anak

muda yang mencoba peruntungannya di dunia *clothing* ini sendiri salah satunya *Greenman Cloth*.

Greenman Cloth merupakan usaha *clothing* yang didirikan oleh Imron Hartanto. *Greenman Cloth* berdiri pada tanggal 8 Agustus 2007. *Greenman Cloth* sendiri menawarkan desain-desain yang selalu *up to date*, *simple*, menarik dan harga yang ditawarkan pun juga sangat terjangkau. Berkat kelebihan itu, *Greenman Cloth* sekarang sudah punya nama dan disegani oleh label-label *clothing* lainnya di Yogyakarta dan sekitarnya. Produk *Greenman cloth* adalah kaos dan di tahun 2007 sampai saat ini tahun 2017 kaos yang diproduksi sangat lah berbeda dari segi desainnya. Perbedaan desain, harga dan segmen sangat mempengaruhi perbedaan produk yang di produksi.

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk membahas perbandingan *Greenman Cloth* pada tahun 2007 dengan 2017 yang terdiri dari segi dari desain, harga, penjualan, dan segmen. Alasan penulis membahas perbandingan *Greenman Cloth* tahun 2007 dengan 2017, karena ditahun 2017 dari segi yang semakin *update* dengan masa sekarang berbeda dengan tahun 2007 desainnya didasari dengan kesukaan pemilik *Greenman Cloth*, minat dari berbagai segmen lebih banyak, dan permintaan *reseller* (menjual kembali suatu produk yang dilakukan oleh penjual setelah penjual tersebut membelinya) lebih pesat dibanding tahun 2007. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul

“Perbandingan Produk Busana Perusahaan Greenman Cloth Yogyakarta Tahun 2007 dan 2017”.

B. Rumusan Masalah

1. Apa perbedaan desain produk dan segmen *Greenman Cloth* tahun 2007 dan tahun 2017?
2. Berapa perbedaan harga produk kaos tahun 2007 dan tahun 2017

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui perbedaan desain produk *Greenman Cloth* dan segmen tahun 2007 dan tahun 2017.
- b. Mengetahui perbedaan harga produk kaos tahun 2007 dan tahun 2017.

2. Manfaat Penelitian

- a. Menambah wawasan penulis faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen untuk membeli kaos pada perusahaan *Greenman Cloth*, faktor-faktornya meliputi segmen, desain, dan harga.
- b. Penelitian pada *Greenman Cloth* dapat menjadi bahan referensi dalam pengetahuan usaha *clothing* sehingga dapat memperkaya dan menambah wawasan.

D. METODE PENELITIAN

1. Populasi Dan Sampel

Populasi yang penulis gunakan sebagai objek penelitian adalah desain produk kaos *Greenman Cloth* tahun 2007 yang

desainnya lebih banyak warna dengan pola 1 warna dan produk *Greenman Cloth* tahun 2017 yang desainnya lebih simpel dengan pola 3 warna. Sampel yang penulis gunakan adalah produk kaos *Greenman Cloth* 2007 dengan desain *Monster Shimpshon Ts* dan produk kaos *Greenman Cloth* 2017 dengan desain *Chlea Ts*.

2. Metode Pendekatan

a. Estetika

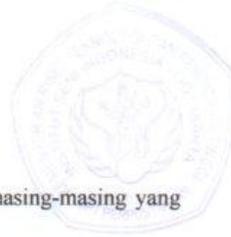
Pendekatan estetika *Greenman Cloth* yaitu mencari inovasi dengan menciptakan suatu produk baru yang memenuhi kriteria atau kondisi yang diinginkan, desain atau ide produk dari *Greenman* terdapat unsur warna dan permainan garis merupakan unsur seni rupa dan pola baju atau kaos merupakan salah satu unsur kriya seni tekstil.

b. Ergonomis

Pendekatan ergonomis *Greenman Cloth* yaitu persamaan struktural dan arah hubungan yang terjadi adalah berbanding lurus. Artinya, semakin baik penerapan kualitas produk, maka semakin baik pula kepuasan dan kenyamanan konsumen yang didapat.

c. Fungsional

Pendekatan fungsional bagi *Greenman Cloth* adalah di dalam perusahaannya terdiri dari beberapa macam



kedudukan atau tugas atau pekerjaan masing-masing yang sangat berkaitan dan menggantungkan

3. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Pengumpulan Data Langsung atau Kualitatif

Pada metode pengumpulan data langsung atau kualitatif terhadap *Greenman Cloth* sebagai berikut :

1. Observasi

Penulis melakukan observasi di *mall, caffe, bioskop, pameran clothing* dengan meluangkan waktu untuk mengamati, melihat-lihat kaos apa yang orang kenakan berjumlah kurang lebih 40 orang dengan pilihan jawaban pada kuisioner suka, tidak suka, netral.

2. Wawancara

Penulis melakukan langsung wawancara kepada *owner Greenman Cloth* berupa pertanyaan dan profil perusahaan, sistem penjualan, perbandingan desain tahun 2007 dan 2017 produk dari *Greenman Cloth*, pengerjaan produk, harga dan cara penjualan.

b. Metode Pengumpulan Data Tidak Langsung atau Kuantitatif

Penulis melakukan pengujian teori pengukuran pada *Greenman Cloth* untuk memberikan gambaran berupa angka dan

juga statistik dan digunakan untuk meyakinkan sebuah fakta atau juga membuat prediksi akan sebuah teori yang akan dikeluarkan.

4. Metode Analisis Data

Langkah-langkah analisis data dilakukan sebagai berikut:

a. Identifikasi

Melihat fisik bentuk produk desain pada *Greenman Cloth* dapat diidentifikasi berdasarkan pada bentuk pola, warna desain, dan desain kaos *Greenman Cloth* tahun 2007 dan 2017.

b. Klasifikasi

Segmen-segmen pada penjualan *Greenman Cloth* dikelompokkan berdasarkan penggambaran beberapa segmen.

c. Deskriptif

Pada analisis ini penulis menggunakan hasil jawaban kuisisioner dan mengulas produk dan harga tahun 2007 dan 2017.

d. Kesimpulan Data

Penulis membuat kesimpulan setelah proses pengumpulan data dan proses analisi, dan kesimpulan digunakan penulis untuk menjawab permasalahan yang ada pada perusahaan *Greenman Cloth*.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Teori-Teori yang Dipergunakan

1. Estetika

Estetika juga dilihat dari *flexibility* yaitu keluwesan atau pantas atau tidak produk dikenakan oleh penggunaan, barang-barang seni kriya adalah barang yang wujudnya sesuai dengan kegunaan atau terapannya. Barang hasil produksi dipersyaratkan memberi kemudahan dan keluwesan penggunaan agar pemakai tidak mengalami kesulitan dalam penggunaannya.

2. Ergonomis

Ergonomis adalah kenyamanan produk yang digunakan. Barang yang nyaman digunakan disebut barang terap dan barang-barang terapan adalah barang yang memiliki nilai praktis yang tinggi.

3. Fungsional

Fungsional atau aspek *security* kegunaannya yaitu jaminan tentang keamanan orang menggunakan barang-barang tersebut.

4. Unsur-Unsur Desain

Penulis pada penelitian ini menggunakan teori unsur-unsur desain, meliputi :

1. Garis
2. Bentuk

3. Warna

4. Unsur Tekstur

B. Desain Grafis

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin.

C. Desain Busana

Desain busana atau yang lebih umum disebut *fashion design* adalah proses merancang atau menciptakan sesuatu yang dipergunakan manusia, seperti pakaian dan aksesoris, dengan menerapkan seni dan estetika.

D. Segmentasi Pasar

Tujuan pokok strategi segmentasi, *targeting*, dan positioning adalah memposisikan suatu merek dalam benak konsumen sedemikian rupa sehingga merek tersebut memiliki keunggulan kompetitif berkesinambungan.

E. Populasi

Menurut Warsito (1992), populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari manusia, hewan, tumbuhan, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian.

E. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti, penetapan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis metode random sampling.

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Objek Penelitian

Greenman Cloth didirikan oleh dua pemuda asal Yogyakarta bernama Imron Harmanto dan pada 8 Agustus 2007. Perbedaan yang sangat signifikan terjadi antara tahun 2007 dan tahun 2017, perbedaan yang paling mencolok adalah perubahan desain dan metode penjualan. Perubahan desain *Greenman Cloth* pada tahun 2007 lebih cenderung mengutamakan desain yang bertemakan *monster* dan kartun sedangkan pada tahun 2017 lebih mengutamakan *elegant* dan *minimalis* serta pembuatan desainnya sesuai dengan keinginan pasar dan *trend*. Hal ini berbeda dengan tahun 2007 yang pembuatan desainnya sesuai dengan yang disukai pemilik *Greenman Cloth*.

B. Penyajian Data

1. Penyajian Data dan Analisis Data Hasil Observasi

Salah satu metode yang telah digunakan untuk menggali data dalam penelitian ini adalah observasi langsung, metode ini digunakan untuk mengamati perkembangan dan perbedaan desain *Greenman Cloth* pada tahun 2007 dan 2017.

2. Penyajian Data Hasil Interview

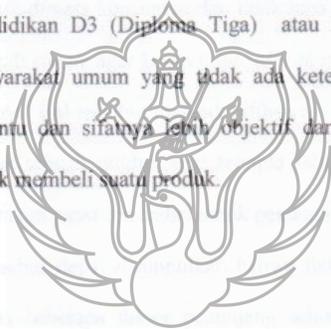
Beberapa pihak yang telah kami hubungi sebagai sumber data adalah *Owner* dari *Greenman Cloth* Imron Harmanto. Dari hasil wawancara tersebut diperoleh data-data antara sebagai berikut :

1. Menemukan perbedaan desain pada tahun 2007 dan tahun 2017.

2. Mengetahui perbedaan harga produk *Greenman Cloth* tahun 2007 dan 2017.

3. Analisis Data

Analisa deskriptif dalam sub bahasan ini penulis sajikan hasil angket akan disebarakan kepada 40 responden yang perinciannya adalah 10 responden penikmat industri *fashion* yang sumbernya berasal pendidikan SMP (Sekolah Menengah Pertama), 10 responden penikmat industri *fashion* yang sumbernya berasal Pendidikan SMA (Sekolah Menengah Atas), 10 responden penikmat industri *fashion* yang sumbernya berasal Pendidikan D3 (Diploma Tiga) atau S1 (Strata Satu), 10 responden masyarakat umum yang tidak ada keterkaitan minat pada suatu merk tertentu dan sifatnya lebih objektif dan semata-mata karena keinginan untuk membeli suatu produk.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Latar Belakang Masalah

Greenman Cloth banyak merubah konsep desain dan metode penjualan mereka. Minimalis *elegant*, itu yang menjadi tema utama produk *Greenman Cloth* dalam berproduksi. Kecenderungan untuk memilih warna bahan yang cerah atau pastel agar bisa masuk dalam golongan unik dan memiliki karakter tersendiri, *Greenman Cloth* pun melakukan variasi pola pakaian dengan melakukan pecah warna sehingga menjadi suatu kombinasi yang unik dimata konsumen dan tidak lupa hal ini dipadukan dengan desain yang lebih *simple* agar kesan minimalis *elegant* lebih kental melekat di setiap produknya. Hal tersebut menjadi pilihan tim produksi *Greenman Cloth* dalam membuat sebuah produk agar tercipta sebuah variasi yang jarang dan bisa menciptakan pasar tersendiri untuk penikmat baju-baju dari *Greenman Cloth*. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam menciptakan sebuah produk memiliki beberapa faktor penunjang sehingga dapat menghasilkan desain yang minimalis *elegant*, salah satunya adalah bahwa segmen pasar mereka sekarang jauh mengutamakan kenyamanan dan kualitas yang sangat premium sehingga dapat dilihat beda bagi mata penikmat industri *fashion distro* khususnya untuk segmen pasar masyarakat umum yang hal ini dapat berakibat lebih banyak lagi cangkupan tim marketing *Greenman Cloth* dalam menawarkan produk kepada konsumen untuk memilih dan membeli sebuah produk milik *Greenman Cloth*.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Perbandingan desain produk *Greenman Cloth* tahun 2007 dan 2017 harga, dan segmen terjadi perubahan yang sangat signifikan. Segmen merupakan faktor yang sangat mempengaruhi desain kaos *Greenman Cloth*. Dari segi desain *Greenman Cloth* tahun 2007 lebih kearah rumit dan desainnya kartun karena segmen pada tahun 2007 adalah pendidikan SMP (Sekolah Menengah Pertama), hal ini sangat berbeda dengan desain *Greenman Cloth* 2017 lebih kearah simpel karena segmennya yaitu pendidikan SMA (Sekolah Menengah Atas), D3 (Diploma 3), S1 (Strata Satu), Karyawan, dan masyarakat umum yang berumur 30 ke atas. Harga kaos *Greenman Cloth* tahun 2007 Rp. 90.000, sedangkan harga kaos *Greenman Cloth* tahun 2017 Rp. 150 hal ini terjadi karena peningkatan mutu kualitas produk dan kenaikan harga bahan.

B. Saran

Adapun saran yang diberikan untuk *Greenman Cloth* yaitu pada produk *Greenman Cloth* lebih diperluaskan lagi untuk segmen umur 3 tahun sampai 10 tahun karena mulai diminati para pecinta produk pada anak. Kesulitan dan hambatan penulis dalam penelitian ini yaitu minimnya waktu untuk mencari informasi tentang perusahaan *Greenman Cloth* yang lebih dalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sachari, (2002), *Estetika Makna, Simbol, dan Daya*, Bandung : ITB
- Budiyono, (2008), *Kriya Tekstil Jilid 1*, Jakarta : Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan
- Bungin, M. Burhan, (2008), *Penelitian Kualitatif; Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta : Kencana
- Djelantik A.A.M., (1999), *Estetika Sebuah Pengantar*, Bandung : Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia.
- Dra. Uswatun Hasanah, (2011), *Menggambar Busana* : Rosda
- Fandy Tjiptono, Ph. D, Anastasia Diana, (2016), *Pemasaran Esensi & Aplikasi*, Yogyakarta : C.V Andi Offset
- Hary Lubis, Jonathan Sarwono, (2007), *Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual*, Yogyakarta : C.V Andi Offset
- Palgunadi Bram, (2008), *Desain Produk Aspek-Aspek Desain*, Bandung : ITB
- Prof. Dr. Christ Verhaak SJ, Dr. Fx. Mudji Sutrisno SJ, (1993), *Estetika Filsafat Keindahan*, Yogyakarta : Kanisius
- Sugiyono, (2002), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : CV Alfabeta
- V. Wiratna Sujarweni, (2014), *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta : PT. Pusaka Baru
- Zainudin, Imam Buchori, (1989), *Peranan Estetika Dalam Desain*, Bandung : C.V Andi Offset

Webtografi

1. [http:// www.rubberia.com/2015/06/rubberia_4.html](http://www.rubberia.com/2015/06/rubberia_4.html)
2. <http://grafmag.plartykuly/jaki-tablet-graficzny-wybrac-przetestowalismy>
3. <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2012-2-01473-pdf>







