

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Strategi promosi merupakan kegiatan yang berkaitan dengan masalah-masalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian komunikasi yang bersifat persuasif terhadap pelanggan (Tjiptono, 2008: 233). Di dalam pelaksanaan kegiatan yang berkaitan dengan strategi promosi untuk meningkatkan jumlah konsumen, terdapat banyak cara yang dapat ditempuh. Di dalam proses penelitian, terdapat beberapa tulisan dari peneliti lain yang peneliti kutip dan berkaitan dengan promosi. Adapun kutipan tersebut digunakan sebagai rujukan untuk pengembangan ide penulisan skripsi ini.

Penelitian pertama yang menjadi rujukan penulis adalah penelitian dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh Dhimas Yudi Aryanto mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta pada tahun 2009 yang berjudul “Aktivitas Promosi Kedai Digital 10 Surakarta”. Dalam penelitiannya menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan tujuan penelitian untuk mengetahui dan mendeskripsikan aktivitas bauran promosi yang dilakukan oleh Kedai Digital 10 Surakarta. Pada hasil penelitian tersebut, peneliti melihat bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh Kedai Digital 10 Surakarta yang merupakan usaha

mikro dalam bidang *merchandise*, kegiatan promosi yang dilakukan menggunakan bauran promosi seperti periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan publisitas. Kegiatan promosi yang dilakukan Kedai Digital 10 Surakarta tersebut terbilang berhasil karena meningkatnya jumlah konsumen mereka.

Rujukan penelitian yang kedua adalah “Strategi Promosi Perusahaan Kerudung "Zuhra" Magelang dalam Mempertahankan *Market Share* Periode 2008-2012”. Penelitian pada tahap skripsi tersebut bertujuan untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dijalankan oleh perusahaan kerudung Zuhra dalam mempertahankan market share. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pada hasil penelitian tersebut, peneliti melihat bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan kerudung “Zuhra” terdiri atas perencanaan, implementasi, dan evaluasi. Sedangkan kegiatan promosi yang dilakukan melalui bauran promosi yaitu periklanan, *sales promotion*, dan *personal selling*. Program-program promosi yang dijalankan perusahaan kerudung Zuhra sudah cukup efektif, terlihat dari *market share* yang ingin dicapai mengalami peningkatan setiap tahunnya.

Berikut adalah tabel dari penelitian terdahulu serta perbandingan dengan penelitian yang penulis lakukan:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Pengarang	Metode	Tujuan	Hasil/Kesimpulan	Perbandingan
1.	Aktivitas Promosi Kedai Digital 10 Surakarta	Dhimas Yudi Aryanto	Deskriptif Kualitatif	Mengetahui dan mendeskripsikan aktivitas bauran promosi yang dilakukan oleh Kedai Digital 10 Surakarta	Kegiatan promosi yang dijalankan di bidang <i>merchandise</i> oleh Kedai Digital 10 Surakarta menggunakan bauran promosi seperti periklanan, <i>personal selling</i> , promosi penjualan, dan publisitas.	Pada penelitian yang dilakukan penulis, terdapat pembahasan mengenai perencanaan, implementasi dan evaluasi dari strategi promosi yang dilakukan oleh Inteeshirt yang bergerak di bidang penyablonan kaos. Inteeshirt tidak menggunakan <i>personal selling</i> , promosi penjualan, dan publisitas sebagai sarana berpromosi.

No.	Judul	Pengarang	Metode	Tujuan	Hasil/Kesimpulan	Perbandingan
2.	Strategi Promosi Perusahaan Kerudung “Zuhra” Magelang dalam Mempertahankan Market Share periode 2008-2012	Rizqi Fauzi	Deskriptif Kualitatif	Mendesripsikan strategi promosi yang dijalankan oleh perusahaan kerudung Zuhra dalam mempertahankan market share periode 2008-2012.	Strategi promosi dilakukan dengan tahapan perencanaan, implementasi dan evaluasi. Sedangkan kegiatan promosi yang dilakukan melalui <i>promotion mix</i> , yaitu promosi penjualan, <i>personal selling</i> , dan periklanan. Market share yang ingin dicapai juga sudah mengalami peningkatan di setiap tahunnya, hal ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dijalani perusahaan kerudung Zuhra dinilai sudah cukup efektif.	Pada pelaksanaan kegiatan promosi Inteeshirt, media online seperti website dan sosial media menjadi medium baru dalam melakukan kegiatan promosi. Serta adanya pemanfaatan kegiatan yang sifatnya seni, budaya, dan sosial sebagai usaha untuk meningkatkan jumlah konsumen Inteeshirt.

## **B. Sejarah Singkat Inteeshirt**

Inteeshirt merupakan sebuah perusahaan mikro dan berbadan hukum yang bergerak atau menekuni jasa sablon kaos dan jaket yang sudah cukup lama berdiri sejak dua puluh lima tahun yang lalu atau lebih tepatnya sejak 23 Februari 1991 dan didirikan oleh Drs. Arifin. Produk jasa yang dihasilkan oleh Inteeshirt meliputi kaos, sweater, dan kaos berkerah dengan berbagai varian jenis sablonan dan disesuaikan berdasarkan keinginan pemesan.

Dalam perjalanan usaha yang bangun sejak dua puluh lima tahun silam, Inteeshirt mengalami kemajuan yang begitu pesat. Jumlah pekerja yang awalnya hanya terdiri atas kurang dari sepuluh orang, kini Inteeshirt telah memiliki puluhan pekerja. Omzet yang dimiliki Inteeshirt pun kini telah mencapai puluhan hingga ratusan juta per tahunnya. Jangkauan pemesanan yang diterima oleh Inteeshirt tidak hanya berawal dari Yogyakarta, pesanan juga diterima dari luar Yogyakarta dan luar pulau Jawa seperti Kalimantan hingga Papua.

### **C. Lokasi Perusahaan**

Inteeshirt (CV Wiratahama Mahakarya)

Jl. Kapten Pierre Tendean No. 54 D, Wirobrajan, Yogyakarta

Telp. : (0274) 389079 / 380090

Email : order@inteeshirt.com

### **D. Tujuan Perusahaan**

Adapun beberapa tujuan atau alasan didirikannya Inteeshirt:

1. Untuk mendapatkan keuntungan yang layak bagi perusahaan, guna menunjang keberlangsungan hidup perusahaan, dan untuk menambah pendapatan perusahaan.
2. Untuk memperluas usaha yang dikelola oleh pemiliknya.
3. Untuk membuka lapangan pekerjaan yang dikelola oleh pemiliknya.
4. Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

### **E. Sistem Penjualan**

Sistem penjualan yang dilakukan oleh Inteeshirt dilakukan dengan menggunakan sistem order. Konsumen dapat melakukan pemesanan sesuai dengan selera yang diinginkan dan kemudian diproduksi dalam bentuk kaos atau bentuk lainnya yang tersedia di Inteeshirt.

## F. Sumber Penggunaan Dana

Sumber dana yang diperoleh Inteeshirt berasal dari modal sendiri dan digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan seperti:

1. Pembelian bahan baku
2. Peralatan mesin
3. Pembayaran gaji karyawan
4. Biaya promosi
5. Ekspansi perusahaan

## G. Logo Perusahaan



**Gambar 2.1 Logo Inteeshirt**

Logo Inteeshirt dasarnya berwarna putih dan merah dengan icon huruf I dan N yang merupakan singkatan dari Iping dan Nurul

yang notabene kedua nama tersebut adalah nama pendiri atau pencetus dari Inteeshirt sendiri, Pak Arifin dan Nurul.

## H. Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Inteeshirt

Adapun pembagian tugas dan tanggung jawab berdasarkan gambar di atas antara lain:

1. Pemilik/Owner

Mengawasi perusahaan secara menyeluruh

2. Direktur

Membuat rencana, kebijakan dan tujuan tujuan yang harus ditempuh perusahaan serta bertanggung jawab terhadap pelaksanaan operasional perusahaan.

3. Kepala bagian Produksi

Bertanggung jawab atas jalannya produksi secara keseluruhan dan menjaga kualitas produksi yang telah ditentukan

4. Administrasi/Keuangan

- a. Mencatat dan melakukan pembukuan atas transaksi-transaksi penerimaan dan pengeluaran keuangan perusahaan
- b. Menyelenggarakan administrasi keuangan perusahaan
- c. Melaksanakan pengawasan dan koordinasi dalam penggunaan keuangan perusahaan
- d. Mengendalikan penggunaan anggaran keuangan dan menyusun laporan pertanggung jawaban mengenai keuangan perusahaan setiap tahunnya.
- e. Membuat rencana anggaran perusahaan.

5. *Front Officer*

Melayani dan mengkonfirmasi pesanan dari pelanggan seperti desain, ukuran, jumlah, dan pembayaran uang muka.

6. *Online Officer*

Mengurus akun-akun media online yang dimiliki Inteeshirt, seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lainnya.

7. Divisi Potong

Bertugas memotong kain dan menyesuaikan ukurannya sesuai dengan pesanan.

8. Divisi Afdruk

Membuat film dari desain yang dipesan kemudian diafdruk dan dijadikan screen sablon.

9. Divisi Sablon

Bertugas melakukan penyablonan dari bahan baku (kain) yang sudah disiapkan sebelumnya.

10. Divisi Jahit

Bertugas menjahit kain yang sudah disablon dan menjadikannya kaos jadi.

11. Divisi Sortir

Melakukan pengecekan terhadap sisa-sisa benang jahitan dan membersihkannya dan setelah selesai kemudian di-*packing* sesuai ukuran baju.

## I. Personalia

Pada perusahaan kecil seperti Inteeshirt, fungsi personalia dijalankan langsung oleh pimpinan perusahaan sendiri seperti penerimaan karyawan, pemberhentian karyawan, masalah pengupahan, pengaturan jam kerja dan hal lainnya yang berkaitan dengan manajemen personalia.

### 1. Karyawan

Karyawan yang dimiliki oleh Inteeshirt terbagi atas dua bagian yaitu:

- a. Karyawan tetap
- b. Pekerja borongan

### 2. Pelaksanaan Absensi

Pelaksanaan absensi karyawan yang dilakukan oleh Inteeshirt setiap harinya menggunakan teknologi *finger print*.

### 3. Jam Kerja Perusahaan

Jam kerja:

Senin – Sabtu : dari jam 08.00 WIB – 21:00 WIB

### 4. Jaminan Sosial

Jaminan sosial yang diberikan kepada karyawan Inteeshirt berupa jaminan kesehatan seperti BPJS.

## J. Produk

Terdapat beragam jenis produk yang ditawarkan oleh Inteeshirt, berikut ini adalah ragam produk tersebut, antara lain:

Macam-macam variasi sablon:

1. Ukuran Sablon
  - Sablon standar ukuran maksimum A3
  - Sablon *fullprint* ukuran A2 dan A1
  
2. Ragam Kaos
  - a. Sweater Lengan Panjang



Gambar 2.3 Sweater lengan panjang

b. Kaos Tanpa Lengan



Gambar 2.4 Kaos tanpa lengan

c. Jaket Saku Tempel



Gambar 2.5 Jaket saku tempel

d. Kaos Singlet Basket



Gambar 2.6 Kaos singlet basket

e. Kaos Kombinasi Busa



Gambar 2.7 Kaos kombinasi busa

f. Jaket Saku Dalam



Gambar 2.8 Jaket saku dalam

g. Jumper Zipper



Gambar 2.9 Jumper zipper

h. Jaket Kerah Wangky



Gambar 2.10 Jaket kerah wangky

i. Jumper Double Hoodie



Gambar 2.11 Jumper double hoodie

j. Sweater Kombinasi Elbow Kain



Gambar 2.12 Sweater kombinasi elbow kain

3. Cat Sablon

- *Spot color separation*
- *4 color process CMYK*
- *Simulation separation*
- *Index color separation*
- *Greyscale separation*
- *Sephia color separation*
- Sablon raster
- Bordir

## **K. Produksi**

### 1. Bahan-bahan yang diperlukan dalam proses produksi:

#### a. Kain

Kain merupakan salah satu bahan baku dalam pembuatan kaos.

Inteeshirt menggunakan bahan kain yang bermutu demi menjamin kualitas produk yang dihasilkan.

#### b. Benang

Benang yang dipilih terdiri atas berbagai macam warna yang sesuai dengan warna kain yang akan dijahit.

#### c. Cat

Cat menjadi bahan baku yang nantinya akan digunakan dalam proses sablon.

### 2. Mesin dan Peralatan yang Digunakan

#### a. Komputer

Komputer digunakan untuk merancang suatu gambar sesuai dengan permintaan pemesan yang nantinya akan disablon ke dalam kaos.

b. Mesin Potong

Mesin potong digunakan untuk memotong kain sesuai dengan ukuran yang diinginkan.

c. Mesin Jahit

Setelah kain-kain dipotong, kemudian dijahit menggunakan mesin jahit.

d. *Over Deck*

Alat ini berfungsi untuk merapikan jahitan pada kaos.

e. Pengaduk atau *Mixer*

Pengaduk atau mixer digunakan untuk mengaduk warna cat yang akan digunakan.

## L. Proses Produksi

Terdapat beberapa tahapan produksi yang dilalui oleh Inteeshirt di dalam menghasilkan produk-produk pesanan konsumen.

1. Tahap pertama: Tahap *Setting*

Tahap pertama dilakukan oleh staf *Front Officer*, dimana konsumen melakukan konfirmasi data-data seperti bentuk desain, warna kaos, jumlah kaos, dan ukurannya.

2. Tahap kedua: Proses Pemotongan

Pada bagian ini, dilakukan pemotongan kain dan disesuaikan dengan data pesanan yang sudah ditentukan sebelumnya.

3. Tahap ketiga: Proses Afdruk

Desain yang tadinya sudah dikonfirmasi kemudian dibuatkan film kemudian diafdruk untuk dijadikan *screen* sablon.

4. Tahap keempat: Proses Sablon

Setelah *screen* sablonan selesai dibuat, maka tahap selanjutnya adalah tahap penyablonan pada lembar kain dan bukan kaos jadi.

5. Tahap kelima: Proses *Pressing*

Hasil kain yang sudah disablon tadi kemudian akan di *press* (panaskan) dengan mesin khusus agar sablonan tersebut memiliki daya tahan yang awet dan tidak pecah-pecah.

6. Tahap keenam: Proses Jahit

Semua lembar kain yang sudah disablon dan selesai di *pressing* akan memasuki tahap selanjutnya yaitu tahap jahit. Proses jahit tersebut menggunakan mesin agar hasil lebih bagus dan memuaskan.

7. Tahap ketujuh: Proses Sortir

Pada tahap terakhir, dilakukan proses sortir. Proses ini merupakan proses pembersihan benang-benang pada kaos dengan menggunakan mesin.

8. Tahap kedelapan: Proses *Finishing*

Setelah semua proses produksi selesai, kaos kemudian di *packing* per plastik dan dipisahkan berdasarkan ukurannya masing-masing.