BAB II

TINJAUAN UMUM PUSAT RUMAH MODE

2.1. Tinjauan Umum Mode

2.1.1. Definisi Mode

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi III Balai Jakarta, mode merupakan ragam (cara, bentuk) yang terbaru pada suatu waktu tertentu (tentang pakaian, rambut, corak hiasan dan sebagainya).

2.1.2. Sejarah Mode di Dunia

Mode sudah dikenal sejak jaman kuno dimana bangsa-bangsa kuno pada mulanya hanya mengenal kain cawat dan dilengkapi dengan selendang. Tutup kepala dan alas kaki hampir tak dipakai. Busana jaman kuno yang sangat berpengaruh adalah busana yang berasal dari suku bangsa yang memiliki kebudayaan sendiri seperti bangsa Mesir Kuno dan Bangsa Babilonia. Kedua bangsa ini memiliki bentuk dasar busana yang sama ialah bentuk dasar kemeja dan rok-rok berlipit-lipit dan berumbai-rumbai yang dibuat dari potongan-potongan kain besar yang dihasilkan dari alat tenun.

Perkembangan busana selanjutnya terjadi di kawasan laut Egeia dan jazirah Apenina. Di daerah-daerah ini terjadi berbagai peradaban, di antaranya peradaban Yunani Kuno dan Roma. Pada periode ini, busana yang dikenakan masyarakat adalah deraperi, tunik, kaftan, dan lain sebagainya yang mencerminkan bentuk-bentuk busana kaku dan keseragaman yang tidak berpribadi karena pada saat itu masyarakat memiliki sifat ambisi pribadi dan kepentingan negara.

Perubahan busana terjadi di awal kelahiran Eropa pada masa pencerahan, ialah masa Renaisan, Barok, dan Rakoko. Pada masa itu tata busana telah bersifat internasional, dalam arti busana yang dipakai dapat dikenakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Busana-busana yang dirancang sudah mulai menggunakan motif-motf indah dan beraneka

ragam. Pewarnaan juga menjadi sesuatu hal yang penting. Masyarakat sudah bisa memilih tata warna serasi bagi penataan busana. Pada umumnya busana yang dikenakan berbentuk jubah yang beraneka warna dan dihias dengan motif besar yang indah.

Seiring berkembangnya jaman, mode pun mengalami perubahan. Di abad ke-20, berbagai perubahan di bidang sosial, dan teknologi telah menjadi sebab revolusi dalam perilaku masyarakat dalam berpakaian. Perilaku yang didasari kesadaran akan arti berpakaian itu sendiri, ialah mengekspresikan kepribadian yang khas. Pada masa ini keberagaman busana mulai tampak. Penggunaan warna-warna yang berani, *block print,* dan berkembangnya gaya-gaya dalam berbusana seperti *New Look*, *Petticoat*, *Casual*, dan sebagainya. Di era ini mulai muncul para desainer ternama yaitu Coco Chanel, Christian Dior, Mary Quant, dan Andre Courreges.

Di era tahun 2000, definisi gaya busana adalah membaur dan menyatu. Misalnya payet di baju casual, bahan-bahan kontradiktif seperti lycra yang menyelimuti tubuh dan bahan nylon atau polyester yang ditumpuk jadi satu. Artinya tidak ada lagi batasan untuk bilang bahwa suatu rancangan baju sudah sesuai dengan fashion atau tidak.

2.1.3. Sejarah Mode di Indonesia

Perkembangan mode di Indonesia dimulai sekitar tahun 1950-1970. Saat itu perancang busana Peter Sie menjadi pelopor dunia mode di Indonesia. Awalnya, Peter berkonsentrasi membuat busana pria. Pesona busana bergaris A-Line (yang menyempit di pinggang lalu melebar/mengembang ke batas betis) ala *New Look* dari Dior-lah yang mempengaruhinya untuk beralih membuat busana wanita. Di tahun 1960-an gaya hipster, mod, bahkan agogo yang ramai motif dan warna ala burung merak tak hanya konsumsi ibu-ibu kalangan atas Jakarta saja.

Gaya mode pun semakin berekembang pada tahun 1970-1990. Saat itu dunia mode nasional mulai mengadaptasi kegiatan mode eropa. Salah

satunya koreografi dalam peragaan busana. Sejak diperkenalkan Norbert Schmitt pada tahun 1969 di Eropa, koreografi untuk peragaan busana mendarat di Jakarta pada tahun 1974. Perintis nasionalnya adalah Rudy Wowor yang merupakan murid Schmitt. Selain itu perancang busana Iwan Tirta ikut menciptakan karakter mode tanah air yang unik dan kaya tanpa mengabaikan tren mode Eropa. Saat itu batik menjadi produk mode yang berdaya pakai dan modern dari bahan lycra. Dalam hal *high fashion*, Harry Dharsonolah yang pertama kali memperkenalkan citarasa tersebut di tanah air pada tahun 1974. Hadir pula nama-nama disainer yang menjadikan warisan tekstil bangsa sebagai inspirasi karyanya ialah Samuel Wattimena, Ghea Panggabean, Edward Hutabarat dan Carmanita. Ghea mempopulerkan kain tradisional seperti kain lurik dalam model pakaian modern seperti kulot dan waistcoat. Ada pula koleksi lain seperti jumputan. Sementara itu. Carmanita mengembangkan batik di bahan jeans dan lycra. Keduanya mencintai dan menganjurkan pemakaian kain tradisional dalam kehidupan sehari-hari.

Tahun 1990-an ditandai dengan isu globalisasi dan internet. Artinya, kemudahan masyarakat mengakses informasi mode dari luar negeri menyebabkan kegandrungan akan budaya barat yang glamour. Glamoritas ini terasa pada karya disainer-disainer yang naik daun di tahun 1990-an. Sebastian Gunawan, misalnya. Setelah menggelar koleksinya yang terdiri atas *ballgown* dan aneka payet, manik dan kristal, demam kemewahan ala selebritas Hollywood pun mewabah. Hingga akhir 1990-an, persaingan untuk mendapatkan tempat di hati para pecinta mode semakin ketat diikuti semakin banyaknya nama-nama baru, apalagi dengan kehadiran sekolah mode franchisee seperti Esmod dan Lasalle.

Di tahun 2000-an, mode Indonesia semakin kaya akan ide dan inspirasi. Setiap disainer memiliki ciri tersendiri. Adrian Gan, Obin, Kiata Kwanda, Sally Koeswanto, Tri Handoko dan Irsan selalu memukau dengan busana-busana mereka yang sangat bernafaskan seni. Ada juga

yang sukses mensosialisasikan busana tradisional sebagai busana modern seperti Edward Hutabarat dan Anne Avantie.

2.2. Tinjauan Rumah Mode

2.2.1. Definisi Rumah Mode

a) Pengertian Rumah.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (1992:850), rumah adalah "Suatu bangunan yang digunakan sebagai tempat tinggal pada umumnya."

b) Pengertian Mode

Menurut kamus besar bahasa Indonesia edisi III Balai Jakarta, mode merupakan ragam (cara, bentuk) yang terbaru pada suatu waktu tertentu (tentang pakaian, rambut, corak hiasan dan sebagainya).

Dapat disimpulkan bahwa rumah mode adalah bangunan atau tempat diadakannya segala kegiatan yang berhubungan dengan busana dan sebagainya yang terbaru.

2.2.2. Fungsi Rumah Mode

Adapun fungsi-fungsi dari Rumah Mode antara lain:

- Menjual produk pakaian hasil rancangan desainer-desainer.
- Memberikan informasi mengenai tren pakaian terbaru.
- Menjadi wadah sarana kegiatan seputar mode, seperti peragaan busana, bazaar.

2.2.3. Organisasi Rumah Mode

Pada umumnya dalam rumah mode, terdapat 5 divisi yang menangani tugas masing-masing antara lain:

a) Manajemen

- Direktur Utama
  - membuat Rencana Program Kerja

- mengatur perusahaan dalam menjalankan program kerja

• General Manager

- mengawasi jalannya perusahaan agar sesuai dengan program kerja
- membuat laporan berkala program kerja
- membantu direktur utama dalam membuat Rencana Program Kerja.

b) Keuangan

• Manajer Keuangan

- menghitung dan membuat laporan keuangan
- mengendalikan keuangan perusahaan
- menghitung rekapitulasi dari penjualan per bulan
- menghitung komisi penjualan dan gaji karyawan

• Staff Keuangan

- membantu manager keuangan dalam membuat laporan keuangan
- bertanggung jawab atas kas kecil serta membuat laporan pemasukan dan pengeluaran kas kecil
- membuat laporan keuangan yang diserahkan ke Manager Keuangan

c) Marketing

• Manajer Pemasaran

- melakukan riset dan analisa tentang tren yang berkembang, persaingan pasar, perencanaan produk, perkiraan penjualan, iklan, humas, dan promosi
- membuat laporan stok barang dan diserahkan ke Manager Produksi

• Staff Pemasaran

- mempromosikan produk perusahaan

- memberikan pelayanan terbaik kepada calon konsumen yang bertanya mengenai produk perusahaan
- memberikan laporan hasil penjualan barang ke Manager Pemasaran

d) Produksi

• Manajer Produksi

- memastikan hasil produksi sesuai standar mutu produk perusahaan
- memperoleh laporan dari *Quality Control* mengenai kondisi dan kualitas produk agar sesuai dengan standar
- memberikan laporan berkala mengenai kualitas produk ke general manager
- menghitung harga pokok penjualan
- memberikan copy produk-produk yang akan dikirim ke bagian pemasaran dan bagian keuangan

• Asisten Desainer

- mempresentasikan produk-produk yang akan diproduksi dalam rapat managemen
- memberikan laporan secara berkala ke Manager Produksi

e) Pelayanan Umum dan Jasa

• Kepala Bagian Pelayanan Umum dan Jasa

- bertanggungjawab atas seluruh kegiatan pelayanan umum dan jasa
- membuat laporan kegiatan secara berkala

• Staf Pelayanan Umum dan Jasa

- menjalankan kegiatan bagian pelayanan umum dan jasa
- memberikan informasi kepada para pengunjung maupun tamu
- memberikan pelayanan kepada pengunjung dan tamu

f) Operasional

- Kepala Bagian Operasional
  - bertanggung jawab atas kegiatan operasional
  - membuat laporan mengenai kegiatan operasional secara berkala
- Staf Operasional
  - menjalankan kegiatan operasional yang terdiri dari operasinal gudang, kegiatan teknis, ME, IT, keamanan/ *security*, *cleaning service*, dan parkir

g) Pendidikan dan Pengajaran

- Kepala Bagian
  - mengawasi pelaksanaan tugas
  - intensif untuk mengajar pada mata kuliah tertentu
  - menerima laporan dari wakil
- Wakil Kepala Bagian
  - berinteraksi langsung dengan staf pengajar
  - mengawasi proses pelaksanaan aktivitas belajar mengajar
  - intensif mengajar mata kuliah tertentu
  - menerima dan memperhatikan perkembangan aktivitas belajar setiap minggu
- Staf Pendidik
  - memberikan materi pembelajaran rutin kepada siswa/i
  - membuat laporan perkembangan siswa/i
- Asisten Staf Pendidik
  - membantu staf pendidik dalam kegiatan belajar mengajar dan langsung berinteraksi dengan mahasiswa
- Kepala Bagian Admistrasi
  - mengawasi pekerjaan atau pelaksanaan tugas dari karyawan

- membuat kebijakan dalam analisis biaya
- melaporkan pendapatan dan pengeluaran setiap minggu
- menerima dan menganalisis laporan dari staff

• Staff Administrasi

- membantu kepala bagian dalam hal keuangan
- menerima laporan pemasukan harian, mingguan, dan bulanan dari masing-masing staff administrasi dan marketing