BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. Sejarah Perusahaan

CV. Payung Asli adalah perusahaan buku tulis yang senantiasa tumbuh dan berkembang pesatnya secara berkelanjutan, didukung dengan sumber daya manusia yang kuat dan menghasilkan produk berkualitas yang diterima baik oleh pasar. Berawal dari sebuah *Home Industry* pada tahun 1990, perusahaan Payung Asli mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan menjadi sebuah perusahaan buku tulis dan mencatatkan diri dalam perusahaan yang berstatus Badan Hukum CV menjadi CV. Payung Asli sejak tahun 2007.

CV. Payung Asli hingga saat ini mempunyai tujuh cabang area pemasaran yang tersebar di kota-kota strategis di seluruh wilayah Indonesia. Ketujuh kota tersebut adalah Solo, Purwokerto, Surabaya, Cirebon, Jakarta, Medan dan Makasar yang semuanya menyokong pemasaran di wilayah Indonesia bagian barat tengah dan timur.

Jajaran manajemen CV. Payung Asli menerapkan dengan serius tata kelola perusahaan yang baik, standar tinggi dalam praktik bisnis, tanggung jawab sosial, kesehatan, keselamatan dan kesjahteraan karyawan. CV. Payung Asli menekankan pada pengembangan usaha yang berkelanjutan dan penciptaan keuntungan bagi

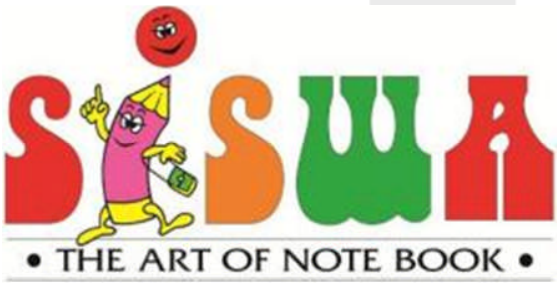
semua pihak. Transparansi dan keterbukaan komunikasi adalah suatu keniscayaan bagi CV. Payung Asli sebagai perusahaan yang berkembang pesat untuk mengelola hubungan dengan para pelanggan.

Buku tulis Siswa merupakan salah satu brand yang dibawahi oleh CV.Payung Asli. Pada awalnya buku Siswa sudah mulai diproduksi tahun 1990 namun hanya bertahan hingga tahun 1992, karena tidak dapat bersaing dengan produk lain yang harganya lebih murah. Buku tulis Siswa mulai kembali berproduksi pada tahun 2011, setelah hampir berhenti berproduksi selama 19 tahun. Buku Siswa muncul kembali dengan produk yang lebih baru dan dipersiapkan sebelumnya untuk dapat bersaing di pasar. Sebagai buku tulis yang bisa dianggap baru karena sebelumnya mati dan tidak banyak dikenal, kini buku Siswa telah hadir dan mulai kembali membentuk kesadaran merek dan mulai melakukan berbagai aktivitas untuk mengenalkan produk dan siap untuk bersaing dengan buku tulis lain.

B. Logo

Gambar 2.1

Logo Buku Tulis Siswa



Gambar 2.2

Logo Perusahaan CV.Payung Asli

C. Visi dan Misi

Visi :

Menjadi perusahaan buku tulis terkemuka di Indonesia dengan pertumbuhan berkesinambungan yang dicapai melalui profesionalisme dan perhatian terhadap karyawan, masyarakat dan lingkungan.

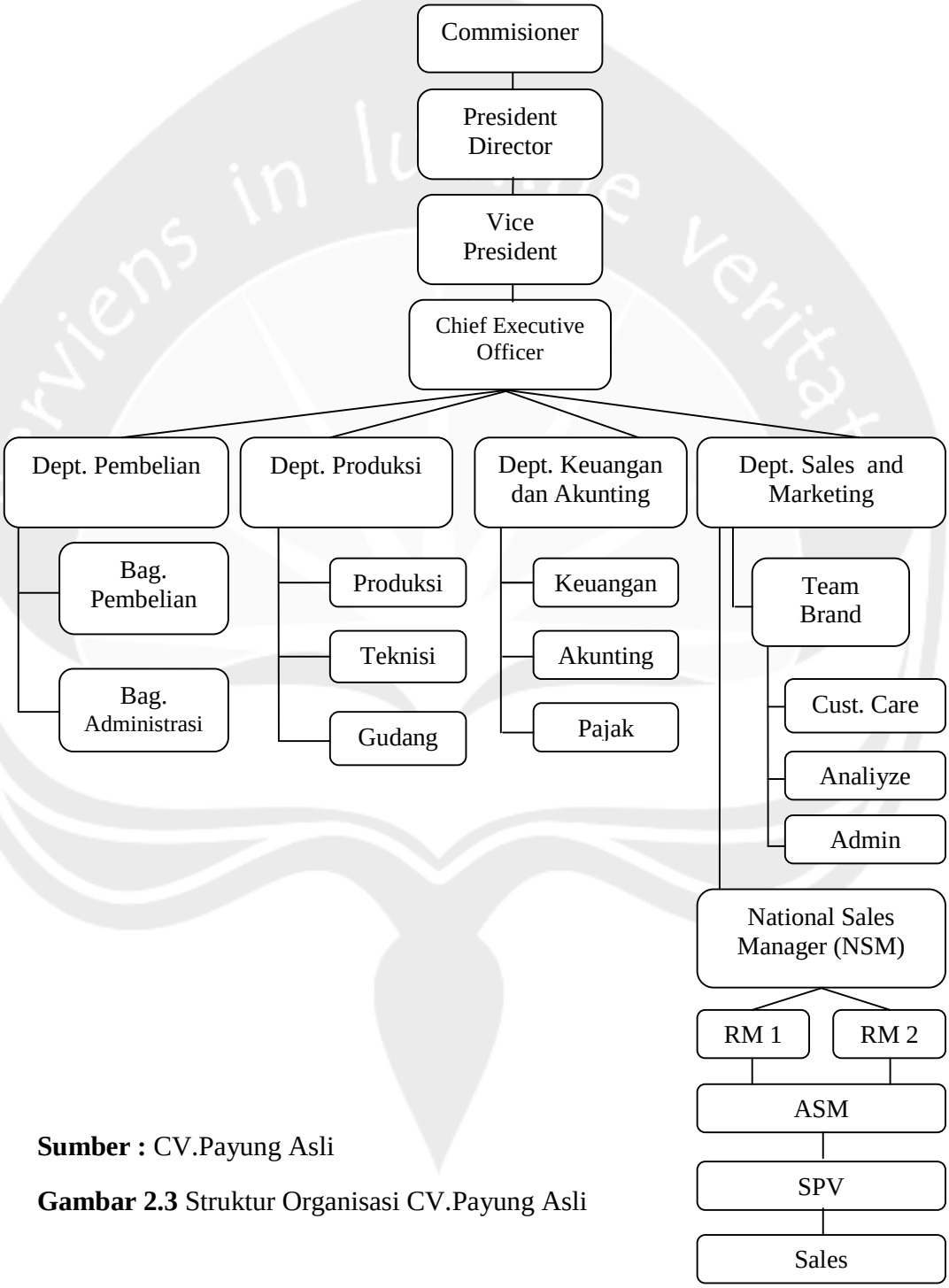
Misi :

1. Senantiasa meningkatkan keunggulan kinerja operasional yang bertujuan untuk melayani pasar dengan produk layanan berkualitas.
2. Senantiasa mengembangkan kompetensi karyawan di semua lini, sistem dan infrastruktur yang efektif dan efisien dalam budaya inovasi dan integrasi, peduli serta berkesinambungan dalam perusahaan.

D. Struktur Organisasi

Diperlukan suatu pengorganisasian yang baik dan teratur dalam sebuah perusahaan berkepentingan agar tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai dan terstruktur. Struktur organisasi mempermudah dalam hal pemberian wewenang dan diharapkan dapat mencegah timbulnya kekacauan dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan, sehingga setiap bagian mempunyai tugas dan tanggung jawab masing-masing, disesuaikan dengan bagiannya.

Berikut adalah struktur organisasi pada perusahaan CV. Payung Asli :



Sumber : CV.Payung Asli

Gambar 2.3 Struktur Organisasi CV.Payung Asli

E. Produk

Produk dari perusahaan CV. Payung Asli merupakan sebuah buku tulis bergaris yang menjadi salah satu bagian dari perlengkapan sekolah bagi setiap pelajar. Produk buku tulis yang bermerek Siswa ini hanya memiliki satu varian jenis yakni buku tulis bergaris hijau. Meski hanya memproduksi buku tulis bergaris, buku tulis Siswa memiliki beragam varian tema cover berbeda setiap waktu, dan dalam jangka dekat akan mulai mengembangkan produksi buku notes yang setema.

Foto Produk

Gambar 2.4 Edisi artis cilik Coboy Junior 2013

Gambar 2.5 Edisi karikatur pemain bola dunia idola anak-anak.

Gambar 2.6 Edisi Funny Cartoon

Gambar 2.7 Edisi Teenage Mutant Ninja Turtle 2014

Gambar 2.8 Edisi Super Hero Volt 2014

F. Komunikasi Pemasaran

Buku tulis Siswa sebagai buku tulis yang baru muncul kini telah melakukan berbagai aktivitas komunikasi pemasaran sebagai pembentukan *brand awareness*. Beberapa aktivitas pemasaran yang dilakukan dengan berbagai strategi media diantaranya sebagai berikut :

a. Branding

Buku tulis Siswa telah bekerja sama dengan beberapa tempat makan di Solo, dengan mem-*branding* Siswa pada *T-shirt* yang digunakan segenap karyawan tempat makan sebagai bentuk pengenalan merek kepada siapa saja yang juga menjadi pengunjung tempat makan tersebut. Seperti salah satunya adalah wedangan terkenal “HIK Gaul Pak Mul” Karanganyar.

Gambar 2.9 Desain branding baju Hik Gaul Pak Mul

b. Sales Promotion

Kegiatan pemasaran yang melibatkan tenaga penjualan guna meningkatkan penjualan juga menjadi salah satu kegiatan pemasaran

buku Siswa, yakni dengan membuka stand-stand buku Siswa disertai dengan para tenaga penjualan guna mempromosikan buku Siswa.

Gambar 2.10 Stand Buku Siswa

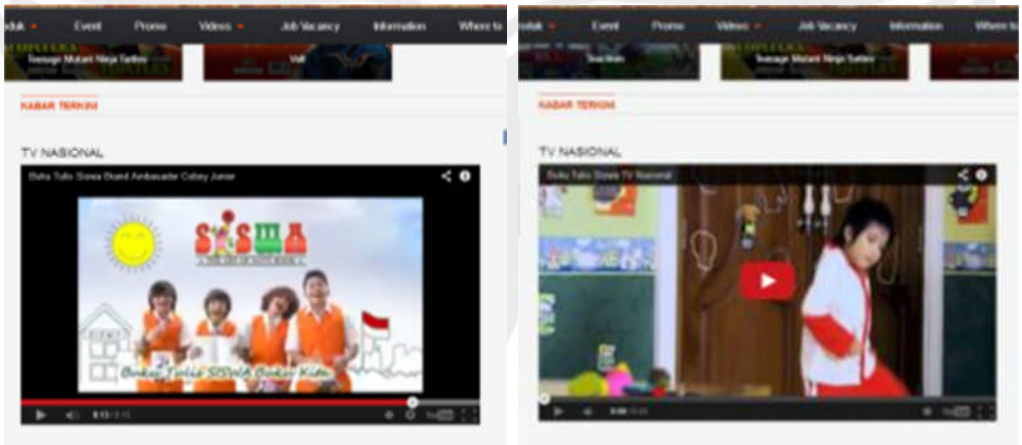
c. Direct Marketing

Merupakan komunikasi langsung yang dilakukan buku tulis Siswa dengan khalayak sasaran dengan tujuan untuk menimbulkan tanggapan dan transaksi penjualan langsung, yaitu dengan mengadakan Road Show (2011) di 7 daerah di Indonesia dengan Brandon IMB sebagai *brand ambasador*, dan konser Coboy Junior di mal Solo Square (2013). Kegiatan tersebut sekaligus mempromosikan kepada khalayak dan melakukan penjualan secara langsung produk buku Siswa tersebut. Selain itu juga ada kunjungan-kunjungan ke sekolah diantaranya SD Pangudi Luhur 1, 2, 3 dan 4, SDN Samirono, SDN Adisucipto 1 dan lain-lain.

Gambar 2.11 Kunjungan Siswa di Sekolah Dasar

d. Media TVC

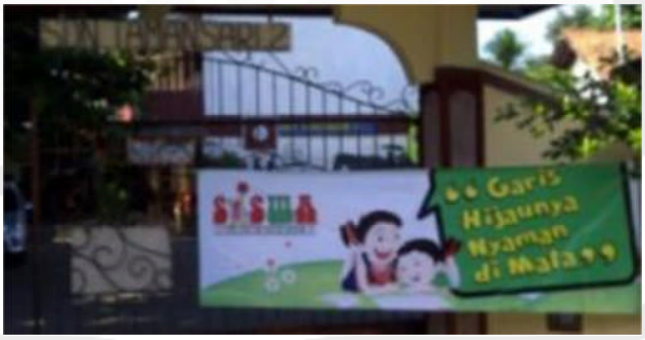
Aktivitas komunikasi pemasaran buku Siswa juga pernah melalui iklan TV yakni TV lokal dan TV nasional. Adapun TV nasional yang pernah mengiklankan buku Siswa yakni RCTI, SCTV dan Indosiar, dengan Coboy Junior sebagai bintang iklannya.



Gambar 2.12 Iklan di TV

e. Bellow The Line

Media iklan *bellow the lin*e yang digunakan buku tulis Siswa berupa flayer, brosur, spanduk, pamflet, MMT.



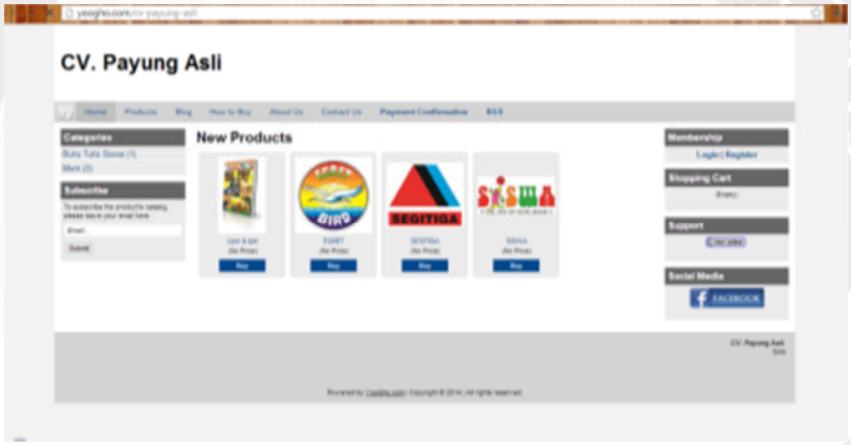
Gambar 2.13 Contoh iklan bellow the line buku tulis Siswa

f. Media Cetak

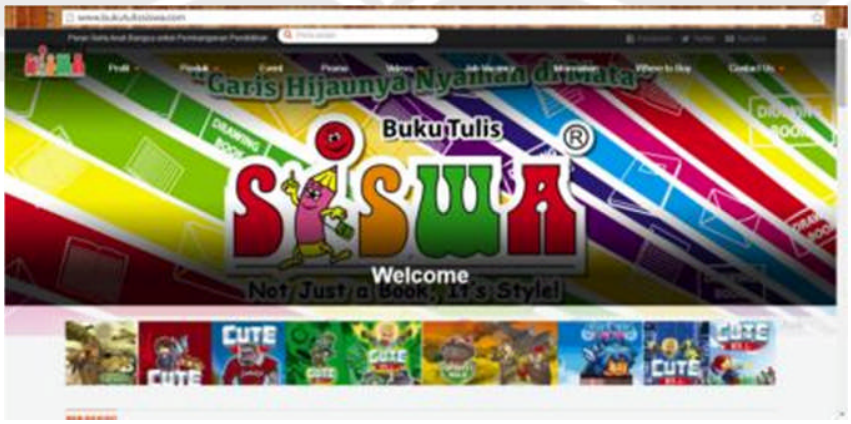
Media cetak juga menjadi salah satu media yang digunakan buku tulis Siswa dalam melakukan aktivitas pemasaran, adapun beberapa media cetak yang digunakan antara lain : iklan di koran lokal JITU (2011) dan majalah.

g. Media Online

Media online juga menjadi salah satu media yang digunakan buku tulis Siswa dalam melakukan aktivitas pemasaran, adapun beberapa media online yang digunakan yakni : website CV.Payung dan website Siswa (www.bukutulissiswa.com) yang juga memberikan informasi dan pemesanan, serta Twitter (@Siswa_Asik) dan Facebook (Buku Tulis Siswa).



Gambar 2.14 Website CV.Payung Asli



Gambar 2.15 Website Buku Tulis Siswa

Gambar 2.16 Twitter Buku Tulis Siswa

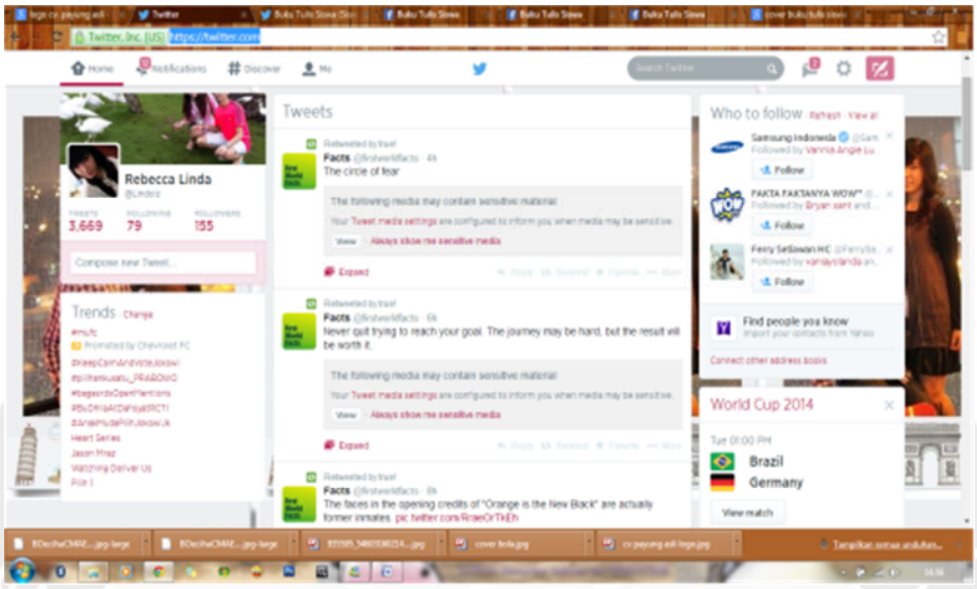
Gambar 2.17 Facebook Buku Tulis Siswa

G. Deskripsi Twitter

Twitter pertama kali didirikan pada bulan maret 2006 oleh tiga orang, yaitu Jack Dorsey, Biz Stone, dan Evan Williams. Twitter merupakan jejaring sosial *microblogging* yang memfasilitasi pengguna agar dapat memberikan *update*

informasi tentang diri pengguna, bisnis dan lainnya. Tujuan utama dari Twitter adalah agar pengguna dapat mengirim pesan singkat atau melakukan *update* status di Twitter. Ketika hendak melakukan *update* di Twitter, jumlah karakter yang bisa dituliskan maksimal 140 karakter. Adapun penjelasan mengenai istilah-istilah yang digunakan pada Twitter yang *pertama* adalah menulis status pada Twitter disebut sebagai *tweets.* Tweets dapat ditampilkan pada profile pengguna atau dapat mengomentari status dari teman. *Kedua,* tanda (#) disebut sebagai *hastag* yang digunakan untuk memudahkan pencarian untuk suatu topik seperti misalnya #bukutulissiswa, #bukutulis, #gebyarbukutulissiswa, #senamasiksiswa, dengan hastag maka akan memunculkan semua informasi mengenai kata tersebut dari berbagai sumber bisa dari akun pemilik topik ini atau dari akun orang lain. Terakhir pada Twitter, username diawali dengan '@', sebagai contoh '@Linda'.

Mekanisme dasar Twitter digambarkan sebagai teknologi web yang sangat sederhana. Sebagai situs jejaring sosial Twitter berprinsip tentang "pengikut" atau *follower* dan "diikuti" atau *following*. Follower berarti bila Anda masuk dalam daftar teman. Following jika daftar relasi teman berjumlah 100 orang, anda telah diikui sebanyak 100 orang yang menajdi teman anda. *Trending topic* merupakan fasilitas pencarian topik terhangat atau topik yang paling umum dibicarakan di dalam Twitter. Jumlah *trending topic* sebanyak 10 topik dan bisa berubah sewaktu-waktu berdasarkan topik yang banyak dibicarakan saat ini (Waloeyo, 2010: 1-5).



Gambar 2.18 Tampilan Twitter dan *trending topic*

Sumber : Twitter @Lindolz

Kegiatan yang dilakukan pada pengguna Twitter (Waloeyo, 2010: 23-26) adalah sebagai berikut :

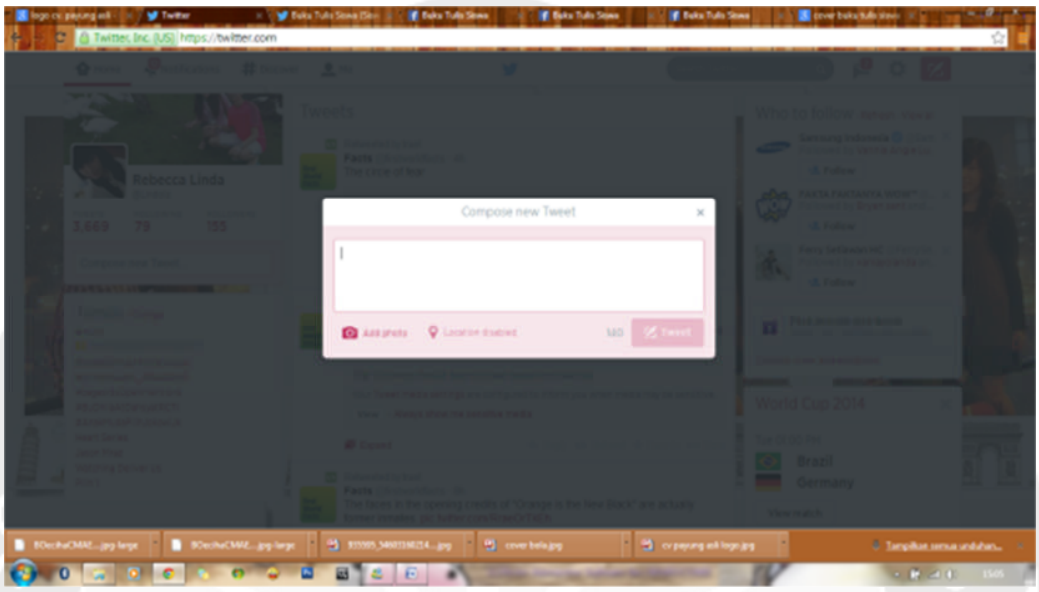
1. Update Status

   Menulis update status dibatasi dengan maksimal 140 karakter karena di Twitter hanya berupa pesan singkat. Selain itu pengguna juga dapaat memsukkan *link address bar* dari situs yang sedang dikunjungi atau digemari.

2. Kirim Pesan

   Pengguna bisa mengirimkan pesan langsung yang ditujukan salah seorang teman yang sudah tergabung dalam Twitter dengan cara mengklik gambar pada bagian menu bar kanan atas.

Gambar 2.11 Tampilan Message Twitter



3. Memberi Komentar

   Pengguna dapat memberikan komentar pada status teman-teman dengan cara mengklik *reply to* pada bagian sudut kanan bawah status teman.

4. Status Favorit

   Pengguna bisa menyimpan status-status sendiri atau status orang lain yang menjadi favorit.

5. Search

   Twitter menyediakan fasilitas pencarian yang dapat digunakan untuk mencari topik yang sedang hangat dan ramai dibicarakan para pengguna Twitter.