

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu industri kreatif yang saat ini banyak diminati di bidang fashion adalah *Clothing line*. *Clothing line* secara sederhana dapat dipahami sebagai model bisnis fashion lokal yang berupaya membuat, membangun, serta memasarkan produknya sendiri. Sistem operasional seperti itulah yang kemudian membuat usaha *clothing line* memiliki ciri khasnya tersendiri [1]. Ciri khas tersebut sekaligus menjadi salah satu faktor semakin ketatnya persaingan dalam bidang pemasaran. Maka, saat ini bisnis pakaian lokal yang terus bermunculan dan bersaing tidak hanya dari segi kualitas produk, tetapi juga dari cara mereka membangun citra dan identitas merek di mata konsumen. Salah satu strategi yang memiliki peran penting dalam membangun identitas tersebut adalah visual branding[2].

Visual branding merujuk pada penggunaan elemen-elemen visual seperti logo, warna, tipografi, desain antarmuka digital, serta gaya komunikasi visual yang digunakan secara konsisten untuk menciptakan persepsi tertentu terhadap suatu merek pada sebuah produk[3]. Di dunia bisnis fashion yang semakin kompetitif, *clothing line* tidak hanya dituntut menghasilkan produk berkualitas, tetapi juga membangun citra visual yang kuat dan konsisten. Salah satu diantaranya konsep mengenai visual branding inilah yang akan menjadi sebuah strategi dalam membedakan sebuah brand dari pesaing, terutama di era yang serba digital seperti sekarang ini.

Di Indonesia, usaha *clothing line* telah berkembang dengan cukup baik di beberapa daerah, salah satu di antaranya adalah Yogyakarta. Merek *clothing line* yang menjadi salah satu produk lokal di Yogyakarta adalah Berkah Sembada. Berkah Sembada merupakan salah satu usaha *clothing line* lokal yang hadir di Kabupaten Sleman Yogyakarta, di tengah persaingan industri fashion dengan mengusung nilai-nilai kultural dalam konsep produknya. Meskipun masih tergolong baru, Berkah Sembada mampu menarik perhatian segmen pasar tertentu dengan identitas visual yang khas. Kondisi ini cukup menarik, oleh sebab itu merek ini menjadi latar belakang dilakukannya penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi visual branding yang diterapkan Berkah Sembada dalam membangun identitas bisnisnya.

Secara konteks keilmuan pada Program Studi Sistem Informasi di Universitas Amikom, penelitian ini menjadi relevan karena visual branding sangat berkaitan erat dengan mata kuliah yang diberikan seperti desain grafis, pemasaran digital, lingkungan bisnis, dan fotografi. Oleh sebab itu, hal tersebut mampu menjadi bekal dalam pemanfaatan teknologi informasi utamanya

dalam pengelolaan konten digital, sehingga peluang sebagai interpreneur pun terbuka luas bagi mahasiswa yang memiliki jiwa bisnis dengan bekal kemampuan yang dipunya. Sistem informasi tidak hanya membahas tentang teknologi dan sistem pendukung keputusan, tetapi juga mencakup bagaimana informasi tersebut dikemas, disajikan, dan dipersepsikan oleh pengguna[4]. Visual branding yang baik membutuhkan pemahaman terhadap tools digital, platform media sosial, dan strategi komunikasi digital yang terintegrasi. Studi ini tidak hanya menelaah aspek desain visual secara estetis, tetapi juga bagaimana strategi visual tersebut dibangun, didukung, dan dikembangkan melalui sistem informasi yang efektif dan efisien.

Penelitian ini menjadi perlu untuk dilakukan guna mengkaji bagaimana strategi visual branding dapat diterapkan secara efektif dalam membangun identitas bisnis sebuah *clothing line* lokal. Melalui penelitian ini diharapkan dapat mempermudah proses pemasaran melalui identifikasi strategi visual branding, menganalisis penerapan visual branding pada clothing line Berkah Sembada, mengkaji efektivitas elemen visual seperti logo, warna, tipografi, dan kemasan dalam membangun citra merek, serta menyusun model atau alur pengembangan produk berbasis visual branding yang dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM, mahasiswa entrepreneur, dan desain grafis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang diangkat yaitu pembuktian prospek bisnis berbasis ICT dalam penyelesaian masalah di masyarakat.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam pengembangan kajian mengenai Strategi Visual Branding dalam Membangun Identitas Bisnis pada usaha *clothing line* Berkah Sembada adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian ini hanya fokus pada aspek visual branding, seperti logo, warna, tipografi, kemasan, dan tampilan media sosial. Tidak membahas aspek branding non-visual seperti strategi harga, distribusi, atau promosi secara menyeluruh.
2. Studi kasus terbatas pada brand lokal Berkah Sembada, yang bergerak di bidang *clothing line*.
3. Data yang dikumpulkan berasal dari observasi, dokumentasi visual, dan studi pustaka.

1.4 Tujuan

Tujuan yang akan dicapai melalui pengembangan kajian mengenai Strategi Visual Branding dalam Membangun Identitas Bisnis pada usaha clothing line Berkah Sembada adalah untuk menghasilkan produk yang inovatif dan berdaya saing.

1.5 Profil

Berkah Sembada adalah brand *clothing line* lokal yang didirikan pada pertengahan tahun 2023 di Sleman, Yogyakarta. Brand ini diprakarsai dengan semangat lokalitas dan kreativitas anak muda, Berkah Sembada hadir untuk menjawab kebutuhan fashion kasual dan sporty yang memiliki kaitan erat dengan identitas suatu komunitas, khususnya para penggemar sepak bola. Brand ini hadir dan dirancang dengan desain yang unik, bahan berkualitas, dan layanan pemesanan dengan sistem pre-order. Alur pemesanan produk dapat diamati pada gambar 1.1 di bawah ini.



Berdasarkan alur diatas, pada tahapan pembukaan pre-order, owner mengunggah pengumuman pre-order jersey melalui postingan kolaborasi berbayar media sosial Instagram seperti bukti pada gambar 1.2 di bawah ini.



Gambar 1. 2 Bukti Launching dan Pemesanan Produk

Tahap berikutnya pelanggan bisa melakukan pemesanan produk dengan menghubungi melalui kontak whatsapp bussines yang tertera pada caption/deskripsi postingan instagram, lalu mengisi formulir pre-order yang terdiri dari: nama, alamat, no. whatsapp, ukuran, jumlah, pembayaran (lunas/dp). Setelah pemesanan dilakukan, customer diharuskan melakukan pembayaran lunas atau DP melalui metode pembayaran yang telah disediakan (transfer bank atau e-wallet), lalu mengirimkan bukti pembayaran untuk segera di proses oleh admin (pencatatan rekapan pesanan) seperti bukti pemesanan dan pembayaran yang ada pada gambar 1.3 di bawah ini.



Gambar 1. 3 Form Pemesanan dan Pembayaran

Umumnya pembukaan pre-order dilakukan dalam jangka waktu 7-10 hari, setelah periode pemesanan ditutup maka selanjutnya adalah tahap produksi. Proses ini sepenuhnya dilakukan oleh vendor Bernama Clover Supply dengan estimasi waktu produksi yang sudah disepakati. Owner rutin melakukan kontrol pada proses produksi yang sedang dikerjakan oleh vendor, untuk melakukan update kepada pelanggan seperti bukti yang terlampir pada gambar 1.4 di bawah ini.



Gambar 1. 4 Kontroling Produksi

Apabila produksi sudah selesai, maka barang siap untuk didistribusikan kepada customer yang sudah melakukan pemesanan. Namun, beberapa hari sebelum pengiriman, pelanggan yang belum melunasi diminta melakukan pembayaran penuh. Setelah proses pelunasan dan pembayaran ongkos kirim selesai, produk melalui proses pengemasan dan pengiriman melalui ekspedisi yang sudah ditetapkan. Pelanggan menerima nomor resi untuk melacak pengiriman.



Gambar 1.5 Bukti Pengiriman

Setelah barang diterima oleh customer atau pembeli, admin memastikan bahwa produk/barang sudah diterima dalam kondisi baik, sebelum akhirnya meminta penilaian atau testimoni dari pelanggan terhadap pelayanan dan produk yang telah diterima seperti yang terlampir pada gambar 1.6 di bawah ini.



Gambar 1.6 Testimoni Pelanggan

Selama operasional usaha ini mengalami dinamika bisnis yang menunjukkan perkembangan fluktuatif. Hal ini dapat diamati melalui tabel di bawah ini.

Tabel 1. 1 Kondisi Bisnis

Periode	Musim Order	Produk Unggulan	Jumlah	Karakteristik & Alasan
Jul – Des 2023	Ramai (Puncak)	Jersey LSD white & Black (520 pcs), Jersey Sembada White (131 pcs), dan Workshirt LSD (36 pcs).	687 pcs	Hype brand baru, tren blockcore, kolaborasi komunitas, harga kompetitif, frekuensi peluncuran tinggi.
Jan – Jun 2024	Sepi	Tidak Ada Perilisan	-	Tidak Ada Perilisan
Jul – Des 2024	Sedang	Gorpcore Jacket (48 pcs) Workshirt Vincere (36 pcs).	84 pcs	Fokus pada produk harga tinggi (margin besar, namun volume rendah).
Jan – Apr 2025	Mulai Ramai	Jersey LSD white & Black (165 pcs), Jersey Sembada White (26 pcs), dan Workshirt LSD (12 pcs), Tshirt *uck (24 pcs).	227 pcs	Mulai diversifikasi produk, inovasi desain dan frekuensi peluncuran meningkat.

Berdasarkan table di atas dapat diketahui bahwa pada awal berdiri hingga Desember 2022, periode ini menjadi masa momentum bagi Berkah Sembada. Brand baru saja diluncurkan (pertengahan 2023) dengan strategi pre-order yang langsung disambut antusias oleh target pasar, terutama komunitas pendukung PSS Sleman. Namun, Ketika memasuki tahun kedua, pada semester pertama (januari-juli) tidak ada perilisan produk yang mengakibatkan frekuensi peluncuran produk menurun. Meskipun volume turun, margin keuntungan tetap terjaga karena produk yang dijual memiliki harga lebih tinggi pada semester yang kedua (juli-desember). Periode ini bisa dikategorikan sebagai “musim sepi order relatif” dibanding 2023, namun masih stabil berkat strategi harga dan loyalitas pelanggan yang sudah terbentuk. Kemudian pada tahun 2025 menunjukkan tanda-tanda rebound atau pemulihan aktivitas bisnis. Strategi kembali mengarah ke inovasi dan diversifikasi produk, termasuk peluncuran beberapa varian jersey baru dan penambahan kategori seperti hoodie dan t-shirt. Volume penjualan belum setinggi puncak 2023, namun tren positif mulai terlihat seiring perluasan segmen pasar dan peningkatan aktivitas produksi.



Gambar 1. 7 Logo Brand

Pada Gambar 1.7 di atas terlihat logo brand. Logo brand Berkah Sembada didesain dengan menggabungkan dua simbol yakni daun semanggi dan balaclava. Secara filosofis, simbol daun semanggi pada logo mengandung makna yang cukup mendalam yakni melambangkan sebuah keberuntungan. Sedangkan simbol balaclava dalam simbolisme modern bermakna suatu perlawanan dengan penuh keberanian, sehingga dari penggabungan dua simbol tersebut dapat ditafsirkan sebuah makna tersirat bahwa Berkah Sembada merupakan bisnis yang dibangun sebagai suatu keberuntungan atas jiwa yang bebas dan penuh keberanian.

Pemilihan nama Berkah Sembada sebagai identitas produk tentu dilakukan bukan tanpa alasan. Dimana, hal ini turut serta menjadi salah satu faktor kedekatan emosional yang melatarbelakangi pengambilan topik pada kajian ini. Secara harfiah Berkah Sembada terdiri dari dua kata yang memiliki makna mendalam, yakni dari kata "Berkah" yang berarti anugerah atau karunia dari Tuhan yang membawa kebaikan dan keberuntungan dalam hidup. Dalam konteks bisnis, kata ini mencerminkan harapan agar usaha yang dijalankan selalu membawa manfaat, baik untuk pemilik, konsumen, maupun masyarakat.

Kata "Sembada" berasal dari bahasa Jawa, yang berarti "mampu", "unggul", atau "berdaya". Kata ini menggambarkan kekuatan, kemandirian, dan kemampuan untuk mencapai tujuan secara maksimal. Secara keseluruhan, "Berkah Sembada" dapat dimaknai sebagai "anugerah kemampuan" atau "usaha yang diberkahi dan penuh kemampuan". Nama ini mencerminkan visi brand untuk menjadi usaha yang tidak hanya sukses secara bisnis, tetapi juga membawa nilai positif dan keberkahan bagi semua pihak yang terlibat. Brand ini telah berhasil merancang berbagai jenis pakaian dengan desain yang unik dan menarik. Produk-produk yang dihasilkan di antaranya adalah jaket, kemeja, hoodie, *t-shirt*, dan jersey. Berikut merupakan tabel yang berisi informasi mengenai profil usaha Berkah Sembada:

Tabel 1. 2 Profil Bisnis

Nama Usaha	: Berkah Sembada
Nama Pendiri Usaha	: Wahyu Dharma Putra
Legalitas	: Nomor Induk Berusaha
Link Akta Pendirian	: -
Bidang Usaha	: Merek Pakaian
Tahun Berdiri	: 2023
Nomor Induk Berusaha (NIB)	: 2105250087806
Link Dokumen NIB	: https://perizinan.oss.go.id/#/data-usaha/nib
Banyaknya Karyawan	: 1
Besar Omset Perbulan	: Rp. 7.986.143
Besar Profit Perbulan	: Rp. 3.250.429
Sumber Modal	: Pribadi
Jumlah Pelanggan	: 1.300
Mitra Bisnis	: Cloversupply, Maketees Konveksi, Soygraphic
Link Website	: -
Link Sosial Media	: http://www.instagram.com/berkah_sembada
Link Video Company Profile	: -
Link Struktur Organisasi	: -
Link Pitch Deck	: https://www.canva.com/daftar-dan-dapat-1000-ide-desain-pitch-deck-untuk-ide-bisnis-nya-1000-ide-desain-pitch-deck-untuk-ide-bisnis-nya/
Foto Produk	
Prestasi yang sudah pernah diraih	: -