

Adu Bisnis Oblong Gaya Yogya

JIKA Anda berniat melancong ke Yogyakarta pada saat liburan sekolah, lebih baik Anda merahasiasikannya. Sebab, kalau tetangga Anda tahu, dia akan menyodorkan sejumlah uang agar Anda mem-belikan *T-shirt* Dagadu di Yogyakarta. "Dagadu yang asli, lo. Untuk anak gadis saya," demikian bunyi pesan titipan masa kini. Ketika sudah dua atau tiga hari menikmati Kota Yogya, Anda mungkin teringat pesan ka-

wan tadi. Anda pun bergegas ke Mal Malioboro, karena di pusat belanja itulah, kata orang, tersedia produk Dagadu asli.

Ketika Anda turun dari becak atau taksi, akan ada saja orang yang mendatangi Anda dengan agresif menawarkan *T-shirt* Dagadu. "Asli?" tanya Anda spontan. Jawabannya pun spontan, "Asli". Anda mungkin ragu, sehingga Anda melangkah ke mal. Sembari berdesak-desak, akhirnya tibalah Anda di gerai Dagadu: Alhamdulillah. Tapi jangan

buru-buru senang. Sebab, Anda hanya melihat kerumunan orang berdesakan, dari orang dewasa hingga ABG (anak baru gede). Anda tak bisa melihat sang gadis penjual, apalagi tumpukan kaus dengan gambar berwarna-warni. Kalaupun Anda berhasil mencapai posisi terdepan setelah satu atau dua jam berdesakan, sangat mungkin akhirnya Anda hanya mendapat jawaban: "Maaf, kausnya sudah habis".

Inilah pentingnya nasihat menjaga kerahasiaan rencana Anda melancong ke Yogyakarta. Dagadu, sebuah merek *T-shirt*, apa boleh buat, sudah telanjur menjadi salah satu ikon pariwisata Yogya. Dalam benak ribuan remaja dari berbagai kota di Jawa yang menyerbu Yogya,

hanya ada satu kata: Dagadu. Repotnya, produk Dagadu (asli) hanya bisa diperoleh di mal tadi, dan di markas Dagadu. Seberapa helai pun tersedia di gerai Dagadu, dengan harga Rp 37 ribu per helai, segera ludes. Tak ada waktu untuk memilih. "Pembeli tak peduli lagi corak desainnya. Pokoknya Dagadu," ujar Suluh Pratitasari, Humas Dagadu. Padahal, faktor desain grafis menjadi penting. Sebab, desain itulah yang menjadi magnet untuk menarik konsumen. Dagadu menyebut magnet desainnya dengan rumusan sederhana: *smart and smile*. Perpaduan antara kepriawaian memadukan kultur lokal dengan kultur pop dalam bentuk pelesetan kata-kata yang



menerbitkan senyum, diimbuhi gambar bercorak kartun dalam warna-warna cerah. Misalnya, "Malioboro Man", yang mengingatkan orang pada Marlboro Man.

Adalah kelompok usaha C-59 yang sudah lebih dulu masuk ke pasar anak muda yang *funky* sejak 1980. Perusahaan oblong yang bemar-

kas di Bandung ini mengangkat tema sport, otomotif, dan musik ke dalam desain grafisnya. Kreativitas desainernya diarahkan menangkap kecenderungan selera konsumen yang berjiwa muda. Hasilnya, bisnis C-59 menggurita dengan 50 gerai di hampir semua kota besar di Indonesia, dengan produksi 40 hingga 60 kodi *T-shirt* per bulan.

Dengan corak desain yang berbeda, Joseph Theodorus Wuliana di mengibarkan bendera Pabrik Kata-Kata Joger di Bali. Wulianadi mengandalkan desain grafis yang bertumpu pada permainan kata-kata. Maka, Joger pun menjadi salah satu ikon pariwisata Bali.

Budaya pop bukanlah satu-satunya pilihan tema desain grafis *T-shirt*. Jaran Ethnic T-

Shirt di Yogya, misalnya, menawarkan desain berkarakter etnik kepada konsumen. Dengan menjual eksotisme masa lalu, Jaran menembak pasar turis asing dan turis lokal berusia dewasa. Maka, tampillah desain dengan citra realis suasana pasar tempo *doeloe*, atau suasana Malioboro tahun 40-an. "Desain produk kami memang bercorak turistik," ujar Bambang Paningron, pemilik Jaran Ethnic. Jaran Ethnic mampu melebarkan sayap bisnisnya ke Jakarta, Semarang, Surabaya, dan Bali.

Sayang, maraknya bisnis kaus oblong tak disertai dengan corak desain yang inovatif, sehingga bisnis ini cenderung turun. Dagadu mengalami banyak penurunan omset, Joger kini hanya

menjual produknya di Kuta, Jaran Ethnic kini lebih suka menerima order sablon dan penjahitan *T-shirt*. Belum lagi pemalsuan gila-gilaan terhadap merek serta desain. Ironisnya, seorang ketua RW di "sentra industri" Dagadu palsu di kawasan Ngasem, Yogyakarta, memperoleh penghargaan dari Pemda karena berhasil meningkatkan pendapatan warganya lewat bisnis Dagadu palsu.

Maka, memang perjalanan rahasia Anda ke Yogyakarta mutlak, karena Anda pasti ingin selamat dari sergapan makelar produk Dagadu yang dituding palsu. Selamat berbelanja.

R. Fadji, Rinny S. (Bandung), Rofiqi Hasan (Bali)