BAB2
TINJAUAN UMUM CV. IMAJI KREASI

2.1. Sejarah Perusahaan

CV. Imaji Kreasi (Vearst Jeans) merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang kreatif yang lebih mengutamakan dibidang *fashion* denim (Bahan untuk celana *jeans*).

Perusahan CV. Imaji Kreasi (Veasrt Jeans) berdiri pada tahun 2010 tepatnya tanggal 17 Agustus. Yang bermula dari perbincangan dua orang pemuda yaitu antara Mario dan Henry yang memiliki visi dan misi yang sama untuk membentuk sebuah perusahaan yang bergererak di bidang *fashion denim* yang berkualitas. Kemudian hadir Riyadh yang memilki visi dan misi serupa dan bergabung. Lalu pada akhir tahun 2010 perusahaan ini mengeluarkan produk yaitu *jeans* pertamanya yang berjudul *"Forest".* Dari awal produksi tersebut maka mereka memutuskan bahwa tanggal 17 Agustus menjadi tanggal berdirinya perusahaan CV. Imaji Kreasi (Vearst Jeans) didunia *fashion* Bandung.

Asal mula kata Vearst adalah kata yang diambil dari bahasa Inggris yang berarti pohon cemara, namun penulisan dan penyebutan kata yang tidak sebenarnya. Penyebutan yang sebenarnya yaitu *"fir".* Namun disini perusahaan mengubah menjadi *"first"* yang dibaca *feurst.* Dengan arti menjadi nomor satu dan menjadi penghubung bagi remaja, anak muda dan kawula muda untuk menuju dunia *fashion*.

Serta Logo dari CV. Imaji Kreasi (Vearst Jeans), terbentuk dari dua huruf "V" yang di gabungkan. Yaitu huruf "V" diambil dari kata VEARST. Pada huruf kedua di logo huruf "V" dibalikan

menjadi menyerupai segitiga tanpa alas. Hal ini dimaksdukan agar logo menyerupai pondasi pada sebuah jembatan, dengan maksud agar logo ini dapat kokoh menopang semua ide dan kreatifitas.

Perusahaan ini dibuat dengan maksud menyalurkan semua kreatifitas dan ide yang hadir dari tiga kepala yaitu Mario, Henry, dan Riyadh. Dari ketiga kepala pesrusahaan tersebut dapat menuangkan ide sesuai dengan keinginan dan idealisme masing – masing, namun tidak lupa akan kebersamaan agar kokoh seperti pohon cemara. Kemidian pada tahun 2012 hadirlah dua orang baru di perusahaan ini yaitu Yan yan dan Wildan menjadikan Vearst Jeans menjadi semakin kokoh dan kaya akan ide dan kreatifitas.

2.2. Profil Perusahaan

Badan usaha	: CV. IMAJI KREASI (VEARTS JEANS) adalah badan usaha yang dimiliki oleh dua orang atau lebih yang secara bersama-sama bekerja sama untuk mencapai tujuan bisnis.
Nama perusahaan	: VEARST JEANS
Bidang kerja	: Bisnis kreatif *fashion*
Target pasar / klien	: Dari kalangan remaja dan anak muda.
Logo Perusahaan	:



Gambar II.1. Logo perusahaan
Sumber : vearst jeans

Struktur Organisasi :



Tabel II.1. Struktur Organisasi

2.2.1. Visi dan Misi Perusahaan

Visi : Menjadi salah satu brand kreatif yang bisa menjadi panutan dan brand yang berkarakter kuat.

Misi : Meningkatkan *"Quality Things"* dibidang denim international, dan menggerakan pakaian yang bisa menjadi *"Use it Well".*

2.2.2. Profil Konsumen

Konsumen yang membeli produk dari Vearst Jeans kebanyakan pria, dari kalangan mahasiswa ataupun yang sudah bekerja dengan kisaran umur 17 tahun sampai 30 tahun.

Status ekonomi konsumen dari Vearst Jeans kebanyakan dari kalangan menengah ke atas, di karenakan harga dari produk yang di tawarkan cukup tinggi.

Prilaku konsumen dari Vearst Jeans adalah orang–orang yang mempuyai sifat idealisme tinggi, mempunyai minat terhadap sesuatu yang sedang *update* dan mengutamakan penampilan.

Target utama wilayah konsumen Vearst Jeans berada di kota–kota besar seperti Bandung dan Jakarta tetapi tidak menutup kemungkinan denga konsumen yang berada di sudut perkotaan. Karena Vearst Jeans sangat aktif membuat promosi dimedia *online.*