

2.IDENTIFIKASI DATA

2.1 Identifikasi Data

2.1.1 Sejarah PT. Dunamos

Tahun 1969 Bp.Habib Wijaya sudah dikenal sebagai salah satu pedagang di Pasar Yaik Permai Semarang dagangannya berupa pakaian dan barang barang lain. Dengan keuletan dan ketrampilan dalam memenuhi permintaan para konsumennya. Maka pada 10 April 1976 didirikan *home* Industri dengan membeli peralatan 8 buah mesin jahit, 8 mesin obras, 2 mesin setrika, 1 buah mesin potong, 20 karyawan.

Seiring berjalannya waktu maka pada tanggal 20 Maret 1986 usaha yang dulu masih berupa *home* Industri berkembang menjadi Perseroan Terbatas lokasi Jl. Brigjen Sudiarto 167 Semarang.

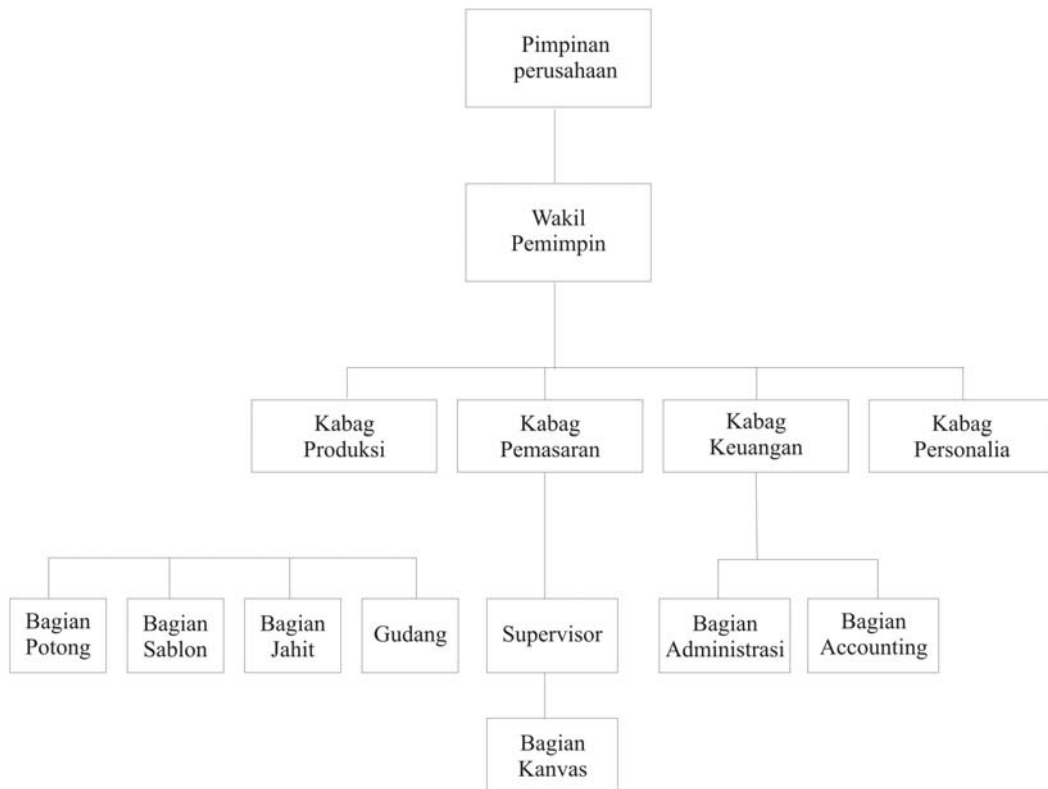
Tahun 1991 PT Dunamos mempunyai 75 karyawan, 5 sales. 2 buah mesin bordir kemudian mengeluarkan merk Pakaian “Walton”, Nama “Walton” diambil dari salah satu nama orang berhasil di Amerika. Mula mula sebagai produsen kaos untuk remaja/dewasa memiliki beberapa *counter* di beberapa pusat perbelanjaan, tetapi setelah mengalami banyak perubahan dan perkembangan maka PT. Dunamos mengubah jalurnya menjadi produsen untuk pakaian anak-anak 1-5th.

Dan terakhir pada Tahun 2004 ini mempunyai 3 mesin bordir, 60 mesin jahit, 10 mesin sablon, 115 karyawan, 6 orang sales.

Pada kerusuhan Mei 1998 mengalami kerugian di tempat tempat yang mengalami penjarahan dan pembakaran. karena PT Dunamos memasarkan produk produknya di tempat itu. PT Dunamos mencoba menawarkan barang kepada para pedagang itu. Karena sangat membutuhkan barang-barang itu untuk di jual, mereka memesan kepada PT Dunamos, sehingga perusahaan meraup keuntungan dan dapat bertahan.

Saat ini PT. Dunamos masih terus beroperasi dan berusaha mengembangkan produksinya untuk mengimbangi berbagai pesaing baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

2.1.2 Struktur Organisasi PT. Dunamos



2.2 Identifikasi dan Analisis Produk

Walton merupakan salah satu merk pakaian anak dengan target audience masyarakat kelas menengah. Lebih banyak disebarakan ke daerah daerah sekitar kota besar misalnya Surabaya, Jakarta dan lain sebagainya. Sehingga merk ini masih kurang dikenal di kota besar. Tapi bagi masyarakat di daerah penyebarannya merk Walton sudah tidak asing lagi, karena selain memiliki harga yang terjangkau, kualitas dari produk Walton sudah tidak diragukan lagi

2.2.1 Data Produk

Nama Produk :

Walton

Pengelola :

PT. Dunamos

Kantor Pusat :

Jl. Brigjen Sudiarto No 167 KM 10

Semarang Timur 50113

Jawa Tengah

Indonesia

Telepon :

Phone (024) 710950 – 719519

Fax. (024) 719714

2.2.2 Potensi produk

“Walton” memproduksi berbagai jenis pakaian untuk anak-anak dengan berbagai model, corak dan desain yang berkualitas pengembangan kualitas dan mutu terus dilakukan untuk dapat terus eksis dan merebut pasar pakaian balita di Indonesia.

2.2.3 Data pemasaran

Ada dua macam sistem pemasaran yang dijalankan oleh P.T Dunomas yaitu:

Sistem langsung, P.T Dunomas memiliki toko di pasar Yaik Permai, Semarang bernama Sido Mumbul, perusahaan dapat memasarkan produknya secara langsung, tanpa perantara. misalnya sales atau pedagang besar, konsumen dapat langsung membeli produk perusahaan di tempat itu baik secara eceran maupun partai

Sistem tidak langsung memakai tenaga sales dan bekerja sama dengan toko toko serba ada., ada 2 cara:

a. Pemasaran melalui toko serba ada terlebih dahulu setelah itu konsumen mendapatkan dengan cara membeli di toko serba ada tersebut. Open Market perusahaan memasukkan produk ke dalam toko serba ada tersebut dengan kompensasi toko tersebut menyediakan tempat sebuah *counter* sebagai tempat penjualan produk.

b. P.T Dunamos - Pedagang besar – Pengecer - Konsumen

Sebagian besar adalah pedagang besar yang membeli barang dengan partai besar berasal dari kota Semarang maupun luar kota mis: Jakarta, Bandung, Bogor, Solo, Yogyakarta, Demak, Kudus, Surabaya, Malang, dari pedagang besar kemudian ke pengecer,

2.2.4 Produk yang dipasarkan

Produk yang diproduksi berupa pakaian anak-anak balita terutama untuk anak perempuan antara lain: rok, terusan, setelan dan kaos, kaos oblong, untuk laki-laki dan perempuan, bahannya terbuat dari Detron Cotton, 100% cotton.

2.2.5 Posisi produk

Walton merupakan sebuah produk pakaian untuk anak-anak balita yang sudah cukup lama bergelut di pasar perdagangan, tetapi hanya lewat merchandise yaitu stiker dan iklan radio yang hanya dipasang atau dibagikan di daerah penyebaran utamanya yaitu Semarang, sehingga produk “Walton” masih kurang dikenal.

2.2.6 Data pesaing

- **Kindys**

Sebuah merk pakaian untuk anak balita yang memiliki pabrik di Semarang memiliki daerah penyebaran paling besar di Jawa Tengah, kemudian Jawa Barat. Memiliki target market yaitu golongan menengah. Untuk memasarkan produknya Kindys memiliki outlet di toko-toko serba ada yang ada di Semarang.

- **Color**

Sebuah merk pakaian yang juga diperuntukan untuk anak balita masih berupa home industry tetapi sudah memiliki omzet yang cukup besar, daerah penyebaran di Jawa Tengah ke arah Jawa Barat.

2.2.7 Sarana Komunikasi Visual yang telah ada

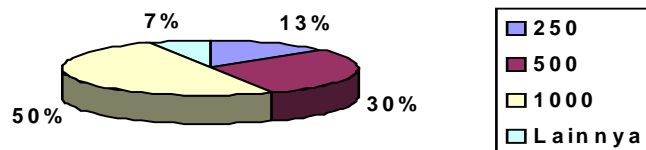
1. Iklan Radio
2. *Merchandise* berupa Stiker

2.2.8 Hasil *Survey*

Berikut hasil *survey* yang dilakukan lewat penyebaran kuesioner. Hasil jawaban dari kuesioner tersebut, selanjutnya diolah dengan sistem prosentase dan diperoleh asumsi-asumsi dari analisa tersebut.

1. *Berapa pengeluaran Anda dalam sebulan?*

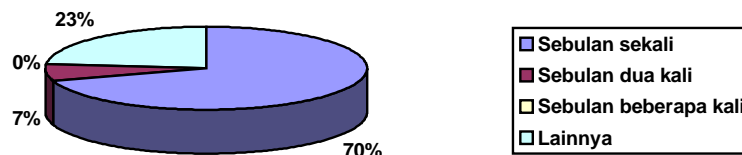
Sebagian responden mengatakan pengeluaran antara Rp.250.000, Rp500.000, Rp. 1.000.000, dan lainnya



Asumsi: Sebagian besar responden mempunyai pengeluaran perbulan yaitu sebanyak Rp1.000.000-1.500.000, dan sebagian besar lainnya sebesar Rp.500.000 – 1.000.000.

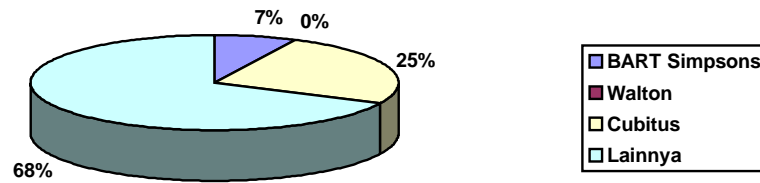
2. *Seberapa sering anda membelikan pakaian untuk anak anda?*

Beragam jawaban dari responden antara sebulan sekali, sebulan dua kali, sebulan beberapa kali.



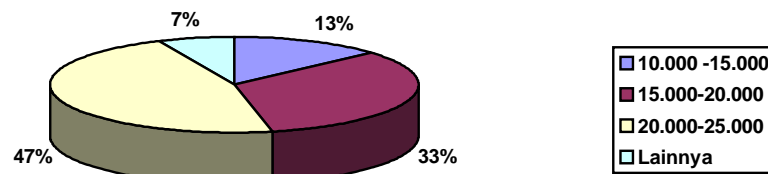
Asumsi: Kebanyakan responden membelikan anaknya baju sebulan sekali. Kemudian sebulan sebulan dua kali dan seterusnya.

3. *Merk pakaian yang sering anda beli?*



Asumsi: Karena beragamnya merk pakaian anak yang beredar di pasaran maka kebanyakan responden memilih merk pakaian sendiri. “Cubitus”, “Bart Simpsons” adalah merk yang dipilih karena sudah memiliki *counter* di tempat perbelanjaan. Karena pendistribusian yang belum merata maka kebetulan para responden belum pernah mengetahui merk “Walton”.

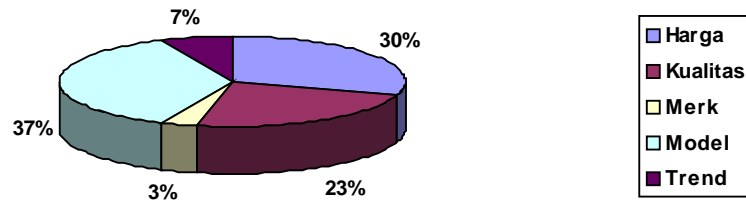
4. Harga pakaian anak yang anda beli?



Asumsi: Menurut jawaban dari responden kebanyakan membeli pakaian dengan harga Rp. 15.000-25.000 maka dapat dilihat bahwa harga yang tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah adalah pilihan kebanyakan responden.

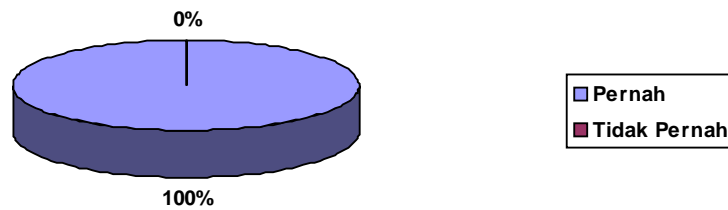
5. Yang menjadi prioritas utama dalam membeli pakaian anak?

Pertanyaan diajukan kepada responden mengenai apa yang menjadi prioritas utama dalam membeli pakaian untuk anak.



Asumsi: Model suatu baju merupakan prioritas dari orang tua dalam membelikan baju untuk anaknya, harga dan kualitas juga merupakan salah satu pertimbangan penting dari orang tua dalam membelikan baju untuk anaknya, sedangkan yang mementingkan merk dan model hanya sebagian kecil.

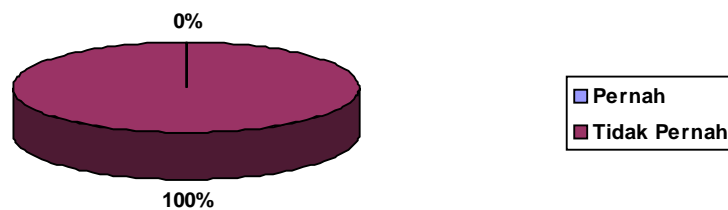
6. Apakah anda pernah mengetahui/ membeli merk pakaian anak “Walton”?



Asumsi: Responden belum pernah mengetahui merk pakaian “Walton” karena pendistribusian belum dilakukan secara merata.

7. Jika pernah bagaimana pendapat anda tentang pakaian anak “Walton”?

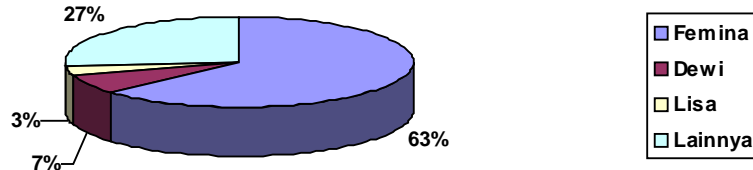
Responden belum pernah mendengar tentang pakaian anak “Walton”



Asumsi: Responden beelum pernah mendengar/ membeli produk pakaian “Walton” sehingga tidak dapat mengisi tabel tabel desain, merk, harga, kualitas.

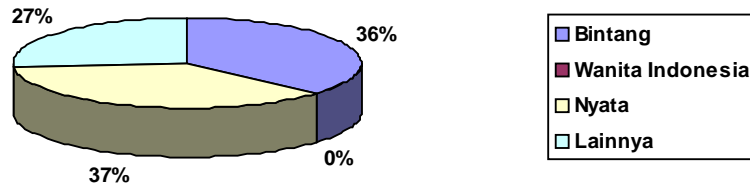
8. Majalah yang paling sering di baca?

Responden diminta untuk menuliskan majalah yang sering dibaca.



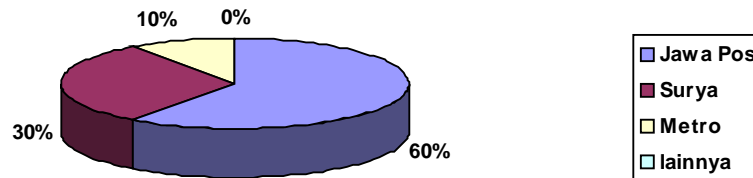
Asumsi : “Femina” merupakan majalah yang paling sering dibaca oleh responden yang mayoritas wanita, karena “Femina” sudah terbit sejak lama dibandingkan majalah seperti “Dewi” dan “Lisa” dan memiliki jumlah pembaca yang paling banyak.

9. Tabloid yang paling sering dibaca?



Asumsi: Berdasarkan survei maka tabloid terbanyak dibaca adalah “Bintang” , dan “Nyata” yang digemari oleh responden yang sebagian besar adalah wanita, Sedangkan majalah lain memiliki lebih sedikit pembaca.

10. Nama Surat kabar yang sering dibaca



Asumsi: Media cetak yang paling umum dibaca oleh masyarakat adalah Koran/ Surat kabar. Dalam hal ini surat kabar yang paling diminati adalah Jawa Pos, Karena daerah penelitian kita adalah populasi masyarakat Surabaya maka surat kabar yang paling diminati adalah “Jawa Pos” yang memang pusat peredarannya di Surabaya. Koran adalah media cetak yang paling jitu untuk beriklan karena dapat dibaca oleh segala golongan, berbagai tingkat usia, dan tingkat sosial. Selain itu “Surya” yang merupakan surat kabar nomor dua yang digemari di ”Surabaya”, kemudian “Metro”.

2.3. Analisis Data

2.3.1 Tinjauan Teoritis Analisis

- Definisi Pemasaran

Lembaga pemasaran terkemuka yang ada di Inggris, yakni BCIM mendefinisikan istilah pemasaran sebagai: Proses manajemen yang bertanggung jawab terhadap identifikasi, antisipasi, serta pemenuhan kebutuhan konsumen, dan dalam waktu yang bersamaan menciptakan keuntungan bagi perusahaan.

- Definisi periklanan

Institut Praktisi Periklanan Inggris mendefinsikan istilah itu sebagai berikut : Periklanan merupakan pesan-pesan penjualan yang persuasif yang diarahkan kepada calon pembeli yang paling potensial atas produk atau jasa tertentu dengan biaya yang semurah mudahnya.

Menurut Rhenald Kasali iklan adalah pesan penawaran suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat media dengan jalan membujuk orang untuk membeli.

2.3.2 Analisa SWOT

- Strengths

Memiliki desain dan corak yang bagus, bahan dan kualitas yang halus, Memiliki Jalur Distribusi yang baik

- Weakness

Banyaknya produsen garmen sejenis, sehingga sulit untuk menonjolkan produk di persaingan industri garmen di Indonesia.

- Opportunities

Memiliki pangsa pasar tersendiri

Dengan perkembangan produk dan usaha dari “Walton” diharapkan agar dapat terus maju dan mengembangkan produksi serta target audience.

- Threats

Banyaknya kompetitor baru baik dari dalam maupun luar negeri yang merupakan ancaman baru bagi “Walton”

Kompetitor-kompetitor terdahulu yang sudah lama dan semakin kuat meramaikan persaingan dalam industri garmen di Indonesia.

2.3.3 Kesimpulan Analisis Data

Dengan melihat data yang sudah ada, “Walton” memiliki keunggulan yaitu desain dan kualitas yang bagus, dan memiliki harga jual yang bersaing dengan pesaing-pesaing yang ada di pasar. Dengan melihat kelebihan ini maka perlu diciptakan perancangan komunikasi yang mengangkat kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh “Walton”, sehingga dapat tertanam suatu *brand image* yang memperkuat posisi “Walton” di dalam persaingan pasar pakaian balita di Indonesia.

Kelemahan di tanggulangi dengan menciptakan suatu perancangan komunikasi visual untuk menonjolkan produk “Walton” dan melakukan promosi secara gencar.