BAB II
TINJAUAN CV. SMALL & SMART

2.1 Sejarah Perusahaan

Small & Smart didirikan pada tanggal 1 Oktober 1998 oleh Ricky Riswandi. Small & Smart merupakan perusahaan biro iklan yang beralamat di Jl. Karinding no 2 Bandung. Status badan hukum perusahaan ini yaitu CV. Small & Smart .

Berbekal keberanian dan kemampuan relationship, serta pengalaman di bidang periklanan di Bandung dan Jakarta selama kurang lebih 6 tahun berdirilah Small & Smart dengan modal usaha 11juta untuk dibelikan satu set komputer, serta hanyamengandalkan tenaga designer freelance. Kegiatan awalnya adalah butik kreatif dengan kata lain memulai usahanya dengan menerima pekerjaan yang bersifat cetakan, seperti membuat company profile, kartu nama, poster, spanduk, dsb.

Klien pertama yang sangat berperan dalam membantu mengangkat dan membesarkan Small & Smart adalah PT. Telkom, Bank NISP dan Bn'C Casual. Karena belum adanya suatu *agency* yang benar-benar melakukan pelayanan terintegrasi pada kliennya, khususnya di Bandung. Maka hal itu dianggap sebagai tuntutan, tantangan dan peluang bagi Small & Smart untuk mengembangkan pelayanan usahanya menjadi *full service agency,* agar dapat melayani klien dengan baik, lebih terprogram dan menyeluruh. Layanan ini yang biasa dikenal sebagai komunikasi pemasaran merupakan salah satu bentuk promosi yang tidak terpisahkan dari kegiatan pemasaran. Untuk mengembangkan suatu Agency yang melakukan *full service,* Small & Smart merasa harus melakukannya sebagai suatu proses waktu yang agak lama, mengingat kondisi bisnis dan pengusaha di Bandung yang relatif belum begitu kondusif. Oleh karena itu suatu misi khusus, bagi Small & Smart dalam mengubah cara pemikiran para pengusaha/pengiklan agar paham dan sadar betapa pentingnya berpromosi dengan cara terencana dan terintegrasi, agar berdampak bagi kegiatan pemasaran secara optimal. Hal itu menjadikan

salah satu hal yang harus dikedepankan oleh Small & Smart untuk memberikan edukasi dan pertimbangan-pertimbangan rasional bagaimana cara melakukan kegiatan promosi yang lebih terpadu.

Sampai pertengahan tahun 2002, menjelang usianya yang ke 4 tahun, perkembangan dan kinerja perusahaan terus menunjukan peningkatan yang signifikan. Dilihat dari volume penjualan rata-rata pertahun perusahaan telah meningkat lebih dari 40%. Yang mana tahun 2002 ini, manajemen menargetkan omzet penjualan mencapai kurang lebih 0,5 miliar. Disamping itu dari segi asset pun perusahaan telah cukup berkembang dengan telah membangun kantor yang lebih representatif, didukung oleh oleh komputer dan furniture yang memadai. Sebagai pendukung tim pemasaran dan ekspidisi, perusahaan telah dilengkapi dengan satu kendaraan mobil dan dua buah sepeda motor. Sebagai perusahaan jasa, Small & Smart senantiasa menandalkan kemampuan dan loyalitas SDM, yang dari waktu terus menunjukan produktivitas dan kualitas pekerjaan yang terus berkembang.

2.2 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan	:	CV.Small & Smart
Berdiri	:	1 Oktober 1998
Bidang Perusahaan	:	Biro iklan dan *Publishing*
Alamat	:	Jalan Karinding Nomor 2 Turangga Bandung
Telp./Fax	:	022 227306785
e-mail	:	small_smart@live.com

Gambar II.1 Logo Perusahaan CV.Small & Smart

2.2.1 Badan Hukum

- Akte Notaris No : 63 Tanggal 26 Februari 2002 berbentuk pendirian Perseroan Komanditer CV. Small & Smart , dengan notaris Etty Nugrahawati, SH.
- Alamat Badan Hukum : Jl. Karinding 2, RT 002, RW 01, kelurahan Turangga, Kec Lengkong- Bandung
- Surat Keterangan Domisili Perusahaan : No.19/DP/III/2002
- Surat Izin Tempat Usaha (SITU) Nomor: 536/SI-6109/KMPD/2002
- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP): 02.084.066.6-424.000
- Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Kecil Nomor: 510/1-0300-DISINDAG/2002
- Tanda Daftar Perusahaan. Nomor TDP: 101135210483

2.2.2 Filosofi perusahaan

Dari asal katanya Small & Smart terdiri dari 4 kata, yaitu *Small, All, Smart* dan *Art* yang artinya bila dikombinasikan mengandung arti : Dengan perusahaan kecil (*Small Office*) namun memiliki kekuatan yang besar yang dapat mengerjakan semua hal (*All*) dengan cara-cara yang cerdik (*Smart*) dengan mengedepankan kreativitas yang estetis (*Art*)

Dengan kata lain dengan perusahaan yang relatif lebih kecil maka lebih personal lincah, mudah bergerak dan dapat membuat kreativitas yang lebih tinggi untuk kepuasan dan keberhasilan proses promosi kliennya.

2.2.3 Keunggulan

Klien dalam membuat segala sesuatu yang berhubungan dengan proses promosi tidak hanya menginginkan sesuatu yang mempunyai nilai seni atau estetisnya saja, tapi juga menginginkan pelayanan yang bernilai tambah dari *agency*. Oleh karena itu Small & Smart tidak hanya merancang suatu desain dan mencari sarana untuk berpromosi yang mempunyai nilai seni tinggi dan berdaya jual, tetapi juga memberikan

pelayanan yang ekstra dan menyeluruh, seperti memperlakukan klien secara lebih baik, menjadikan hubungan bisnis dengan pendekatan personal, layaknya sebagaimana teman, juga menawarkan biaya yang lebih efisien dan bersaing, agar biaya yang dikeluarkan dirasakan klien sebagai investasi, yang pada akhirnya akan kembali juga dalam bentuk keuntungan.

Memberikan ide-ide yang brilian dan konseptual, unik dan original dan juga memberikan program promosi yang lebih menjual agar hasil yang dicapai sesuai dengan tujuan periklanan.

2.2.4 Slogan:

”*More friendly-cost efficiency-smart idea-conceptual”*

And

“The Smarter Solution To Promotion Problem”

And

“Do Smarter... Get Winner”

2.2.5 Visi dan Misi

Visi:

Small & Smart ke depan ingin menjadi *agent of cange*, yang menjadikan Small & Smart sebagai perusahaan periklanan (*full service agency*) yang terbaik dan terpercaya, sehingga dapat melayani program promosi klien dengan lebih terpadu sebagai *trendsetter full service agency* di kota Bandung.

Untuk 2 tahun mendatang diharapkan menjadi perusahaan iklan yang terbaik dan terpercaya di Bandung, sedangkan untuk di tingkat nasional diprediksi akan dicapai dalam jangka waktu 5 tahun mendatang.

Misi:

Membuat dan memiliki management perusahaan yang berkualitas dan produktif, tertuang dalam beberapa hal seperti struktur organisasi, *job descriptions*, dan lain-lain sebagai wujud menciptakan sumber daya manusia yang profesional di bidangnya masing-masing dan dapat

mengembangkan perusahaan menjadi yang terbaik. Disamping itu juga berupaya menciptakan budaya etos kerja perusahaan yang baik sehingga dapat memberikan iklim kerja bagi karyawannya dan dapat mengembangkan perusahaan. Sebagai tulang punggungnya adalah menyusun dan merealisasikan strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif. Sedangkan misi internalnya adalah ingin mengembangkan sumber daya manusia yang lebih sejahtera dan kreatif, dalam upaya untuk pengembangan karir bagi tiap individu dan akan berdampak langsung pada pengembangan perusahaan.

Misi eksternal harus sejalan dengan misi internal, agar perusaan bisa berjalan dengan seimbang, sehingga tidak punya citra yang bagus di luar saja, namun didalamnya pun tetap solid.

2.2.6 Klien

Pendidikan: MM Kesehatan Unpad- STIA LAN- STIEPAR AKTRIPA- ICDS- ELS Course- Darul Hikam- Pendidikan Seni Nusantara

Telekomunikasi : PT. Telkom- Gelari Telegiri; PT SMART- Indonet- SMS SMart Card- PT Quasar Cipta Mandiri- Link Selular- All FM Radio

Lembaga Keuangan dan Perbankan: Bank NISP- Bank Bisnis.

Industri : PT Trubustex (tekstil)- Export (EMPI) (tas)- PT Iwama Prima Tekstile Mills (handuk) – Bn'C Casual/ PT Fesyendo (Garmen)- RS dr Hasan Sadikin (Bag Anak; Bag Obsteri; Bag Bioetika & Humaniora)- PT Cahaya Obor Perkasa (Kerupuk Mekarwangi)- PT Huge Trading (Profil, Handle outdoor etc)-Seri Musik Indonesia;

Lain-lain : WHO- Unicef –BKOM Unpad- Rumah makan panineungan- Disbudpar Jawa Barat- Yens Baby & Fashion dan lain-lain dimana mereka telah menjadikan biro kepercayaan dalam mengaktualisasikan kebutuhan promosinya.

2.2.7 Layanan Usaha

- Below-the-line: calendars, annual reports, bulletins, brochures, company profiles, corporate identity, packaging, catalogues, shopping bags, mascots, logos, books, stationares, member cards, posters, leaflets.

- Above-the-line: Media planning & buying (newspappers, magazines, radio)

- Outdoor (billboard, banner, signage system,duratrans etc)

- Photography

- Advertising concept, design & program; Public Relation Program.

- Market Research

- Gift & Souvenir

2.2.8 Struktur Organisasi

Komisaris dijabat oleh Drs. H Dadan Sukarna. *Managing Director* dipegang oleh Ricky Riswandi (RK) dan wakilnya ditangani Ayu S (AS).

Sedangkan untuk empat departemen yang ada:

Creative Departement dipimpin langsung oleh RK sebagai *Creative Manager* dan *Art Director*, sedangkan *Designer* ditanganni oleh Agus (WG), RK, AS & Iwan-*freelance; Fotografer* oleh Herman-*freelance*, *Copy Writer* oleh Nunun-*freelance*, *Paste up artist*: Aep (AP), produksi oleh AS dan *traffic* oleh AP

Account Departement, Account Manager dipegang oleh RK dan Account Executive yang ada yaitu RK, AS, dan Sapra SP, serta dibantu freelance.

Marketing departement ditangani oleh AS dibantu oleh SP bagian media dan promosi penjualan/ PR, dibantu juga oleh Arif di bagian *outdoor* dan RK menangani bagian riset.

Management & Freelance Departement juga ditangani oleh AS dan membawahi bagian administrasi & personalia: AS dan *Supporting (Driver-Ekspedisi*) yang ditangani oleh AP.

STRUKTUR ORGANISASI

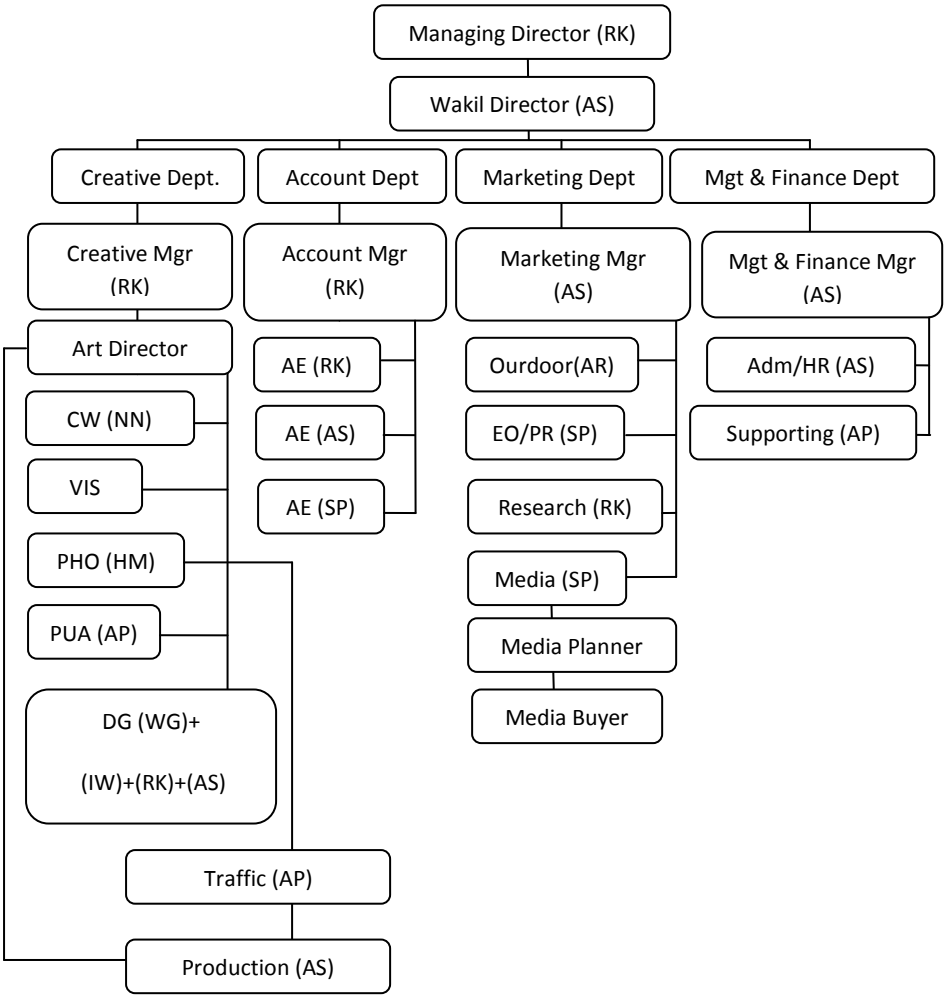


Table II.1 Table Struktur Organisasi