BAB III

PROFIL PERUSAHAAN

3.1. TinjauanUmum Perusahaan

3.1.1. Sejarah Perusahaan

Bi-Ensi Fesyenindo berdirisejak 14 Agustus 1997 dan mulai berbadan hukum menjadi CV. Bi-ensi Fesyenindo tahun 1998. Pada mulanya perusahaan lebih berorientasi kepada bisnis manufaktur pakaian dan hanya memiliki beberapa toko ritel pakaian.

Pada tahun 2002 perusahaan membuat dan menerapkan visi dan misi perusahaan sebagai landasan kerja untuk mencapai cita-cita dan harapannya di masa yang akan datang.

Padatahun 2002 akhir, Bi-Ensi Fesyenindo mengubah dan menentukan strategi baru dengan menciptakan dan membangun merk ciptaan sendiri yaitu *3 SECOND.* Strategi baru dibuat untuk memenuhi dan menyelaraskan strategi perusahaan dengan visi dan misi yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Pada tahun 2004, Bi-Ensi Fesyenindo melanjutkan pengembangannya dengan menciptakan merk *GREENLIGHT*, dan kemudian mengeluarkan produk MOUTLEY pada tahun 2008, dan THE FAMO pada akhir tahun 2009. Dari produk-produk di atas memiliki gaya yang berbeda dalam setiap desainnya, tetapi tetap berada pada garis merah pada budaya remaja dan menjelajahi

beberapa diantara kehidupan dan membuat nilai lebih bagi yang memakainya.

Saat ini dan di masa yang akan datang, perusahaan bertekad untuk mengembangkan 4 merk ini menjadi merk besar dan ternama yang mampu melayani pasar Indonesia dan dunia.

Bi-Ensi Fesyenindo mengelola semuanya dengan cara yang modern dan profesional, juga telah membawa keempat jenis produk menghasilkan desain yang tak terhitung jumlahnya dan tujuannya adalah untuk menjadikan produk fesyen yang terbaik.

Dan saat ini Bi-Ensi Fesyenindo telah mengembangkan bisnisnya dengan menambah ke bidang lain dimana saat ini telah memiliki restoran, yaitu Green Café & Resto di Jl. Diponegoro, took kue Green Cake di Jl. Citarum, dan Furniture Interior & Design yaitu O'Circle.

3.1.2. Visi, Misi dan Strategi Perusahaan

1. Visi

   Menjadi perusahaan penyedia fesyen yang terdepan dalam kepuasan pelanggan untuk melayani pasar Indonesia dan dunia.

2. Misi

   Memproduksi, memasok dan menjual barang langsung produk fesyen kepada pasar. Sasaran untuk kepuasan pelanggan, dan karyawan. Dengan memperhatikan lingkungan dan peraturan pemerintah.

3. Strategi Perusahaan

Strategiperusahaan CV. Bi-EnsiFesyenindoadalah:

a. Menciptakan brand *3 SECOND, GREENLIGHT, MOUTLEY* dan *THE FAMO* dengan *coverage area* Indonesia dan dunia
b. Mengutamakan kepuasan pelanggan

3.1.3. Internalisasi Budaya Perusahaan

Budaya kekeluargaan yang ada di CV. Bi-Ensi membuat semua orang yang bekerja di Bi-Ensi menjalankan tugasnya dengan baik.

3.1.4. Wilayah Kerja dan Distribusi Produk

CV. Bi-Ensi memiliki industri manufaktur yang memiliki cakupan wilayah kerja yang cukup luas, hampir di setiap kota-kota besar yang ada di Indonesia dibuat showroom dan street shop untuk menjual berbgai macam produk untuk kebutuhan pria dan wanita, khususnya di bidang fesyen. Adapun penyebaran wilayah distribusinya, diantaranya :

A. SHOWROOM
   1. Bandung : Bandung Super Mall, Bandung Indah Plaza, Cihampelas Walk
   2. Jabodetabek : Kelapa Gading Mall 3 Jakarta , Mall Ciputra Jakarta, Pluit Village Jakarta, Plaza Atrium Senen Jakarta, Plaza Blok M Jakarta, Margo City Mall Depok,

Metroplolitan Mall Bekasi, Karawaci Super Mall Tangerang

3. Semarang : Java Super Mal
4. Surabaya : Tunjungan Plaza II, Delta Plaza
5. Palembang : PTC Mall
6. Mataram : Mataram Mall 2
7. Pekanbaru : Mall CiputraPekanbaru

B. STREETSHOP

1. Bandung : Jl. Trunojoyo No. 15, Jl. BuahBatu No.8
2. Bandar Lampung : Jl. Jend. Sudirman
3. Purwokerto : Jl. HR Bunyamin No.30
4. Serang : Jl A. Yani No. 48
5. Denpasar : Jl. Teuku Umar No. 84
6. Pangkalpinang : Jl. K.H Abdurrachman Siddik
7. Yogyakarta : Jl. Raya Seturan No. 8
8. Jakarta Timur : Jl. Kalimalang Raya Blok N No.12G
9. Malang : Jl. Soekarno-Hatta Kav. 3 No.3
10. Blikpapan : Jl. Jend Sudirman No.251
11. Banjarmasin : Jl. Veteran No. 7
12. Makassar : Jl. Hertasning No. 6

C. ALSO AVAILABLE

Matahari, RIMO, Centro, Golden Truly dan YOGYA Departement Store.

3.1.5. Produk Perusahaan

Di bawah ini Ada beberapa produk dari brand CV. Bi-Ensi Fesyenindo yang dibuat untuk nantinya dipasarkan ke masyarakat :

THE FAMO



GREENLIGHT



MOUTLEY



3SECOND

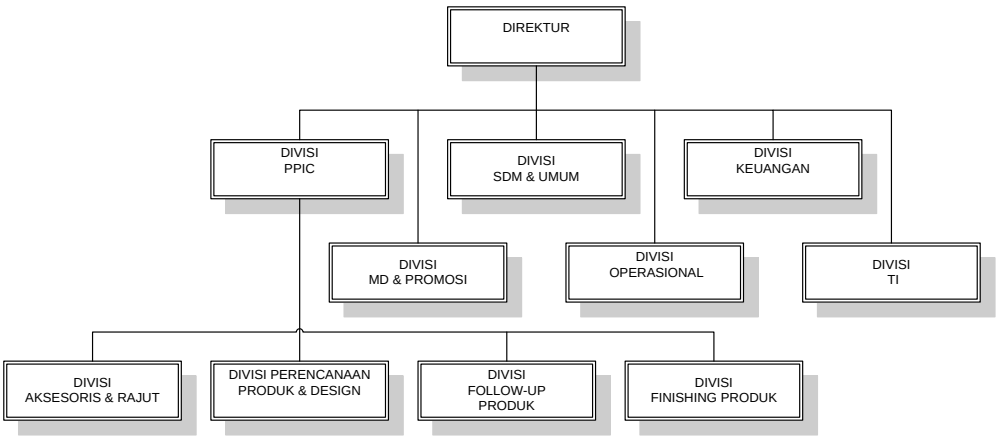


Sumber : CV. Bi-EnsiFesyenindo

Gambar 3.1

Produkdari brand Bi-Ensi

3.2. Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber : CV. Bi-Ensi Fesyenindo 2011

Gambar 3.2

Struktur Organisasi CV. Bi-Ensi Fesyenindo 20111

3.3. Logo Perusahaan

Sumber : CV. Bi-Ensi Fesyenindo

Gambar 3.3

Logo Perusahaan

3.4. Deskripsi Kerja

a. Direktur

1. Mengelola dan mengendalikan seluruh kegiatan yang ada di CV. Bi-Ensi Fesyenindo.
2. Memberikan surat jalan untuk pegawai yang melakukan kegiatan ke luar perusahaan

b. Divisi SDM &Umum

1. Mengatur tentang kepegawaian yang ada di CV. BiEnsi Fesyenindo
2. Mengadakan wawancara dengan calon pegawai yang akan bekerja di CV. Bi-Ensi Fesyenindo.

c. Divisi Keuangan

1. Mengatur segala bentuk kegiatan yang berhubungan dengan keuangan.

d. Divisi MD & Promosi

1. Membuat, mengelola, dan mempromosikan produk sesuai dengan brand yang telah ada di CV. Bi-Ensi Fesyenindo

e. Divis TI

1. Mengatur dan mengecek jika ada komputer yang bermasalah

f. Divisi Aksesoris & Rajut

1. Membuat produk (aksesoris) sesuai dengan brand yang ada di CV. Bi-Ensi Fesyenindo.

g. Divisi Perencanaan Produk & Design

1. Merencanakan produk dan membuat desain yang akan dibuat untuk nantinya di pasarkan ke masyarakat.

h. Divisi Finishing Produk

1. Mengecek dan membuat hasil rancangan produk.s