BAB2

TINJAUAN UMUM VEARST JEANS

2.1. Sejarah Perusahaan

Vearst Jeans didirikan pada tahun 2010 tepatnya tanggal 17 Agustus oleh Mario dan Henry yang memiliki visi dan misi yang sama untuk membentuk sebuah perusahaan yang bergererak dibidang *fashion,* tidak lama kemudian hadir Riyadh yang memilki visi dan misi yang sama dan akhirnya Riyadh bergabung.

Vearst Jeans mengeluarkan produk pertamanya diakhir taun 2010 yang berjudul *Forest*, dari awal produk tersebut diproduksi mereka memutuskan bahwa tanggal 17 Agustus menjadi tanggal berdirinya Vearst Jeans.

2.2. Profil Perusahaan

Vearst Jeans merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *fashion* menggunakan bahan utama denim dengan konsep *Quality Things* dengan maksud mengutamakan kualitas untuk para konsumennya.

Vearst Jeans memiliki arti dan makna tersendiri, kata Vearst diambil dari bahasa Inggris dari kata pohon cemara, namun penulisan dan penyebutan kata di rubah. Penyebutan yang sebenarnya yaitu *fir* Namun disini perusahaan mengubah menjadi *first* yang dibaca *feurst.* Dengan arti menjadi nomor satu dan menjadi penghubung bagi para remaja.

Logo perusahaan



Gambar II.1. logo perusahaan
Sumber : Vearst Jeans

Profil perusahaan dimana Praktian melaksanakan Kerja Praktek, sebagai berikut :

Nama Perusahaan	:	VEARST JEANS
Alamat	:	Jl. Margahayu Raya Barat Blok R2 No. 23 Bandung, Jawa Barat
Telpon	:	085659383869
E Mail	:	vearst@yahoo.co.id
Motto	:	***"Quality Things"***
Badan Hukum	:	*Commanditaire Vennotschaap* (CV)

2.2.1.Visi dan Misi Perusahaan

Vearst Jeans memiliki visi dan misi sebagai berikut :

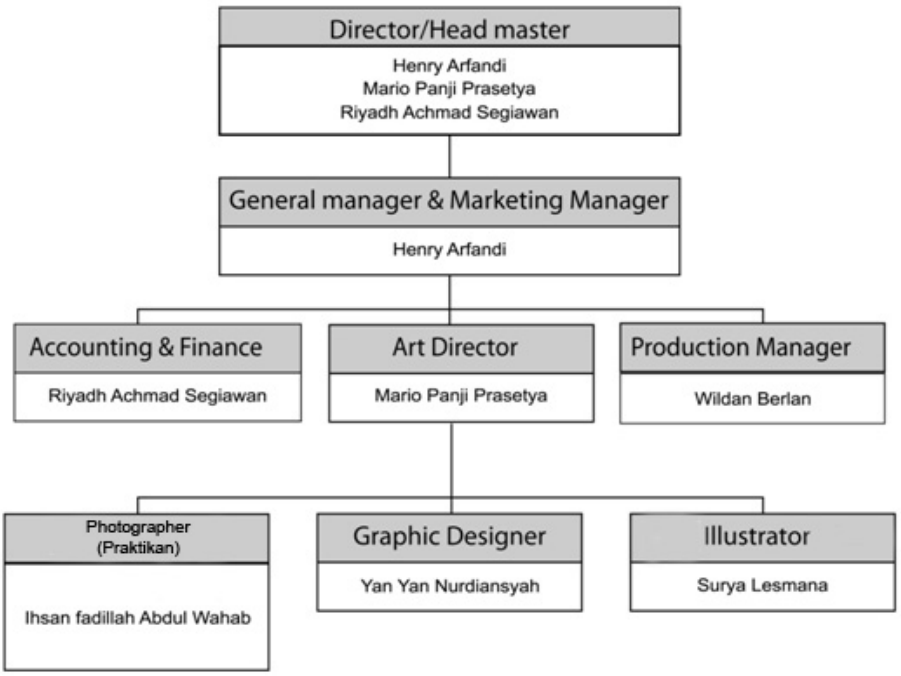
Menjadi yang terdepan sebagai perusahaan dibidang *fashion* memalui inovasi, komitmen dan harga yang bersaing dalam menawarkan produk–produk nya kepada konsumen dengan *Quality Things* dan diharapkan akan menjadi leader dipasar bisnis nasional dan internasional.

2.2.2. Bidang Perusahaan

Vearst Jeans bergerak dibidang *fashion* terdapat beberapa jenis produk yang di produksi, antara lain seperti jaket *jeans*, celana *jeans,* kemeja, polo *shirt* dan berbagai macam produk lainnya tetapi Vears Jeans memfokuskan produk utamanya pada celana *jeans.*

2.2.3. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi di Vearst Jeans terbagi menjadi beberapa bagian dengan pimpinan tertinggi dipegang oleh rapat para pemilik. Setiap bagian bertanggung jawab terhadap jabatan dan anggotanya.



Tabel II.1. Struktur Organisasi Vearst Jeans

Sumber : Vearst Jeans

2.2.4. Profil Konsumen

1. Demografi

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

2. Status Ekonomi Sosial

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

3. Psikografis

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

4. Geografis

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,* sekarang saja Vearst Jeans sedang membuka jaringan di Jepang.

2.2.5. Contoh Produk



Gambar II.2. Contoh Produk Jaket Jeans

Sumber : Vearst Jeans



Gambar II.3. Contoh Produk Celana Jeans

Sumber : Vearst Jeans



Gambar II.4. Contoh Produk Polo *Shirt*

Sumber : Vearst Jeans



Gambar II.5. Contoh Produk Kemeja

Sumber : Vearst Jeans