

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini peneliti akan menjelaskan tentang objek dan wilayah penelitian yang terdiri atas profil PT Titus Tekform Indonesia, logo perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan produk perusahaan. Berikut penjelasan lengkapnya:

A. Profil PT Titus Tekform Indonesia

PT Titus Tekform Indonesia adalah perusahaan perangkat furnitur yang sudah berdiri sejak tahun 1999. Diawal berdirinya, perusahaan berbentuk *Commanditaire Vennootschap* (CV) yang bernama CV.Titusindo Sejahtera yang berperan sebagai distributor dan memproduksi *furniture fitting* dari merek dagang Titus di Indonesia (PT Titus Tekform Indonesia, 2016).

Di tahun 2016, CV. Titusindo Sejahtera mengalami perubahan bentuk perusahaan karena sebagian besar sahamnya dibeli oleh Grup Titus. Grup Titus merupakan gabungan beberapa perusahaan yang terdiri atas Titus Internasional di Inggris, Titus Dekani di Slovenia dan Tekform Australia. Setelah berubah menjadi PMA (Penanaman Modal Asing), PT Titus Tekform Indonesia kini bertanggung jawab untuk memenuhi pasokan produk untuk Asia Pasifik, Amerika Serikat dan Eropa demi memenuhi kebutuhan pasar sehingga perusahaan memproduksi lebih banyak produk dan menambah varian produk (PT Titus Tekform Indonesia, 2016). Berdasarkan pernyataan *Operational Manager* (wawancara, 1 Maret 2021),

walaupun perusahaan mengalami perubahan dalam bentuk bisnisnya, PT Titus Tekform Indonesia sudah dikenal banyak pihak dalam industri furnitur karena aktif mengikuti pameran khususnya dalam bisnis industri furnitur yang berfokus pada ekspor.

Dari hasil wawancara dengan HRD (wawancara, 16 Juli 2021), PT Titus Tekform Indonesia memiliki 2 kantor di Indonesia. Perusahaan pusatnya berada di Tangerang Selatan dan kantor cabangnya berada di Surabaya. Lokasi kantor pusat PT Titus Tekform Indonesia berada di Taman Tekno Blok L2 No.6-7 BSD Sektor XI, Serpong, Tangerang. Saat ini PT Titus Tekform Indonesia memiliki 39 pegawai. Perusahaan ini memiliki empat divisi diantaranya Marketing, Produksi, Akuntan, dan Logistik.

Target utama perusahaan dibagi menjadi dua, diantaranya target lokal dan target ekspor. Seperti yang dikatakan oleh A selaku *Operational Manager*:

“Target konsumen perusahaan itu sebenarnya target utama dibagi dua, untuk target lokal dan ekspor. Kalau untuk lokal target utamanya adalah perusahaan-perusahaan yang berorientasi ekspor 100% untuk bidang furnitur. Target utamanya seperti perusahaan yang ada di Malang, Surabaya, dan Tangerang, nama produknya Memory, Melody, dan Prodicent. Untuk ekspor, karena kita sudah bekerjasama dan grup memberikan kita mesin untuk produksi di Indonesia dan hasil produk kita itu akan dikirim ke Titus Amerika yang ada di luar. Jadi sekitar 40% produk kita, kita ekspor ke mereka” (A, wawancara, 16 Juli 2021).

Hal ini juga senada dengan yang dikatakan RA selaku *Sales Manager* dan RP selaku *Sales Representative* di perusahaan bahwa

perusahaan memiliki dua fokus target utama yakni lokal dan ekspor. *Sales Manager* (wawancara, 2 Juli 2021) juga menambahkan, bahwa selain perusahaan yang berorientasi ekspor, target lokal dari perusahaan juga termasuk konsultan, interior design, dan arsitek yang mengerjakan project massal seperti *residence*.

B. Kondisi PT Titus Tekform Indonesia selama Pandemi Covid-19

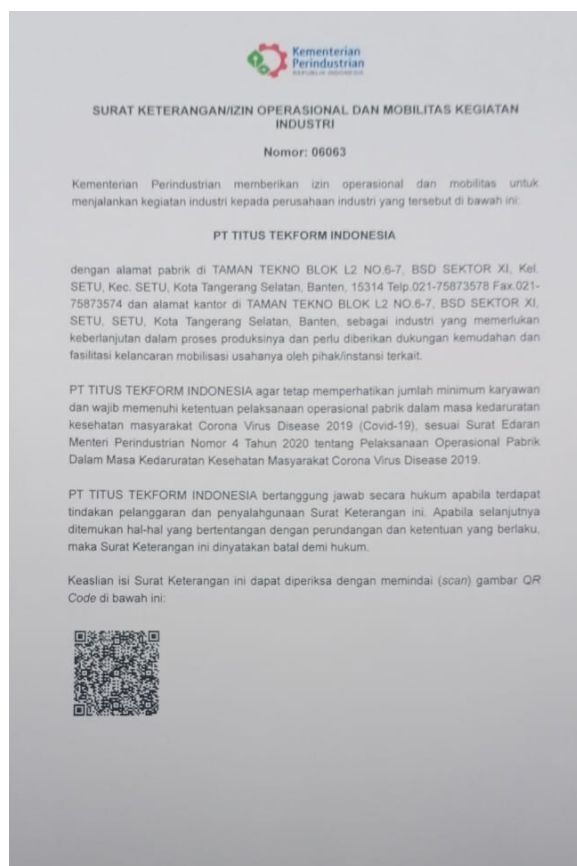
PT Titus Tekform Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di industri perangkat furnitur. PT Titus Tekform Indonesia memproduksi berbagai perangkat furnitur seperti engsel, peredam, laci, rel, baut, handle, dan perangkat furnitur lainnya yang dibutuhkan perusahaan lain untuk memproduksi furnitur.

Diawal masa pandemi, perusahaan mengalami penurunan omset karena adanya pembatasan aktivitas sehingga banyak barang yang mengalami kendala dalam pengiriman baik untuk klien lokal maupun ekspor. Hal ini senada dengan yang dikatakan oleh *Sales Manager* perusahaan:

“Pertama kali jelas omset menurun, yang bikin kita menurun adalah kita produksi tapi barang kita tidak bisa keluar karena barang klien kita sendiri tutup dan membatasi aktivitas. Kemudian ekspor kita juga terkendala, kita tidak bisa kirim ke luar karena beberapa negara tujuan pengiriman kita melakukan lockdown”
(RA, wawancara 2 Juli 2021).

Berdasarkan pernyataan dari *Operational Manager* (wawancara, 1 Maret 2021), dalam pengiriman ekspor dibulan Februari – April 2020, jadwal pengiriman kapal mundur dua sampai tiga minggu. Kemudian di

bulan Mei 2020, PT Titus Tekform Indonesia menjalankan *work from home* selama tiga minggu sehingga di bulan Mei 2020 perusahaan mengalami penurunan omset yang sangat parah. Demi tetap melanjutkan aktivitas produksi, perusahaan mengajukan surat perizinan untuk terus beroperasi selama pandemi Covid-19 sebagai perusahaan yang memiliki kontinuitas yang tinggi ke Departemen Perindustrian dan Perdagangan. Dengan melengkapi berbagai persyaratan, perusahaan kemudian memperoleh Surat Keterangan Operasional dan Mobilitas Kegiatan Industri untuk terus beroperasi selama pandemi Covid-19.



Gambar 2. 1 Surat Keterangan Operasional dan Mobilitas Kegiatan Industri

(Sumber: PT Titus Tekform Indonesia, 2020)

Setelah memperoleh Surat Keterangan Operasional dan Mobilitas Kegiatan Industri, perusahaan kembali beroperasi dengan tetap menjalankan protokol kesehatan sesuai dengan anjuran yang diberikan oleh pemerintah demi mengurangi penyebaran Covid-19 Seperti ketika awal masuk setelah melakukan *lockdown* pertama, perusahaan langsung menerapkan protokol kesehatan seperti yang dikatakan A selaku *Operational Manager*:

“Kita melakukan pembatasan orang. Kita tetap melakukan 3M (mencuci tangan, menjaga jarak, dan memakai masker). Terus untuk kantor, mereka rata-rata ada yang dalam seminggu yang masuk cuma dua kali, ada juga yang tiga kali dalam seminggu karena kita kerja memang hanya dari Senin sampai Jumat. Jadi diatur sehari masuk, sehari libur” (A, wawancara, 1 Maret 2021).

Tidak hanya menerapkannya secara nyata, perusahaan juga menempelkan pengumuman terkait protokol kesehatan di pintu masuk dan diseluruh departemen perusahaan agar karyawan memahami betapa pentingnya protokol kesehatan dan membatasi tamu yang datang ke perusahaan demi mengurangi penyebarluasan Covid-19 (RA, wawancara, 2 Juli 2021). HRD (wawancara, 16 Juli 2021) menyatakan bahwa perusahaan juga memberi kelonggaran dalam perizinan sakit selama pandemi Covid-19 demi kebaikan seluruh karyawan.

Dari pernyataan *Operational Manager* (wawancara, 16 Juli 2021), PT Titus Tekform Indonesia memiliki dua target konsumen utama yakni lokal dan ekspor. Target lokal difokuskan kepada perusahaan-perusahaan yang berorientasi 100% ekspor di bidang furnitur dan target

ekspor difokuskan pada perusahaan *intercompany* seperti di Singapur dan Amerika. *Sales Manager* (wawancara, 2 Juli 2021) menyatakan perusahaan juga menambahkan bahwa selain perusahaan yang berorientasi ekspor, target lokal dari perusahaan juga termasuk konsultan, interior design, dan arsitek yang mengerjakan *project* massal seperti *residence*.

Berdasarkan pernyataan dari *Sales Manager* (wawancara, 15 Juli 2021), karena keterbatasan dalam penjualan *offline* selama pandemi Covid-19, perusahaan berusaha untuk mencari peluang yang baru agar perusahaan tetap bisa memperoleh pemasukan dengan meningkatkan penjualan dan memperoleh customer baru. Cara yang dilakukan perusahaan untuk menemukan peluang bagi perusahaan demi meningkatkan penjualan adalah dengan melihat kekuatan yang dimiliki perusahaan. Berdasarkan pernyataan dari *Operational Manager* (wawancara, 16 Juli 2021), PT Titus Tekform Indonesia adalah satu-satunya perusahaan yang memproduksi produk berstandar Eropa di Indonesia. Menurut penuturan dari salah satu pelanggan yang melakukan pembelian selama pandemi Covid-19 (wawancara, 16 Juli 2021), produk perusahaan memiliki kualitas yang bagus dan harganya *reasonable*. HRD (wawancara, 16 Juli 2021) juga menambahkan, dengan produk berstandar Eropa yang langsung di produksi di dalam negeri, PT Titus Tekform Indonesia memiliki perbedaan diantaranya harga produk perusahaan yang lebih kompetitif. PT Titus Tekform

Indonesia juga dapat memproduksi barang dengan cepat untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Dengan kekuatan yang dimiliki perusahaan *Operational Manager* (wawancara, 16 Juli 2021) menyatakan bahwa perusahaan melihat peluang bahwa dalam kondisi Covid-19, banyak perusahaan lain yang harus menunggu barang-barang produksi kompetitor seperti barang dari Cina dan Eropa karena adanya kendala untuk masuk ke Indonesia. Dari kejadian tersebut, perusahaan berusaha mendapatkan data perusahaan-perusahaan yang biasa membeli di kompetitor kemudian perusahaan melakukan penawaran kepada pembeli kompetitor. Hal ini juga senada dengan perkataan dari *Sales Manager* (wawancara, 2 Juli 2021) dimana langkah awal perusahaan untuk meningkatkan pendapatan di masa pandemi adalah dengan mendorong pasar lokal agar lebih banyak perusahaan dalam negeri yang menggunakan produk Titus. Dengan berbagai upaya yang dilakukan dalam aktivitas pemasaran, *Operational Manager* (wawancara, 1 Maret 2021) menyatakan bahwa penjualan lokal memperoleh kenaikan mencapai 40-50% dari biasanya sebelum pandemi.

Selain peningkatan dari penjualan lokal, berdasarkan pernyataan dari *Operational Manager* (wawancara, 1 Maret 2021), di bulan Mei hingga Agustus 2020 penjualan ekspor juga semakin meningkat. Penjualan ekspor meningkat untuk memenuhi pasar Asia Pasifik dan Amerika kepada perusahaan *intercompany*. Dalam penjualan

intercompany keuntungan perusahaan didapatkan dari pengurangan biaya bagi hasil ke grup di setiap transaksi yang dilakukan. Peningkatan drastis terjadi di bulan September 2021 hingga Januari 2021 dimana perusahaan memperoleh pendapatan 1.5 kali lebih besar dari pendapatan biasanya sebelum pandemi.

Peningkatan pendapatan yang dialami oleh PT Titus Tekform Indonesia tentu tidak lepas dari usaha perusahaan dalam membuat serta menjalankan strategi komunikasi pemasaran selama pandemi Covid-19. Walaupun ada banyak hambatan dalam menjalankan aktivitas pemasaran selama pandemi Covid-19, PT Titus Tekform Indonesia terus berusaha dengan maksimal untuk menjalankan strategi komunikasi pemasaran demi meningkatkan penjualan.

C. Logo Titus Tekform Indonesia



Gambar 2. 2 Logo PT Titus Tekform Indonesia

(Sumber: PT Titus Tekform Indonesia, 2016)

Gambar diatas merupakan logo yang digunakan PT Titus Tekform Indonesia setelah sebagian besar sahamnya diakuisisi oleh Grup Titus dan

berubah menjadi PMA. Sebelumnya perusahaan menggunakan logo CV. Titusindo Sejahtera dan kemudian perusahaan mulai menggunakan logo ini di tahun 2016 setelah diakuisisi oleh Grup Titus. Logo ini digunakan perusahaan untuk menjalankan seluruh aktivitasnya termasuk kegiatan pemasaran.

Dalam pemasaran, warna dapat digunakan untuk menyampaikan pesan kepada pelanggan. Warna dapat menciptakan suatu kesan tentang perusahaan karena di dalamnya terselip makna yang ingin ditonjolkan. Selain itu warna juga dapat mempengaruhi kelima indera yang dimiliki manusia. Sehingga warna memberi peran terkait dengan bagaimana karakteristik perusahaan dimata pelanggan. Dalam logonya, PT Titus Tekform Indonesia memiliki warna abu-abu yang dominan. Warna abu-abu dapat melambangkan netralitas, rasa hormat, tenang, dan ketelitian. Warna ini biasa dipilih dalam bidang konstruksi, desain, dunia usaha, dan sekolah. Selaras dengan warna dominannya, perusahaan ini juga bergerak di bidang industri konstruksi dengan memproduksi perangkat furnitur. Selain abu-abu, logo PT Titus Tekform Indonesia juga memiliki aksen merah yang melambangkan semangat, kekuatan dan kemenangan serta aksen biru yang melambangkan kebijaksanaan, kepercayaan dan keseriusan (Madiyant, 2021, h. 148-157).

D. Visi dan Misi PT Titus Tekform Indonesia

PT Titus Tekform Indonesia menetapkan dan menjalankan visi misi sejalan dengan tujuan Grup Titus demi menjaga hubungan jangka panjang

yang baik dengan pelanggan, pemegang saham, distributor dan kolega (PT Titus Tekform Indonesia, 2016). Berikut merupakan visi dan misi PT Titus Tekform Indonesia:

Visi

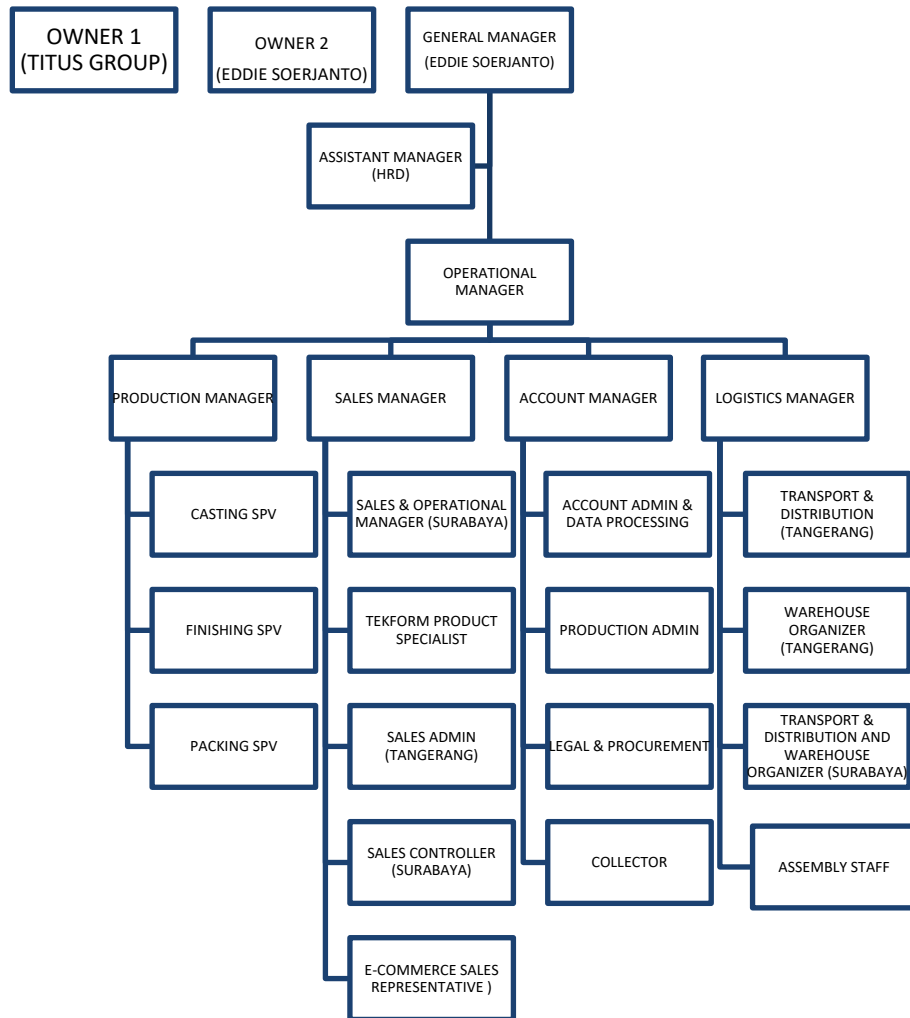
“Menjadi perusahaan yang menghasilkan part-part presisi kelas dunia”

Misi

“Meningkatkan daya saing pelanggan kami, terus meningkatkan produk, layanan, proses, dan kompetensi karyawan”

Selain visi misi, PT Titus Tekform Indonesia juga memiliki panduan dasar yaitu *“fitting for purpose”*. Melalui panduan ini, perusahaan berkomitmen untuk menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan memperhatikan kegiatan perusahaan terhadap lingkungan, rekan kerja, dan mitra (Titus Tekform Indonesia, 2016).

E. Struktur Organisasi PT Titus Tekform Indonesia



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT Titus Tekform Indonesia

(Sumber: MP, 2021)

Berdasarkan struktur organisasi diatas, dapat dilihat bahwa dalam PT Titus Tekform Indonesia, posisi paling tinggi dipimpin oleh *General Manager*, yang berperan sebagai pemegang kendali atau keputusan utama dalam perusahaan. Lalu dibawahnya ada HRD yang memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memenuhi berbagai kebutuhan

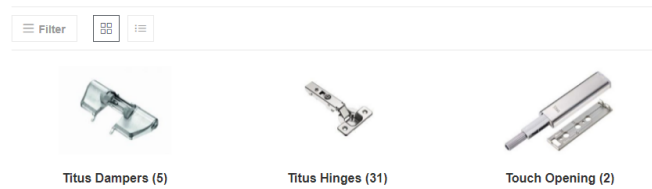
karyawan PT Titus Tekform Indonesia dan membuat berbagai keputusan demi mensejahterakan karyawan. Lalu ada *Operational Manager* yang bertanggung jawab untuk mengontrol seluruh alur aktivitas yang berjalan di PT Titus Tekform Indonesia termasuk kegiatan pemasaran demi memaksimalkan proses produksi sesuai kapasitas demi mengejar target penjualan agar biaya *cash flow* tidak membengkak. Maka dari itu *Operational Manager* juga selalu bekerjasama dengan keempat divisi yang ada di perusahaan yaitu *Sales*, *Produksi*, *Akuntan*, dan *Logistik* yang saling bersinergi demi kelangsungan perusahaan. Dalam perusahaan, divisi yang memiliki peran untuk menentukan strategi komunikasi pemasaran *business-to-business* yang ada di perusahaan adalah divisi *Sales*, dimana divisi ini dipimpin oleh merencanakan dan menjalankan kegiatan pemasaran di perusahaan.

F. Produk PT Titus Tekform Indonesia

Sebagai salah satu industri perangkat furnitur yang berkomitmen untuk menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, berdasarkan pernyataan dari *Operational Manager* (wawancara, 1 Maret 2021), PT Titus Tekform Indonesia memiliki berbagai produk dengan kualitas standar internasional yang diproduksi langsung di Indonesia. Hal ini merupakan salah satu keunggulan perusahaan dimana PT Titus Tekform Indonesia dapat terus menyediakan kebutuhan pelanggan tanpa dibatasi oleh kegiatan impor. Dalam pemasarannya, produk

perusahaan dibagi menjadi 4 diantaranya:

1. *Hinges & Dampers*



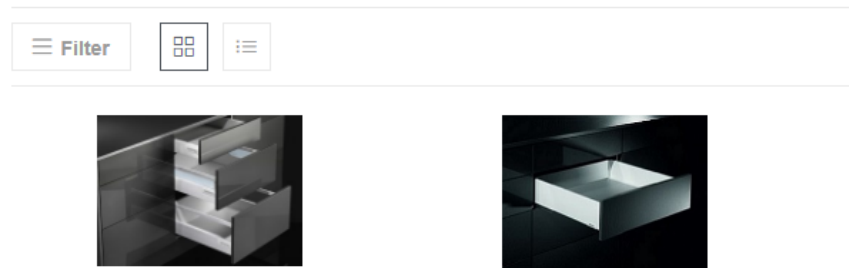
Gambar 2. 4 *Hinges & Dampers*

(Sumber: PT Titus Tekform Indonesia, 2016)

Dalam produk *Hinges & Dampers*, terdapat pembagian 3 kategori produk di dalamnya diantaranya: Titus *Dampers*, Titus *Hinges*, dan *Touch Opening*. Titus *Dampers* merupakan produk peredam dari brand Titus yang berfungsi untuk memperhalus penutupan pintu laci dengan 5 variasi produk di dalamnya. Kemudian, Titus *Hinges* merupakan produk engsel dari brand Titus yang memiliki 31 variasi produk di dalamnya. Terakhir *Touch Opening* merupakan merupakan aplikator yang digunakan pada pintu laci tanpa gagang untuk membantu proses pembukaan dan penutupan pintu laci yang memiliki 2 variasi produk di dalamnya (Titus Tekform Indonesia, 2016).

2. *Drawers & Runners*

Produk *Drawers & Runners* merupakan produk laci yang dimiliki oleh perusahaan. Produk ini terbagi menjadi 2 kategori produk yakni Tekform *Double Wall Drawers* dan Tekform *Slimline Drawers*. Tekform *Double Wall Drawers* merupakan produk laci dengan

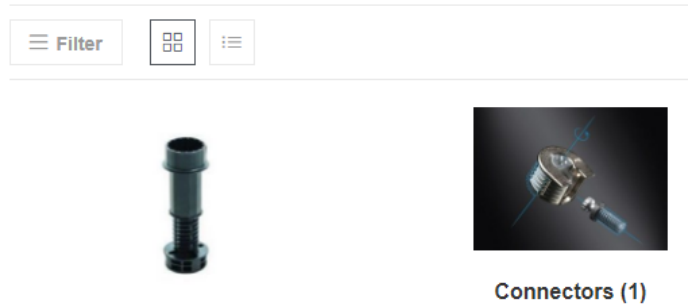


Gambar 2. 5 *Drawers & Runners*

(Sumber: PT Titus Tekform Indonesia, 2016)

pinggiran laci yang dilengkapi plat tebal yang besar dan memiliki 11 variasi produk. Sedangkan produk Tekform *Slimline Drawers* merupakan produk laci yang memiliki pinggiran laci yang tipis 15 milimeter dan memiliki 6 variasi produk (Titus Tekform Indonesia, 2016).

3. *Furniture Fittings*

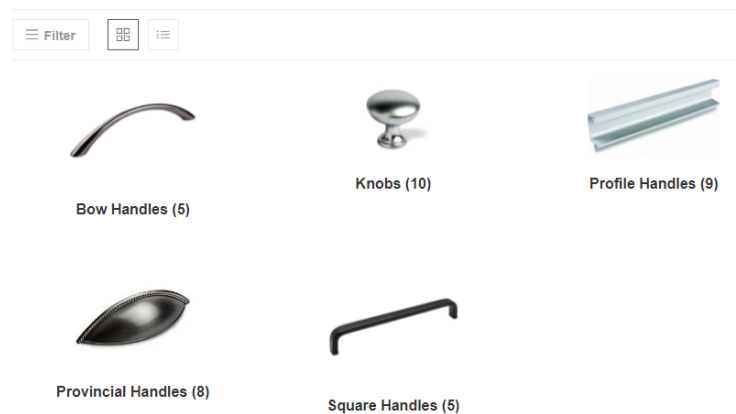


Gambar 2. 6 *Furniture Fittings*

(Sumber: PT Titus Tekform Indonesia, 2016)

Produk *Furniture Fittings* terbagi menjadi *Adjustable Cabinet Legs* dan *Connectors*. *Adjustable Cabinet Legs* merupakan produk untuk kaki furniture yang tingginya dapat diatur sesuai dengan kebutuhan dan produk ini memiliki 3 variasi yang berbeda. Kemudian *Connectors* merupakan produk yang digunakan untuk menyatukan antar kabinet dan hanya memiliki 1 variasi produk (Titus Tekform Indonesia, 2016).

4. Stefano Orlati *Handles*



Gambar 2. 7 Stefano Orlati *Handles*

(Sumber: PT Titus Tekform Indonesia, 2016)

Stefano Orlati *Handles* merupakan *handle* atau gagang pintu yang di desain oleh Stefano Orlati, sang desainer handle ternama. Dalam koleksi Stefano Orlati *Handles* yang dimiliki oleh PT Titus

Tekform Indonesia, handle ini terbagi ke dalam beberapa kategori produk diantaranya Bow *Handles* yang memiliki 5 variasi produk, *Knoobs* yang memiliki 10 variasi produk, *Profile Handles* yang memiliki 9 variasi produk, *Provincial Handles* yang memiliki 8 variasi produk, dan *Square Handles* yang memiliki 5 variasi produk (Titus Tekform Indonesia, 2016).