

BAB III

GAMBARAN CV. ELIXA INDONESIA

A. Lokasi Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah CV. Elix Indonesia Kota Palembang yang berlokasi di Jl. Maju Bersama I No.099 RT.022 RW.004 Kelurahan. Talang Kelapa Kec. Alang-Alang Lebar Palembang, Provinsi Sumatera Selatan yang didirikan pada Tahun 2012 . Yang bergerak dibidang jasa profesional untuk seluruh kebutuhan desain arsitektur serta pembuatan, pemasangan desain *interior* dan *furniture* disegala jenis ruangan. ¹

B. Deskripsi Obyek Penelitian Profil Perusahaan

Berdiri Pada Tahun 2012, CV.Elix Indonesia merupakan salah satu perusahaan dibidang jasa desain dan pembuatan *Architecture-Interior-Furniture* yang terpercaya dan berpengalaman lebih dari 350 *Project*, Baik dalam ruang lingkup pribadi, perusahaan swasta, maupun instansi pemerintahan.

CV Elix Indonesia adalah salah satu usaha terpercaya dan sangat berpengalaman yang bergerak dibidang jasa profesional untuk seluruh kebutuhan desain arsitektur serta pembuatan, pemasangan desain interior dan furniture disegala jenis ruangan. Dengan membawa slogan “*We Plans-We Create-We Realize*”.

CV Elix Indonesia Hadir membawa solusi untuk kebutuhan ruang, yang mengartikan semua solusi yang konsumen butuhkan mulai dari perencanaan hingga terwujud hasil yang sesuai perencanaan tanpa meninggalkan kesan dan permintaan

¹ Sumber data dokumen CV. Elix Indonesia

konsumen. Dengan tim dan desainer profesional kami siap mewujudkan setiap detail yang konsumen inginkan.

Kebutuhan akan estetika dan keindahan dalam bangunan dan ruangan telah menjadi prioritas bagi sebagian kalangan. Hadirnya jasa desain arsitektur interior dan furniture tentu menjadi angin segar dan memberi warna baru pada dunia properti Indonesia khususnya kota Palembang dan wilayah Sumatera Selatan, dengan dedikasi serta mengutamakan kualitas kecepatan dan ketepatan yang tinggi. CV Elix Indonesia sehingga dapat memenuhi semua kebutuhan anda akan desain arsitektur interior dan furniture serta membuat kenyamanan anda dengan kualitas dan jaminan kepuasan dalam properti.²

C. Visi Misi Perusahaan

1. Visi

Menjadi salah satu perusahaan desain *Architecture Interior Furniture* dan *Building* terbaik dan terpercaya di Sumatera Khususnya kota Palembang dan Daerah Sumatera Selatan.³

2. Misi

Menjadi Rekan terpercaya konsumen untuk mewujudkan kenyamanan dan keindahan bangunan konsumen secara rapi, cepat dan tepat waktu serta jaminan kualitas terbaik dengan harga bersahabat.⁴

² Sumber data dokumen CV. Elix Indonesia

³ Sumber data dokumen CV. Elix Indonesia

⁴ Sumber data dokumen CV. Elix Indonesia

D. Strategi Pemasaran

1. *Personal Selling*

Dengan cara memanfaatkan Karyawan perusahaan untuk menawarkan Produk – produk perusahaan. Melakukan komunikasi secara langsung (tatap muka) antara penjual dengan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya.

2. Pameran

Dengan mengikuti semua pameran tentang jasa *Property* dan *Interior* Khususnya Dikota Palembang, karena dengan mengikuti pameran.kita bisa mengenalkan produk sehingga produk kita dapat dikenal banyak orang. Ditinjau dari jumlah sasaran yang ingin dicapai, pameran termasuk jenis metode penyuluhan yang menggunakan pendekatan massal. Melalui pendekatan ini banyak manfaat yang dapat diperoleh dari pelaksanaan pameran, antara lain :

- 1) Menarik perhatian dan meningkatkan pengertian banyak orang.
- 2) Memberikan alternatif berbagai usaha kepada pengunjung terhadap cara-cara baru.
- 3) Menumbuhkan daya tarik pada kegiatan-kegiatan terbaru.
- 4) Memperlihatkan proses perbaikan berbagai macam teknologi dari masa kemasa.

3. Brosur

Khusus sarana ini membagikan brosur tentang Produk – produk Unggulan Kita pada saat pameran, ataupun bertemu customer baru, Sehingga Calon Konsumen bisa mengetahui apa saja kelebihan dari produk-produk pada CV. Elix Indonesia.

4. Iklan

Membuat Iklan dimuat dalam banyak media cetak dan media spanduk serta social media baik official maupun milik karyawan itu sendiri, karena media ini sangat efektif dalam pengenalan produk produk jasa kita.

5. Pengembangan Produk

Melakukan Pengembangan Produk baik itu dari segi Pelayanan maupun efisiensi waktu dan kapasitas produksi agar tetap menghasilkan hasil kerja yang maksimal, dan menekan complain dari konsumen.

6. Kegiatan Promosi

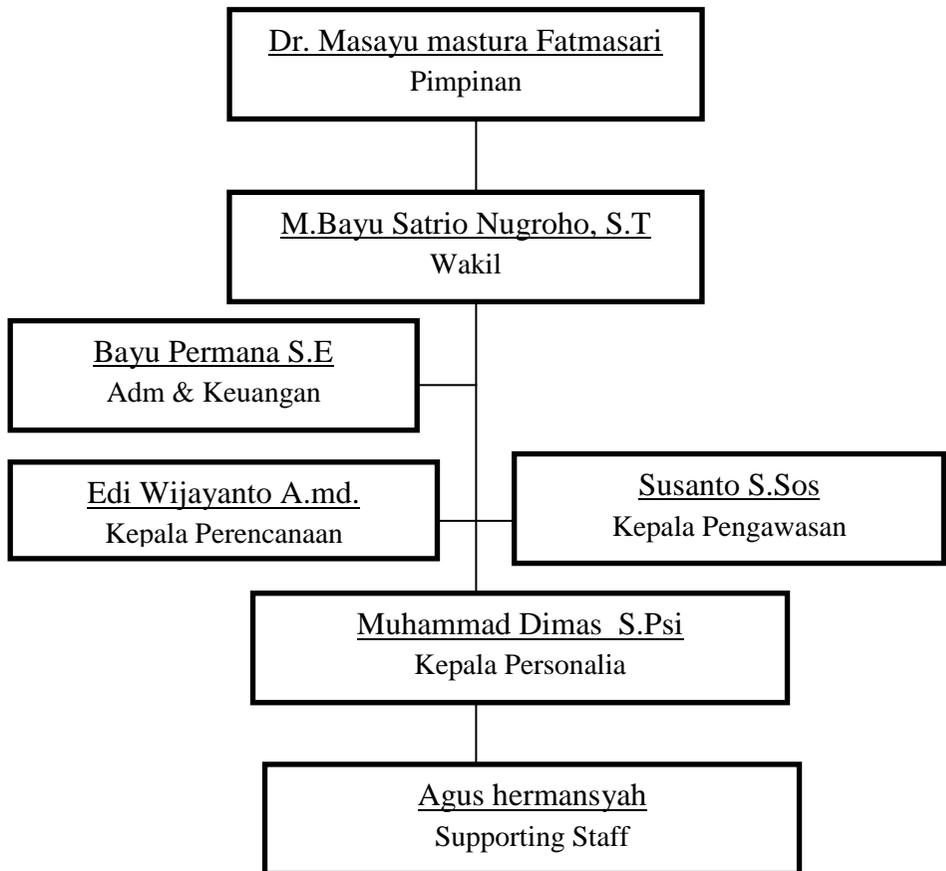
Selalu mengadakan kegiatan promosi ataupun diskon dan bonus lainnya di setiap bulannya, baik itu melalui online ataupun offline, guna mendekatkan jarak antara perusahaan dan konsumen.⁵

E. Struktur Organisasi

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi dan didalamnya memperlihatkan kedudukan dan, tugas dan tanggung jawab masing-masing individu dalam perusahaan tersebut. Struktur organisasi merupakan kerangka kerja yang teratur didalamnya

⁵ Sumber data dokumen CV. Elix Indonesia

terdapat bermacam-macam fungsi masing-masing bagian yang harus saling bekerja sama sehingga tercipta hubungan kerjasama yang teratur dan harmonis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Melalui struktur Organisasi ini dapat terlihat jelas batasan, wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian, ini akan mempermudah pimpinan untuk melaksanakan pengawasan dan meminta pertanggung jawaban atas tugas yang di bebankan pada masing-masing bagian.

STRUKTUR ORGANISASI**CV. ELIXA INDONESIA**

Nama Perusahaan : CV. Elix Indonesia.
 Nama Pemilik : Dr, Masayu Mastura Fatmasari
 Alamat Perusahaan : Jl. Maju Bersama I No.099 RT.022
 RW.004 Kelurahan. Talang Kelapa Kec.
 Alang-Alang Lebar Palembang, Provinsi
 Sumatera Selatan
 Kegiatan Usaha : Perdagangan Dalam Negeri
 Bidang Usaha : Perdagangan Barang & Jasa
 Barang/ Jasa dagangan Utama : Kantor Administrasi, Konsultan Teknik,
 Perencanaan, Pengawasan, *RAB,DESAIN,*
MEUBELER, ADVERTISING, FURNITURE.

F. Profil Informan

No.	Nama	Jabatan	Jenis Kelamin	Tanggal Wawancara
1.	M. Bayu Satrio Nugroho	Wakil Pimpinan (Pekerja Tetap)	Laki-Laki	19 Juni 2019
2.	Agus Hermansyah	Supporting Staff (Pekerja Kontrak)	Laki-Laki	19 Juni 2019
3.	Beni	Produksi (Pekerja Kontrak)	Laki-Laki	20 Juni 2019
4.	Rangga	Produksi (Pekerja Kontrak)	Laki-Laki	20 Juni 2019