

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

Perusahaan ini didirikan oleh Yogi Iskandar dan bekerja sama dengan rekannya dari Malaysia dan berdirilah perusahaan dengan nama CV. Kharisma Jaya pada Juli tahun 2015. Toko Distro “Elysium Cloth” merupakan *brand* salah satu perusahaan *fashion* yang beregerak dibidang distro dengan produk andalannya *T-Shirt* didirikan di kota Bandung pada tahun 2016. *Brand* “Elysium Cloth” dengan slogan “*nothing is impossible*” yang dimaksud untuk menegaskan bahwa tidak ada hal yang tidak mungkin kita dapatkan bila kita mau berusaha. Perusahaan ini mendirikan toko di Komplek Cibolerang Indah Blok G Nomor 29 Bandung.

Dengan berkomitmen pada kualitas membawa *brand* Elysium sebagai produsen *Clothing* yang cukup diminati di berbagai daerah. Produk bertambah tidak hanya produksi *T-shirt* sekarang telah merangkak naik dengan memproduksi jaket bomber, sweater dan setelah berjalan sekitar 6 bulan, *Brand* Elysium ini sudah mampu menembus penjualan dari kota Aceh hingga Pulau Papua, baik dalam penjualan retail (satuan) ataupun pembelian grosir dengan sasaran penjualan untuk berbagai kalangan umur terutama di kalangan remaja. Dengan adanya visi dan misi ini di harapkan bisa mencapai target yaitu menaikkan omset penjualan karena berpacu pada kualitas, menaikkan popularitas *brand* Elysium sehingga menjadi *brand* besar yang di kenal oleh masyarakat luas di Indonesia.

1.1.2 Profil Perusahaan

Adapun profil perusahaan dari Elysium *Clothing* Bandung sebagai berikut:



GAMBAR 1.1

Toko Elysium *Clothing* Bandung

Sumber : Dokumentasi Pribadi, 2017

Nama Perusahaan : Elysium *Clothing*
No. Telp : 0 8 1 2 2 4 2 8 2 5 0 4
Alamat : Komplek Cibolerang Indah Blok G Nomor 29 Bandung.

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi yang dimiliki perusahaan untuk landasan kerja bagi para karyawannya, yaitu:

a. Visi

Menjadi perusahaan yang besar dan sukses di bidang industri *fashion* khususnya distro dengan mempunyai *brand* besar serta memperluas cabang di seluruh Indonesia.

b. Misi

1. Meningkatkan kualitas produk yang unggul untuk menarik minat beli konsumen.
2. Meningkatkan kualitas pelayanan untuk mengejar kepuasan konsumen serta mempertahankan konsumen yang loyal.

1.1.4 Struktrur Organisasi

Adapun struktur organisasi dari Elysium Clothing Bandung tersebut, sebagai berikut:



GAMBAR 1.2

Struktur Organisasi Elysium Clothing

Sumber : Olahan Penulis, 2017

1.2 Latar Belakang

Industri kreatif di Indonesia saat ini semakin berkembang. Di Indonesia Industri Kreatif biasa disebut juga dengan Industri budaya atau ekonomi kreatif. Industri kreatif tercipta dari pemanfaatan serta keterampilan yang dimiliki oleh setiap individu untuk bisa membuat lapangan pekerjaan baru dan juga bisa menciptakan kesejahteraan di daerah. Industri kreatif merupakan hasil dari kreatifitas dan daya cipta setiap individu. Perkembangan industri kreatif merambah ke segala bidang termasuk pada *industry fashion*. *Industry fashion* saat ini sudah merupakan suatu kebutuhan bagi seluruh kalangan masyarakat sosial. Industri *fashion* termasuk

kedalam jenis industri kreatif yang terkait dalam pembuatan suatu produk pakaian, pembuatan aksesoris pakaian. Perkembangan industri *fashion* di kalangan masyarakat kemudian bukan lagi sekedar kesenangan yang ditekuni atas dasar hobi semata. Ditunjang dengan berbagai kreatifitas *industry fashion* ini sudah menjadi sumber penghasilan yang menguntungkan. (Sumber: <http://agribisnis.co.id/industri-kreatif/>)

Kota Bandung merupakan kota yang dikenal sebagai kota industri kreatif. Salah satu sektor industri kreatif yang banyak menyumbang devisa bagi Bandung ialah Industri *Fashion*. Pertumbuhan industri *fashion* di Bandung tergolong sangat pesat, bahkan tidak sedikit pelaku usaha yang sekarang ini sengaja memilih bisnis *Factory Outlet* (FO), *Clothing Company* (CC), maupun *Distro* (*distribution store*) untuk mendatangkan untung besar setiap bulannya. Berikut nama – nama *clothing* dan *factory outlet* di Kota Bandung.

TABEL 1.1

Daftar Nama - Nama *Clothing/Factory Outlet* Yang Ada Di Bandung

No.	Nama <i>Clothing/Factory Outlet</i>	No.	Nama <i>Clothing/Factory outlet</i>
1.	Arena Experience	32.	MM Dago The Nice Shop
2.	Blossom	33.	Raffles City
3.	Donatello	34.	Solution Boutique Outlet
4.	DSE	35.	Up Town
5.	Episode	36.	Victoria
6.	Flashy	37.	Seximo
7.	Glamour	38.	Rich & Famous
8.	Happening	39.	Justine Shoes and bags
9.	Jetset	40.	Grande
10.	Level	41.	Warung Gaul Factor Outlet
11.	Elysium Clothing	42.	After Hell
12.	Silver Tote	43.	3angel
13.	Korek Api Jeans	44.	Army look
14.	Kelom Geulis Keng	45.	Galleria

(bersambung)

(sambungan)

15.	Paris Van Java Botique	46.	Distro House
16.	Fiore	47.	FO Store
17.	Lafayette	48.	Linoleum
18.	Natural FO	49.	Rumah Mode
19.	Zenith	50.	Phantasia Barby Gallery
20.	Badger Invaders	51.	<i>Branded Club</i>
21.	For Men	52.	Oasis
22.	Osso Boutique Outlet	53.	Reanaritti
23.	Riau Stock Mall	54.	Stamp
24.	The Secret	55.	The Summit
25.	Terminal Tas	56.	Clover
26.	Solution Boutique Outlet	57.	18 th Park
27.	China Emporium	58.	Heritage
28.	Cargo	59.	Herreds
29.	Air Plane	60.	Big Price Cut
30.	Merdeka Arcade	61.	Banda Boutique Outlet
31.	M & M Sabang	62.	Rockmen

Sumber : <http://www.tempatwisatadijabar.com/2014/07/daftar-nama-distro-factory-outlet-bandung.html>

Salah satu distro yang sedang berkembang di Bandung adalah Elysium Clothing. Meningkatnya persaingan yang semakin ketat pada dunia *fashion* khususnya distro, menuntut perusahaan untuk beradu strategi dalam mengembangkan usaha. Banyaknya usaha bisnis yang sama dibidang distro membuat pelaku usaha berlomba-lomba melakukan promosi dengan gencarnya agar lebih dikenal banyak masyarakat di Kota Bandung maupun diluar Bandung. Menurut Staton, Etzel, & Walker dalam buku Danang (2015:158) bauran promosi adalah kombinasi dari penjualan tatap muka, periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan hubungan masyarakat yang membantu pencapaian tujuan perusahaan. Promosi sendiri jika dilakukan dengan baik maka akan memberikan informasi produk secara luas dan mampu memberikan wawasan kepada konsumen untuk kemudahan memilih produk

sesuai kebutuhan dan keinginannya serta dapat melakukan pembelian produk. Promosi merupakan strategi pemasaran yang dapat berkaitan dengan penjualan pada perusahaan. Berikut tabel data penjualan produk Elysium *Clothing* pada tahun 2016-2017.

TABEL 1.2
Data Penjualan Produk Elysium *Clothing* 2016-2017

Waktu	T-shirt	Sweater	Long Slave	Reglan	Boomber
Januari 2016	224	-	-	-	-
Februari 2016	279	-	-	-	-
Maret 2016	332	-	12	-	-
April 2016	391	-	-	-	-
Mei 2016	240	-	-	12	-
Juni 2016	415	-	-	34	-
Juli 2016	432	-	7	27	-
Agustus 2016	448	-	-	-	-
September 2016	324	-	6	-	-
Oktober 2016	211		100	78	-
November 2016	587	59	59	147	-
Desember 2016	253	7	20	15	54
Januari 2017	904	22	10	371	6

Sumber: Data Internal Perusahaan

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala produksi bahwa Elysium *Clothing* memiliki target penjualan sebanyak 1.500/pcs per bulannya dari seluruh produk yang ditawarkan. Dengan target penjualan tersebut bahwa Elysium *Clothing* berusaha meningkatkan strategi penjualan dengan menjalankan promosi yang gencar guna menambah daya tarik konsumen untuk menggunakan produk. Promosi juga

menjadi salah satu kegiatan yang mempunyai peranan penting bagi perusahaan untuk menciptakan strategi yang efektif dan efisien. Berdasarkan hasil wawancara dengan divisi *marketing* bahwa Elysium Clothing melakukan beberapa aktivitas promosi seperti *online marketing*, *personal selling*, *endorsement*, *word of mounth*, *public relations*. Berdasarkan wawancara dengan divisi *marketing* Elysium Clothing Bandung bahwa penerapan promosi *personal selling* lebih efektif bagi perusahaan serta dapat meningkatkan penjualan dibandingkan dengan promosi yang lainnya. *Personal selling* adalah presentasi lisan dalam sebuah percakapan dengan satu atau lebih calon pelanggan untuk tujuan membuat penjualan mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain (Alma, 2014 : 185).

Dengan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengambil judul untuk Laporan Tugas Akhir ini adalah **“Tinjauan Aktivitas *Personal Selling* Pada Elysium Clothing Bandung Tahun 2017”**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan *personal selling* yang dilakukan Elysium Clothing Bandung?
2. Apa saja hambatan dalam pelaksanaan *personal selling* dan bagaimana cara mengatasinya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penulis memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan promosi *personal selling* yang dilakukan Elysium Clothing Bandung

2. Untuk mengetahui hambatan dalam pelaksanaan *personal selling* dan mengetahui cara mengatasinya

1.5 Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini penulis berharap dapat memberikan kegunaan dan manfaat bagi semua pihak, antara lain:

a. Aspek Akademis

Penelitian ini dijadikan sarana dan informasi mengenai teori dan topik yang berkaitan untuk dijadikan hal baru serta bermanfaat bagi akademisi. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan pengembangan ilmu dalam manajemen pemasaran untuk dapat diteliti pada penelitian selanjutnya, serta untuk bahan referensi universitas dan masyarakat umum atau pihak – pihak yang membutuhkan.

b. Aspek Praktis

Agar dapat menjadi bahan pertimbangan dan sumber informasi yang baru untuk perusahaan sehingga mampu membuat strategi yang lebih baik dalam hal bauran promosi yang dapat meningkatkan penjualan perusahaan serta menjadi unggul dalam bidang bisnis tersebut.

1.6 Sistematika Penelitian Laporan Tugas Akhir

Sistematika penelitian dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan hasil penelitian. Dengan sistematika penelitian sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Pada bab ini diuraikan tentang objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan, serta sistematika penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka. Pada bab ini diuraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar analisis penelitian.

Bab III Metode penelitian. Pada bab ini diuraikan tentang jenis dan sumber data, tahapan penelitian, situasi sosial dan sampel, metode pengumpulan data dan data metode analisis.

Bab IV Hasil dan Pembahasan. Pada bab ini diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil analisis data.

Bab V Penutup. Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, serta saran-saran yang diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.