

## KOLABORASI BISNIS DALAM PERKEMBANGAN BISNIS CLOTHING DI BREBES

**Moh. Ramli**

Email: [mohramli20@gmail.com](mailto:mohramli20@gmail.com)

Universitas PGRI Semarang

### *Abstract*

*This research is motivated by competition in the local clothing business in the Brebes area to introduce local brands to other areas so that they are better known and can compete with local brands outside Brebes such as Semarang, Bandung, Jogja and other areas. The purpose of this study is to describe business collaboration in the development of the clothing business in Brebes. The type of research used is descriptive qualitative. The research location is in two local clothing outlets in the Brebes area. The focus of this research is business collaboration on the development of the clothing business in Brebes. The informants involved in this research were the cangkemu cloth owner, hybrid limited owner, the head of the cooperative, MSME and trade department and 15 consumers. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation. Data analysis used pre-field analysis and field analysis. The validity of the data in this study used a credibility test by triangulation. The results show that the existence of collaboration in the clothing business in Brebes has not increased, the strategy used is to create unique and iconic local products, and the collaboration model used is the key partners model.*

**Keywords:** *business collaboration, clothing, business development*

### **Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan bisnis *clothing* lokal daerah Brebes untuk memperkenalkan brand lokal daerahnya kepada daerah lain supaya lebih dikenal dan bisa bersaing dengan brand lokal daerah luar Brebes seperti Semarang, Bandung, Jogja dan daerah lainnya. Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan kolaborasi bisnis dalam perkembangan bisnis *clothing* di Brebes. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian bertempat di dua outlet *clothing* lokal daerah Brebes. Fokus dalam penelitian ini adalah kolaborasi bisnis terhadap perkembangan bisnis *clothing* di Brebes. Informan yang terlibat untuk penelitian ini adalah owner cangkemu *cloth*, owner *hybird limited*, kepala dinas koperasi, UMKM dan perdagangan dan 15 konsumen. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis sebelum dilapangan dan analisis dilapangan. Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan uji kredibilitas dengan cara triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksistensi kolaborasi bisnis *clothing* di Brebes belum meningkat, strategi yang digunakan adalah menciptakan produk lokal yang unik dan iconic, dan model kolaborasi yang digunakan adalah model *key partners*.

**Kata Kunci:** kolaborasi bisnis, *clothing*, perkembangan bisnis

## PENDAHULUAN

Menurut bahasa, kewirausahaan berasal dari kata “wira” yang artinya pejuang, berani, berwatak agung dan berbudi luhur dan “usaha” yang artinya bekerja, berbuat amal, atau melakukan sesuatu. Maka dari itu, Kewirausahaan merupakan suatu keberanian untuk melakukan berbagai upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup yang dilakukan seseorang, berdasarkan kemampuan dengan memanfaatkan segala potensi yang dimiliki guna menciptakan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan orang lain. Kewirausahaan merupakan proses dalam melakukan atau menciptakan suatu yang baru secara kreatif dan inovatif, memiliki nilai tambah, serta mampu memberikan manfaat untuk orang lain. (Fitroh Maimunah, 2019)

Terbukti bahwa saat ini masyarakat atau pemuda Indonesia lebih cenderung berminat terhadap bisnis *clothing brand local* untuk memberikan persaingan antara brand luar negeri, mereka terus berinovasi dengan mengeluarkan banyak produk baru untuk terus bertahan dan tetap diminati, menjalankan bisnis *clothing* pun tak perlu mengeluarkan modal yang fantastis, dan keuntungan yang didapat juga cenderung tinggi karena target pasar sangat luas.

Bisnis *clothing* di Indonesia merupakan sebuah bisnis yang akan terus bertumbuh dan berkembang, tentunya didukung oleh keinginan dan tekad yang kuat dari anak-anak muda Indonesia dalam membangun brand mereka masing-masing. (Jonata, 2021)

Bisnis *clothing* merupakan sebuah perusahaan yang memproduksi pakaian jadi dibawah brand mereka sendiri. Awalnya barang yg diproduksi berupa kaos, tapi seiring perkembangan kebutuhan dan permintaan customer, produknya pun meluas hingga ke celana, dompet, tas dan aksesoris lainnya. (Pluto, 2016)

Dengan demikian bisnis *clothing* sendiri di bagi menjadi dua yaitu : *Clothing Company* dan *Clothing Line*. *Clothing Company* adalah sebuah istilah yang digunakan untuk sebuah perusahaan yang membuat atau memproduksi suatu produk yang berada dibawah nama brand mereka sendiri. Jadi istilah ini merujuk terhadap nama atau brand atau label produk suatu pakaian atau barang sejenisnya. Sedangkan *Clothing Line* adalah adalah sebuah istilah yang digunakan untuk sebuah perusahaan yang

membuat atau memproduksi suatu produk dengan beberapa nama *brand*. Istilah ini merujuk terhadap suatu perusahaan induk yang memiliki beberapa anak perusahaan, namun anak perusahaan tersebut masih dibawah kendali penuh oleh perusahaan induk, maksudnya adalah tidak bisa bebas mengeluarkan suatu produk.

Kolaborasi merupakan upaya mengumpulkan berbagai pihak dengan kepentingan berbeda untuk menghasilkan visi bersama, membangun kesepakatan mengenai suatu masalah tersebut, dan mengedepankan nilai-nilai bersama untuk menghasilkan keputusan yang menguntungkan semua pihak. Hal serupa diungkapkan oleh Leever dkk (2010) yang menyatakan bahwa, kolaborasi adalah konsep yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kerjasama yang dilakukan selama usaha penggabungan pemikiran oleh pihak-pihak tertentu. Pihak-pihak tersebut mencoba mencari solusi dari perbedaan cara pandang terhadap suatu permasalahan.

Kehadiran adanya produk lokal di Brebes merupakan sebuah perkembangan bagi suatu daerah dan dengan adanya tersebut sangatlah berdampak positif bagi pandangan daerah lain terhadap daerah Brebes tersendiri, usaha ini memberikan peluang bagi ketersediaan tenaga terampil serta memberi peluang bagi pengembang industri kecil yang merupakan sentuhan teknologi terapan dimana mampu meningkatkan produktivitas dan pendapatan masyarakat. Peluang usaha bagi masyarakat Brebes telah dijadikan motivasi untuk persaingan dengan daerah lain seperti Bandung, Yogyakarta, Semarang dan daerah lainnya, oleh karena itu usaha ini sangat dibutuhkan kepada pelaku bisnis *clothing* yang ada di Brebes guna untuk pesaing lokal yang ada di beberapa daerah lainnya. Meskipun dalam pemasaran lokal mempunyai hambatan dalam pengembangan usaha, misalnya terjadi daya saing harga terhadap produk lokal luar yang lainnya seperti penurunan harga dan kenaikan kualitas produk lokal.

Dari persaingan tersebut bisnis *clothing* yang ada di Brebes tetap mempertahankan bisnisnya karena telah menjadi motivasi untuk perkembangan suatu daerah. Disinilah perlu di teliti bagaimana kolaborasi antara pelaku bisnis *clothing* yang ada di daerah Brebes agar mampu meningkatkan pendapatan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak dan mampu bersaing dengan pelaku bisnis *clothing* lokal yang ada di luar daerah. Dengan adanya perkembangan bisnis *clothing* yang ada

di Brebes, yang semakin berkembang dan dilihat oleh banyak orang atau diluar daerah maka kondisi saat ini sangatlah menarik, sehingga peneliti terdorong untuk meneliti lebih dalam lagi mengenai kolaborasi bisnis dalam perkembangan bisnis *clothing* di Brebes.

Dari penelitian ini kenapa yang dipilih hanya kolaborasi antara Cangkemu *Cloth* dengan *Hybird Lymited* saja, karena dari sekian banyaknya brand lokal yang ada di Brebes dan bisa ditotalkan ada 20 *brand* lokal brebes sendiri yaitu diantaranya sebagai berikut : *FACESIDE, Hybird Limited, YAULL! CLOTH, Cangkemu Cloth, NYONG, apocalypse, PRIBE, BROKENHART, Brebes Football Store, STARDAYS, Mangleg, keyky.co, BBSS.CO, Onion Merc, Breboys, Ultimated, all about me, dan SPECTRUM.* dari banyaknya *brand* lokal tersebut hanya Cangkemu *Cloth* dan *Hybird Limited* saja yang melakukan kolaborasi sampai saat ini.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Setting penelitian dilakukan di dua *outlet clothing* lokal daerah Brebes yaitu di Jl. Raya Kedungbongkor, Poncol Utara, Kedungbongkor, Kec. Larangan, Kab. Brebes, Jawa Tengah (*outlet Cangkemu Cloth*) dan di Jl. Raya Lengkong – Adiwerna Perumahan Kalipucang Makmur Blok H No. 7 Kec. Jatibarang, Kab. Brebes, Jawa Tengah (*outlet Hybird Limited*). Fokus dalam penelitian ini adalah kolaborasi bisnis terhadap perkembangan bisnis *clothing* di Brebes. Informan yang terlibat untuk penelitian ini adalah *owner* cangkemu *cloth*, *owner hybird limited*, kepala dinas koperasi, UMKM dan perdagangan dan 15 konsumen. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis sebelum dilapangan dan analisis dilapangan. Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan uji kredibilitas dengan cara triangulasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Sejarah Perusahaan *Clothing* Cangkemu *Cloth* dan *Hybird Limited*

Meskipun banyak bermunculan *brand* lokal lainnya yang ada di daerah Brebes, tetapi eksistensi kedua *clothing* ini masih tetap terjaga. Dan dengan adanya kolaborasi bisnis diantara kedua *brand* tersebut yaitu Cangkemu *Cloth* dan *Hybird Limited* semakin dapat dilirik oleh banyak konsumen karena hasil desain kolaborasi yang dihasilkan sangat menarik dan unik, memiliki citra *icon*-nya tersendiri dari penggabungan antara kedua *brand* dan ditambah dengan *icon* daerah Brebes sehingga konsumen lebih tertarik. Kedua *brand* lokal tersebut memiliki sejarahnya masing-masing yaitu sebagai berikut:

#### a. Cangkemu *Cloth*

Cangkemu *Cloth* merupakan *brand* lokal daerah Brebes yang dimulai sejak tahun 2020 yang didirikan oleh Yanuar Fauzi (Ian), nama *brand* tersebut diambil dari candaan tongkrongannya, awalnya iseng membuat *t-shirt* dengan berdesain satu kalimat yaitu “cangkemu” dan dengan berjalannya waktu *brand* Cangkemu *Cloth* ini memiliki logo dengan desain inisial “C” dengan bentuk ular yang sebagai *icon* andalannya dan dengan adanya logo tersebut brand Cangkemu *Cloth* semakin mudah dikenal oleh banyak orang terutama pada daerah Brebes.

Dengan adanya logo atau *icon* yang simpel *brand* lokal ini lebih mudah dikenal dan dipahami oleh konsumen produk lokal, tidak hanya dikenal oleh banyak orang tetapi dengan adanya *icon* ular ini dapat menambah wawasan dalam setiap produk desain pada *t-shirt* berikutnya. Pada awal berdirinya *clothing*, barang yang pertama diproduksi adalah *t-shirt*. Seiring berjalannya waktu, kebutuhan dalam menunjang gaya hiduppun ikut berkembang. Cangkemu *Cloth* ini akhirnya tidak hanya berfokus pada memproduksi *t-shirt* saja, namun juga ikut mengembangkan usahanya dalam memproduksi barang lainnya. Sesuai permintaan konsumen, *clothing* ini memulai untuk memproduksi barang seperti tas, dompet, topi, celana, dan aksesoris penunjang gaya hidup lainnya.

b. *Hybird Limited*

*Clothing Hybird Limited* ini didirikan oleh Bahrudin Pranata pada tahun 2017 berawal dari mejual produk-produk distro di toko *Hybird* sendiri dan dengan berkembangnya usaha *owner clothing* ini menciptakan desain dengan gambar kepala burung yang sesuai dengan nama awal tokonya yaitu *Hybird*. Dari produk yang dihasilkan dengan modal secukupnya maka produk yang dijual hanya sedikit atau beberapa saja dan dari situ terciptanya kata limit, dengan berjalannya waktu kata limit tersebut dijadikan menjadi satu dengan nama toko sebelumnya yaitu *Hybird* dan dengan tambahan kata limit ini maka terbentuklah *clothing Hybird Limited* tersebut. Dengan adanya perkembangan pada usahanya Bahrudin kemudian menciptakan desain lain dengan tujuan untuk menarik pelanggan lain dan tidak hanya baju saja namun ada beberapa produk yang telah diproduksinya seperti tas distro, topi, sepatu, dan asesoris lainnya.

2. Profil *Clothing Cangkemu Cloth* dan *Hybird Limited*

Berikut ini adalah penjabaran dari profil *Clothing Cangkemu Cloth* dan *Hybird Limited* yang diperoleh dari penelitian :

a. Lokasi

Tabel 2 Lokasi Perusahaan

<i>Cangkemu Cloth</i>	<i>Hybird Limited</i>
Jl. Raya Kedungbongkor, Poncol Utara, Kedungbongkor, Kec. Larangan, Kab. Brebes, Jawa Tengah.	Jl. Raya Lengkong – Adiwerna Perumahan Kalipucang Makmur Blok H No. 7 Kec. Jatibarang, Kab. Brebes, Jawa Tengah.

b. Pemilik Usaha

Tabel 1 Pemilik Usaha

Cangkemu Cloth	Hybird Limited
Yanuar Fauzi (iyan)	Bahrudin Pranata

3. Aktifitas Perusahaan

Kegiatan yang dilakukan oleh kedua *clothing* tersebut diantaranya :

a. Membuat Produk / Mendesain Produk

Dalam kolaborasi *clothing* ini biasanya *owner* atau pemilik usaha itu sebelumnya melakukan kegiatan pembuatan atau mendesain produk semarik mungkin dan untuk penggabungan antara kedua produk itu bagaimana bisa atau mampu menciptakan desain atau karakteristik tersendiri bagi penggabungan antara kedua *brand* yang berbeda.

b. Menjual Produk Hasil Kolaborasi

Tentunya dengan adanya kolaborasi setiap pemilik usaha berharap untuk target jumlah penjualannya lebih meningkat dari penjualan sebelumnya, dan dengan adanya kolaborasi ini *brand* lokal dari masing masing *clothing* dapat saling mengenalkan satu sama lain kepada konsumen setiannya.

**SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian tentang Kolaborasi Bisnis Dalam Perkembangan Bisnis *Clothing* di Brebes, Jawa Tengah. Dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Eksistensi Kolaborasi bisnis di Brebes bisa dibilang belum meningkat karena dari 20 *brand* lokal yang berasal dari Brebes termasuk dari kedua ini, itu hanya Cangkemu *Cloth* dengan *Hybird Limited* yang lebih serius dan berkelanjutan, sedangkan yang lainnya hanya melakukan kolaborasi yang sifatnya hanya sementara seperti melakukan acara *BREBES FEST* saja.

2. Strategi perkembangan bisnis yang dilakukan oleh kedua *brand* lokal Brebes ini adalah strategi untuk saling mempercayai satu rekan kerja (*partnership*), menciptakan produk baru (*iconic*), menjaga kualitas produk, menciptakan desain yang menarik dan menciptakan mitra bisnis. Dengan hal tersebut bertujuan untuk membangun relasi dan koneksi terhadap sebuah konsumen baik dari dalam daerah maupun luar daerah.
3. Model kolaborasi bisnis yang dilakukan oleh kedua *brand* lokal Brebes ini adalah model kolaborasi bisnis *key partners* karena keduanya saling melakukan kegiatan dalam model kolaborasi bisnis, baik dari segi produksi, *marketing* dan hasil yang didapatkan sesuai dengan kesepakatan bersama. dari model tersebut terdapat sebuah visi misi yang sama yaitu untuk memperkenalkan *brand* lokal Brebes supaya dapat bersaing dengan *brand* lokal daerah lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan diatas, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut :

1. Pemerintah Kabupaten Brebes

Pemerintah Kabupaten Brebes diharapkan untuk memberikan support regulasi yang memudahkan perijinan, permodalan, pelatihan pengelolaan bisnis, penyediaan kantor bersama secara gratis yang bisa diakses oleh para pebisnis *clothing local brand* daerah yang ada di Brebes. Sehingga dapat memudahkan untuk perkembangan bisnisnya dimasa depan dan mampu bersaing dengan *clothing local brand* di luar daerah.

2. Pelaku Usaha *Clothing* Lokal

Pelaku usaha berperan penting untuk menciptakan produk-produk lokal daerah dan mampu menyampaikan ide-ide menariknya terhadap desain yang *iconic*, akan tetapi coba lihat terlebih dahulu siapa target yang dituju apakah mampu untuk membeli dengan memberikan harga yang bisa dibilang cukup mahal bagi konsumen lokal Brebes. Sebaiknya dipaskan saja untuk harganya disesuaikan target daerah, sehingga konsumen dapat mensupport terus atas hasil produk kolaborasinya.

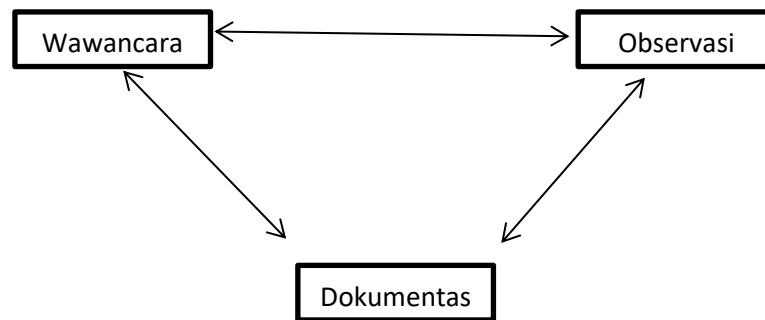


### 3. Konsumen Produk Lokal

Konsumen merupakan sumber penghasilan bagi pemilik usaha *clothing* lokal, sebaiknya konsumen dapat memberikan *support* kepada pelaku usaha *clothing* lokal dan menghargai atas hasil ide desain dan produk lokal. Sehingga pelaku usaha dapat memberikan desain atau produk lokal berikutnya yang lebih menarik dan lebih *iconic*.

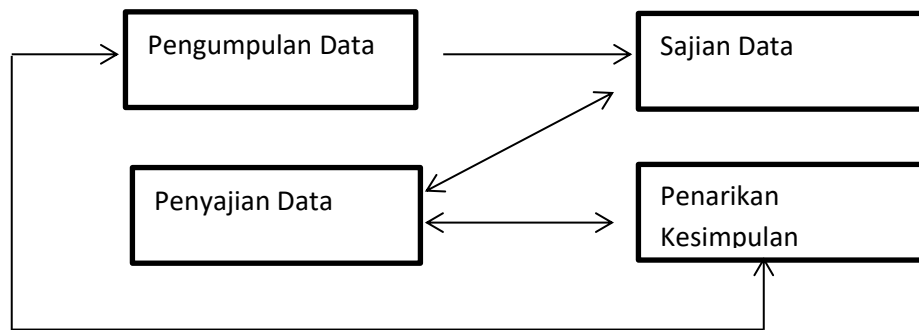
#### Gambar dan Tabel

Gambar 1 Triangulasi Sumber



Sumber: (Sugiyono, 2017: 372)

Gambar 2 Analisis Data



Sumber: (Sugiyono, 2017: 338)

**DAFTAR PUSTAKA**

Fitroh Maimunah. (2019). Pengertian, Manfaat & Tujuan Kewirausahaan Menurut Para Ahli.

Bixbux. <https://bixbux.com/kewirausahaan/>

Jonata, W. (2021). Gaya Hidup Anak Muda Bikin Bisnis Clothing Tak Pernah Mati. *Tribun Lifestyle*.  
<https://www.tribunnews.com/lifestyle/2021/05/10/gaya-hidup-anak-muda-bikin-bisnis-clothing-tak-pernah-mati>

Leever, A. M., Hulst, M. V.D., Berendsen, A. J., Boendemaker, P. M., Roodenburg, J. L. N., & Pols, J. (2010). Conflicts and conflict management in the collaboration between nurses and physicians - A qualitative study. *Journal of Interprofessional Care*, 24(6), 612–624.  
<https://doi.org/10.3109/13561820903550762>

Pluto. (2016). Pengertian Clothing. Recent Post.  
<https://pluraltogether.wordpress.com/2016/05/16/wassup-cuy/>

Sugiyono. (2017). metode penelitian kualitatif, 2017. In metode penelitian kualitatif (Vol. 53, Issue 9).