

BAB 2

DATA DAN ANALISA

2.1 Sumber Data

Dalam melakukan usaha pengumpulan data tentang KOPAKA, saya melakukan survey ke salah satu toko cabang dan melakukan wawancara. Kelengkapan data dilengkapi dengan wawancara melalui surat elektronik ke salah satu pengelola administrasi melalui ijin langsung dari sang pemilik.

2.1.1 Internal

Perolehan data internal didapat dari hasil survey / tinjauan langsung ke lokasi. Dalam pengumpulan data dengan cara survey ini, saya juga melakukan pendokumentasian tempat survey serta melakukan sedikit wawancara dengan salah satu pengelola. Sumber lain secara internal juga didapat langsung dari kantor pusat di Bandung.

2.1.2 Eksternal

Sumber data eksternal seperti liputan-liputan dan sekilas profile KOPAKA yang dipublikasikan ke masyarakat didapat dari surat elektronik dan internet. Hasil pengumpulan data secara eksternal juga cukup mendukung dalam pembuatan tugas akhir ini karena mampu

merangkum pandangan masyarakat mengenai desain dan kualitas KOPAKA.

2.2 Isi dan Tinjauan

2.2.1 Produk



Gambar 1 Misan KOPAKA seorang *fashion designer* yang merancang pakaian khusus wanita, berupa gaun pengantin dan gaun malam untuk keperluan pesta formal dan semi-formal. Tidak hanya itu, Misan KOPAKA juga merancang gaun-gaun *bridesmaid* dan keperluan-keperluan bridal lainnya.

Misan merupakan salah satu *fashion designer* ternama di kota Bandung yang telah memulai bisnis di bidang fashion khusus busana pesta dan bridal dengan brand KOPAKA sejak tahun 1990. Pria kelahiran Singkawang tahun 1963 ini adalah lulusan Fakultas Kedokteran Universitas Kristen Maranatha Bandung. Pada tahun 2001, Misan bergabung dengan APPMI (Asosiasi Perancang Pengusaha Mode Indonesia) yang membuka jalannya menuju dunia bisnis fashion di Indonesia lebih dalam lagi. Pada tahun 2005 Misan merancang *cocktail dress* untuk para finalis wajah Femina, merancang gaun malam untuk Puteri Indonesia 2006, 2007 dan Miss Indonesia 2006, 2007 dan 2008.

Berikut contoh hasil rancangan Misan Kopaka selama 3 tahun terakhir.



Gambar 2



Gambar 3



Gambar 4



Gambar 5



Gambar 6



Gambar 7



Gambar 8



Gambar 9



Gambar 10



Gambar 11



Gambar 12



Gambar 13



Gambar 14



Gambar 15



Gambar 16



Gambar 17



Gambar 18

2.2.2 Target Pasar

- **Demografi**

Umur : 25-50 tahun

Jenis kelamin : wanita

Status ekonomi sosial : menengah atas – atas

Profesi : eksekutif muda, calon ibu rumah tangga

- **Geografi**

Daerah perkotaan besar di Indonesia seperti Jakarta dan Bandung. Dengan penekanan pada daerah-daerah maju dan berkembang.

- **Psikografi**

Target ditujukan kepada para calon pengantin wanita untuk hari spesialnya dan wanita yang ingin mengenakan gaun untuk keperluan acara formal atau semi-formal.

2.2.3 Kompetitor

Kompetitor yang setaraf Misan KOPAKA antaranya ialah Sebastian Gunawan dan Adrian Gan

2.3 SWOT

2.3.1 Strong

- Ciri khas desain Misan KOPAKA terletak pada rancangan yang feminin, elegan dan berdaya pakai tinggi dengan cara pengaplikasian payet, pemilihan bahan serta ornamen-ornamen lain yang membuat garis desainnya selama ini terlihat unik dan memiliki ciri tersendiri.

- Misan KOPAKA adalah seorang desainer yang sudah hampir dua dekade terjun di dunia mode dengan banyak peragaan busana dan pengalaman serta penghargaan telah diraih.
- *Cutting* pakaian bisa disesuaikan dengan bentuk tubuh pemakai.

2.3.2 Weak

KOPAKA belum banyak dikenal dikalangan masyarakat awam terkecuali di Bandung dan para pecinta mode. Selain itu, Misan KOPAKA mengakui sisi manajemen usahanya kurang baik.

2.3.3 Opportunity

- Berkembangnya dunia fashion serta cita rasa dan naiknya daya beli beberapa kalangan masyarakat memberi peluang berkembangnya usaha bridal.
- Dikenalnya nama Misan KOPAKA di kalangan pecinta mode dan dunia entertainment memudahkan dalam hal promosi.

2.3.4 Threat

Berkembangnya trend bridal sekarang ini, memicu munculnya banyak brand-brand baru yang bergerak di bidang usaha sejenis.