

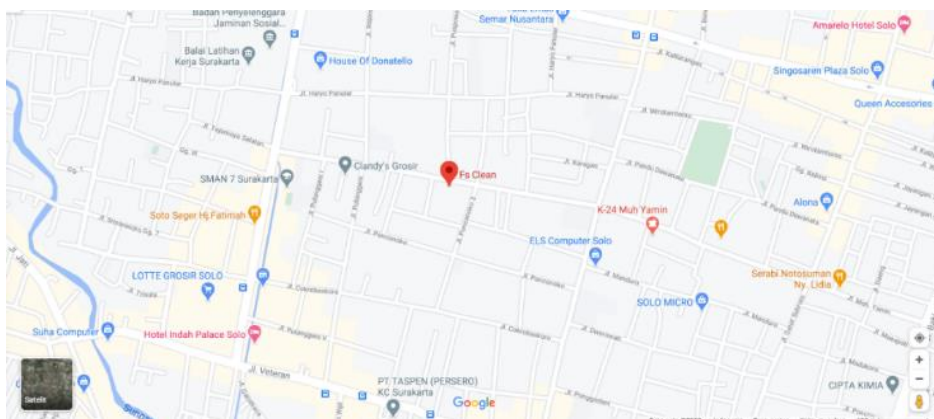
BAB II IDENTIFIKASI DATA

Media promosi adalah cara yang dilakukan oleh pebisnis/perusahaan dalam menyampaikan, menyebarkan, dan menawarkan produk atau jasa yang dijualnya supaya calon konsumen tertarik untuk membeli. Sedangkan promosi bisa diartikan sebagai suatu bentuk dari komunikasi pemasaran, yang berarti segala aktivitas yang berusaha menyebarkan informasi yang dapat mempengaruhi ataupun membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan sehingga meningkatkan pemasaran dan membuat pembeli loyal terhadap produk yang dibelinya. Selain itu media promosi juga untuk memperbaiki kesalahan yang dilakukan oleh perusahaan, jika produk atau jasa yang sebelumnya dikeluarkan memiliki kekurangan sehingga membuat konsumen kecewa, maka dipromosi selanjutnya dapat diinformasikan bahwa produk atau jasa tersebut telah disempurnakan sehingga lebih baik dari sebelumnya. Jika produk atau jasa yang dijual dapat diterima dengan baik oleh konsumen tentunya nama perusahaan juga akan semakin terangkat dan terkenal, hal ini akan berguna untuk perkembangan perusahaan.

A. Data Perusahaan

FS Group merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa meliputi FS Model, Solo Creative, & FS Clean. FS Model berkegiatan fashion show para model yang biasa diadakan di dalam mall sekitaran kota Surakarta. Solo Creative bergerak dibidang kreatif atau konten kreator seperti event, membuat kegiatan-kegiatan hiburan bagi masyarakat kota Surakarta, membuat tempat

selfi di mall, dan masih banyak lainnya. FS Clean merupakan perusahaan atau bisnis UMKM yang bergerak dibidang jasa pencucian sepatu atau laundry yang didirikan tahun 2018. Jasa yang dikerjakan membersihkan mulai dari sepatu, tas, dan helm. Harga pencucian ditentukan dari bahan seperti kanvas, denim, bludru, suede, nilon, sintetik, dan kulit. Harga mulai dari Rp 25.000 - Rp 40.000 untuk sepatu dan tas, sedangkan helm Rp 20.000. Selain mencuci ada jasa *service* seperti *repaint* (mengecat ulang), *recolour* (mengganti warna), dan *unyellowing* (memutihkan warna bahan yang sudah menguning). Banyak pemilik sepatu yang kurang bisa merawat sepatu kesayangannya, apalagi ketika sepatu sudah mulai kotor dan kesibukan berbagai hal lainnya. Maka mereka biasanya memilih dengan membawa sepatunya ke jasa cuci sepatu. FS Clean menawarkan jasa cuci sepatu *deep clean* atau membersihkan keseluruhan dari sepatu luar hingga dalam. Hasil dari pencucian sepatu di FS Clean cukup bersih, walaupun masih dalam tahap usaha berkembang.



Gambar 2. Lokasi map (Google Map 2019)



Gambar 3. Tempat kerja (FS Clean Surakarta 2019)



Gambar 4. Nama toko (Abu Rizal Bakri 2020)



Gambar 5. Apron atau pakaian kerja (FS Clean Surakarta 2020)

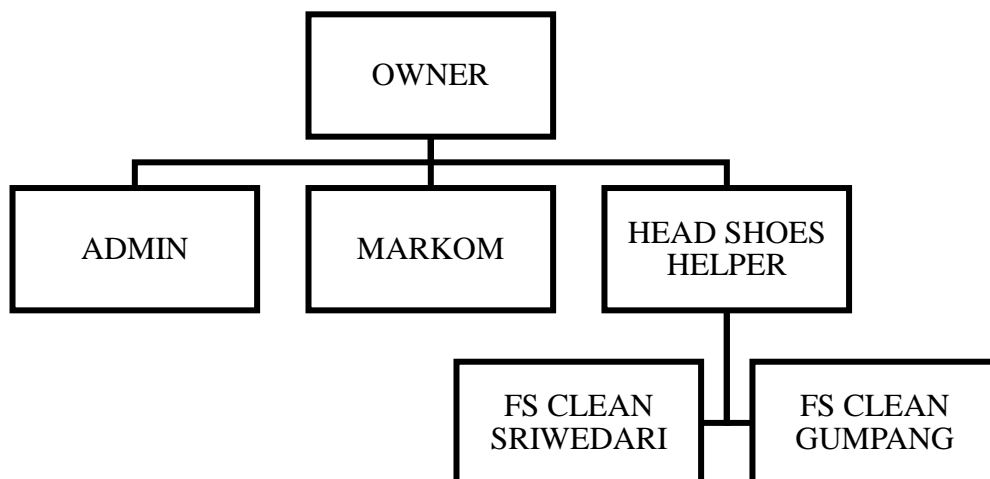


Gambar 6. Hasil pencucian (Abu Rizal Bakri 2020)



Gambar 7. Sesudah dan sebelum pencucian (FS Clean Surakarta 2020)

B. Struktur Organisasi



Gambar 8. Struktur organisasi FS Clean Surakarta, 2018

C. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang saat ini (Fredri Rangkuti, 2004: 18).

Perancangan media promosi FS Clean menggunakan analisis SWOT karena analisis ini dapat mengatasi masalah yang timbul dalam perancangan. Berdasarkan identifikasi data perusahaan yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat diketahui letak kelebihan dan kekurangan FS Clean Surakarta melalui analisa SWOT antara lain sebagai berikut :

1. Kekuatan (*strength*)

Kekuatan yang dimiliki FS Clean Surakarta sebagai berikut :

- a. Membersihkan bagian sepatu kotor dari luar-dalam yang menghasilkan sepatu menjadi bersih dan harum.
- b. Penggunaan kemasan plastik wrap yang dibungkus ke sepatu sehingga menghasilkan sepatu seperti baru dari toko sepatu.
- c. Menyediakan layanan antar-jemput dan menerima panggilan untuk membersihkan sepatu klien dimanapun klien berada untuk lebih

memudahkan pelanggan dalam melakukan proses pembersihan sepatu.

- d. Karyawan akan menghubungi konsumen atau pelanggan ketika sepatu sudah selesai dicuci.

2. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan yang dimiliki FS Clean Surakarta sebagai berikut :

- a. Media plan seperti desain roll banner, stiker kemasan sabun yang tidak terawat, menu daftar harga masih menggunakan tulisan bolpoint, desain papan nama dengan tampilan layout sederhana yang kurang menarik dan fungsional.
- b. Tidak adanya keterangan tertulis dalam membuat atau mencampur sabun.
- c. Perusahaan yang baru berdiri FS Clean Surakarta baru saja didirikan 2018 lalu, sehingga perlu adanya sebuah promosi yang unik dan dapat menyita perhatian masyarakat yang nantinya berdampak pada meningkatnya eksistensi jasa cuci sepatu ini di mata masyarakat umum.

3. Peluang (*opportunity*)

Peluang yang dimiliki FS Clean Surakarta sebagai berikut :

- a. Bisnis jasa FS Clean Surakarta dapat berkembang lebih jauh lagi karena jasa yang dihasilkan memuaskan dan hasil yang signifikan.
- b. Banyak masyarakat yang sibuk dan kesulitan dalam merawat sepatu kesayangannya.

- c. Pencucian sepatu usaha bisnis jasa yang menjanjikan bisa berkembang dan bertahan lebih lama karena produk sepatu baru bermunculan setiap tahunnya.

4. Ancaman atau tantangan (*Threat*)

Ancaman yang dimiliki FS Clean Surakarta sebagai berikut :

- a. Kompetitor semakin menjamur seiring meningkatnya kebutuhan akan sebuah kebersihan, membuat persaingan di dunia jasa cuci sepatu semakin ramai dengan mulai bermunculan perusahaan-perusahaan baru dengan konsep yang lebih menarik.
- b. Kompetitor lebih fokus dalam menjalankan bisnis promosi kepada masyarakat berbentuk edukasi seperti mengadakan bazaar dan seminar tentang bagaimana cara membersihkan sepatu dengan benar.
- c. Eksistensi kompetitor lebih dikenal dan dipandang oleh masyarakat karena perusahaan pesaing lebih dulu berdiri dari.
- d. Jasa cuci sepatu kompetitor memiliki partner ternama sehingga dengan melihat *track record* akan memberikan nilai lebih di mata masyarakat yang akan menggunakan jasa cuci sepatu.