

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Local brand atau produk lokal menurut Zhou, Yang and Hui dalam “Chikita, dkk” (2019: 3) mendefinisikan bahwa *local branding* merupakan sebuah merek yang berada pada suatu negara atau di dalam sebuah kawasan geografis. Artinya *local brand* merupakan produk yang berasal dari dalam negeri, diproduksi dan dipasarkan di dalam negeri. Setiap *local brand* biasanya memiliki ciri khas tersendiri dari orang yang membuat *brand*. Salah satu *local brand* yang dikembangkan di Bukittinggi berupa produk oleh-oleh seperti tas, dompet, aksesoris dan kaos.

Produk lokal di Bukittinggi khususnya kaos sablon semakin banyak dijumpai dengan model dan desain yang berbeda. Hal ini terjadi karena perkembangan *fashion* yang terus mengalami perubahan membuat permintaan konsumen semakin meningkat. Kaos dari produk lokal awalnya berupa kaos yang disablon dengan sedikit tulisan atau sedikit gambar, namun saat ini pelaku usaha produk lokal sudah memproduksi kaos sablon *full printing* atau gambar sablon yang ditempatkan di bagian depan dan belakang baju.

Sesuai hasil observasi terdapat beberapa pilihan belanja kaos *local brand* seperti: Tangkelek, Uhuy, dan Tiger Hood. Tangkelek merupakan *local brand* yang menjual baju kaos berciri khas minang dengan distro pertamanya berada di plaza Andalas Padang. Tangkelek identik dengan

tulisan baju yang menonjolkan budaya lokal seperti kata- kata minang. Salah satu cara Tangkelek untuk tetap eksis dengan memanfaatkan perkembangan teknologi salah satunya media sosial.

Tiger Hood merupakan *brand* asli Bukittinggi yang sudah berdiri lama dari tahun 2014. Tiger Hood pada awalnya hanya mendirikan toko dengan nama summers yang menjual berbagai produk *merchandise band* dari produk orang lain. Kemudian mulai mendirikan *brand* sendiri dengan nama Tiger Hood yang bertujuan agar memiliki ciri khas dan konsumen bisa membeli oleh- oleh baju hasil produksi dari Tiger Hood. *Brand* di beri slogan “*to be a tiger*” yang berarti jadilah seperti harimau karena harimau diartikan sebagai sifat dan sikap yang setia, kuat untuk menghadapi segala resiko dan tantangan hidup. Tiger Hood memiliki perbedaan dari *brand* lain seperti Tangkelek yaitu desain yang dikeluarkan merupakan desain gambar *style streetwear*. *Streetwear* merupakan gaya busana kasual yang mulai popular pada tahun 1990an yang terinspirasi dari budaya hip-hop dan gaya skater.

Banyaknya penjual *local brand* di Bukittinggi disertai banyaknya muncul *local brand* baru membuat persaingan semakin ketat, terutama bagi *local brand* Tiger Hood. Penyebab lainnya yang membuat *local brand* Tiger Hood mengalami kesulitan yaitu terjadinya perubahan kebiasaan konsumen yang disebabkan oleh pandemi. Masyarakat mengahadapi cara hidup baru yang segala kebutuhan diakses secara online hingga hal tersebut menjadi kebiasaan hingga sekarang. Keadaan tersebut menjadi ancaman sekaligus

tantangan bagi *local brand* Tiger Hood agar dapat bersaing dengan banyaknya pengusaha kaos lokal. Tiger Hood harus dapat merancang strategi adaptasi yang efektif untuk dapat menyesuaikan dengan perubahan dan menghadapi banyaknya pesaing baju kaus di Bukittinggi.

Berdasarkan latar belakang di atas, ini membuka peluang untuk dikaji lebih dalam untuk mendeskripsikan apa kendala yang dihadapi oleh Tiger Hood ditengah persaingan dengan *brand* lain, serta bagaimana strategi yang dilakukan oleh Tiger Hood untuk dapat beradaptasi di Bukittinggi. Hal tersebut penulis deskripsikan dalam tulisan ini sebagai **“Strategi Adaptasi Local Brand: “Tiger Hood” di Bukittinggi”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana kendala yang dihadapi *local brand* Tiger Hood dalam persaingan *local brand* di Bukittinggi?
2. Bagaimana strategi adaptasi *local brand* Tiger Hood di Bukittinggi?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dilaksanakan pada penelitian yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan kendala yang dihadapi *local brand* Tiger Hood dalam persaingan *local brand* di Bukittinggi
3. Untuk mendeskripsikan strategi adaptasi *local brand* Tiger Hood di Bukittinggi

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi karya ilmiah yang berguna bagi keilmuan antropologi. Serta menjadi rujukan atau acuan bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian yang sejenis dengan topik yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut :

- a. Memberikan informasi yang bermanfaat bagi pelaku usaha, masyarakat, pemerintah mengenai strategi dan perkembangan trend *fashion*.
- b. Penelitian ini diharapkan bagi peneliti, pembaca, mahasiswa dalam mengenal strategi adaptasi *local brand* Tiger Hood di Bukittinggi.