



**Universitas Katolik Parahyangan**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana**

*Terakreditasi Unggul*

*SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023*

**Analisis Strategi Bersaing Pada Toko Farvella Textile**

Skripsi

Oleh

Felix Richardo Kosinga

6082001006

Bandung

2024



**Universitas Katolik Parahyangan**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana**

*Terakreditasi Unggul*

*SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023*

**Analisis Strategi Bersaing Pada Toko Farvella Textile**

Skripsi

Oleh

Felix Richardo Kosinga

6082001006

Pembimbing

Dr. Theresia Gunawan S.Sos., MM., M.Phil.

Bandung

2024

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Felix Richardo Kosinga  
Nomor Pokok : 6082001006  
Judul : Analisis Strategi Bersaing pada Toko Farvella Textile

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Selasa, 9 Januari 2024  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Sanerya Hendrawan, Ph.D

**Sekretaris**  
Dr. Theresia Gunawan S.Sos., MM., M.Phil. :

**Anggota**  
Fransiska Anita Subari, S.S., M.M. :

Mengesahkan,  
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M.

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Felix Richardo kosinga

NPM : 6082001006

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Strategi Bersaing pada Farvella Textile

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah yang berlaku. Selain itu, penggunaan dan pengumpulan data yang di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 6 Desember 2023



Felix Richardo Kosinga

## ***ABSTRAK***

Nama : Felix Richardo Kosinga

NPM : 6082001006

Judul : Analisis Strategi Bersaing pada Toko Farvella Textile

---

Dalam era modernisasi yang sedang dihadapi zaman sekarang ini mengalami perkembangan dan majunya teknologi yang sangat pesat terutama di bidang E-Commerce, hal ini didukung dengan data Statista Market Insights (2023), bahwa jumlah pengguna e-commerce di Indonesia mencapai 178,94 juta orang pada 2022. Selain itu, hingga akhir 2023, jumlah pengguna diperkirakan mencapai 196,47 juta. Hal ini menunjukkan adanya persaingan yang semakin ketat dan cepat. Oleh karena itu, Perusahaan harus mampu memiliki strategi bersaing untuk merencanakan kinerja dari proses bisnis yang dilakukan agar efisien dan efektif. Adapun tujuan yang dilakukan dalam penelitian ini agar mengetahui, mengkaji dan membahas strategi yang digunakan serta faktor internal dan eksternal dan strategi bersaing yang sesuai untuk diterapkan bagi Farvella Textile.

Penelitian ini menggunakan deskriptif analitis dengan menggunakan pendekatan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian dalam bentuk wawancara dan observasi. Data yang telah diperoleh untuk menghasilkan strategi yang tepat dalam perusahaan, dengan menggunakan analisis PESTEL, analisis Porter's *Five Forces*, dan analisis lingkungan internal yang menggunakan *Value Chain* (Rantai Nilai). Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan kedalam analisis SWOT yang berguna untuk mengetahui kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan dituangkan dalam matriks SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat digunakan dalam Toko Farvella Textile adalah strategi diferensiasi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya potensi dan peluang dari kain textile yang dimiliki oleh Toko Farvella Textile yang bisa dimanfaatkan dengan maksimal dengan membuat produk baru dan unik. Strategi diferensiasi ini sangat cocok digunakan Toko Farvella Textile untuk mengetahui karakteristik pembeli dan pelanggan dalam membeli produk textile serta menjaga konsistensi kualitas produk textile dan penilaian layanan. Untuk itu perusahaan disarankan untuk meningkatkan inovasi dan RnD untuk mencapai strategi diferensiasi.

**Kata Kunci:** Strategi Bersaing, Analisis PESTEL, Analisis Porter's *Five Forces*, *Value Chain*, Analisis SWOT, Matriks SWOT.

## **ABSTRACT**

Nama : Felix Richardo Kosinga

NPM : 6082001006

Judul : *Competitive Strategy Analysis at Farvella Textile Stores*

---

*In the era of modernization currently being faced, technology is experiencing very rapid development and advancement, especially in the field of E-Commerce, this is supported by Statista Market Insights data (2023), that the number of e-commerce users in Indonesia has reached 178.94 million people. in 2022. In addition, by the end of 2023, the number of users is estimated to reach 196.47 million. This shows that competition is getting tighter and faster. Therefore, companies must be able to have a competitive strategy to plan the performance of their business processes so that they are efficient and effective. The aim of this research is to find out, study, and discuss the strategies used as well as internal and external factors and appropriate competitive strategies to be implemented for the Farvella Textile Store.*

*This research uses descriptive analysis using a case study method approach. Data collection techniques used in research are in the form of interviews and observations. The data that has been obtained is to produce the right strategy within the company, using PESTEL analysis, Porter's Five Forces analysis, and internal environmental analysis using the Value Chain. Based on the results of the analysis, it can be concluded that a SWOT analysis is useful for knowing the company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats as outlined in the SWOT matrix.*

*Based on the results of this research, shows that the appropriate strategy to use in the Farvella Textile Store is a differentiation strategy. This can be seen from the many potentials and opportunities of textile fabrics owned by the Farvella Textile Store which can be utilized optimally by creating new and unique products. This differentiation strategy is very suitable for Farvella Textile Stores to determine the characteristics of buyers and customers when purchasing textile products and to maintain consistency in textile product quality and service assessment. For this reason, companies are advised to increase innovation and RnD to achieve a differentiation strategy.*

**Keywords:** *Competitive Strategy, PESTEL Analysis, Porter's Five Forces, Value Chain, SWOT Analysis, SWOT Matrix*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Kasih atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing pada Farvella Textile”. Adanya penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan. Selama proses penyusunan skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik jika tidak ada bimbingan, dukungan, motivasi, restu dan doa dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis dengan segenap hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Papa dan Mama yang terkasih yang memberikan dukungan, semangat, restu dan doa. Serta kepada Fenny Yunistia, Farah Chyntia dan Friesca Aprilia selaku kakak perempuan yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Theresia Gunawan S.Sos., MM., M.Phil. Selaku dosen pembimbing yang tanpa lelah dan bosan serta senantiasa meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Ibu Dr. Orpha Jane, S.Sos., M.M. Selaku Dekan FISIP Universitas Katolik Parahyangan.
4. Ibu Shelvi, S.AB., M.M. Selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

5. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu, pengetahuan dan bimbingan selama perkuliahan kepada penulis.
6. Kepada Bapak Adi Setiadi Saputra selaku Owner Toko Farvella Textile dan seluruh pihak Toko Farvella Textile yang telah mengizinkan dan membantu penulis dalam melakukan penelitian di perusahaannya.
7. Alvin, Michael Surya Tedja, Evelyn Jacinda, Alexander Erick Chandra, Daniel Wijaya, Lery Samuel, Matthew Devon Vierinaldo, Gilberth Kombong Rante Ta'dung, Ignatius Antares Wisnu Putra, Michael Janssen Janamarta sebagai sahabat di Bandung yang selalu memberikan dorongan dan semangat agar dapat bisa menyelesaikan skripsi.
8. Kepada Alexander Erick Chandra, Yvonne Julian, Filbert Roderick Kho, Geraldo Vincent, Sabina Maharani Sumbai sebagai sahabat penulis yang memberikan tempat sandaran untuk berkeluh kesah, teman cerita, teman terdekat dan banyak memberikan canda tawa untuk penulis selama ini.
9. Fernando Andean Lie, Alfi Akiel, Rikky Setiawan sebagai sahabat bermain game yang selalu memberikan *support*, bantuan dan pembelajaran selama penulisan skripsi.
10. Kepada Jerry Fernando, Michael kusumar, Roni Fernando dan Rena selaku sahabat di Palembang, teman vihara serta rekan bisnis yang selalu memberikan dukungan dan semangat pada penulis.
11. Seluruh teman-teman Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2020 yang telah hadir sejak hari pertama perkuliahan dan menjadi bagian kehidupan selama 3,5 tahun di perkuliahan.



12. Kepada semua pihak yang membantu secara langsung maupun tidak langsung terlibat yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus mendorong penulis sehingga menyelesaikan skripsi ini.

Terselesainya penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan karena keterbatasan dalam pengetahuan, pengalaman dan kemampuan penulis dalam menyelesaikan penelitian. Maka dari itu, penulis bersikap terbuka untuk memperoleh kritik dan saran dalam penelitian ini. Penulis berharap penelitian ini dapat disempurnakan serta hasilnya dapat berguna bagi penulis, perusahaan yang menjadi objek penelitian dan bagi pembaca.

Bandung, 6 Desember 2023

Penulis

Felix Richardo Kosinga

## *DAFTAR ISI*

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Objek Penelitian.....	6
1.5.1 Profil Perusahaan.....	6
1.5.2 Sejarah Perusahaan.....	7
1.5.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	8
1.5.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	9
1.5.5 Kondisi Tempat Perusahaan.....	10
<b>BAB 2 KAJIAN PUSTAKA DAN METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>12</b>
2.1 Pengertian strategi.....	12
2.1.1 Komponen Strategi.....	13
2.1.2 Tipe-tipe Strategi.....	13
2.1.3 Tingkatan Strategi.....	16
2.2 Manajemen strategi.....	18
2.2.1 Pengertian Manajemen strategi.....	18
2.2.2 Karakteristik Manajemen strategi.....	19
2.2.3 Manfaat Manajemen Strategi.....	20
2.3 Strategi Bersaing.....	21
2.3.1 Strategi Generik.....	23
2.4 Lingkungan Eksternal.....	24
2.4.1 PESTLE.....	24
2.4.2 Porter's Five Forces.....	26
2.5 Lingkungan Internal.....	29
2.5.1 Rantai Nilai (Value Chain).....	29
2.6 Analisis SWOT.....	31
2.6.1 Matriks SWOT.....	32
2.7 Metodologi Penelitian.....	34
2.7.1 Jenis Penelitian.....	34
2.7.2 Metode Penelitian.....	35

2.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	36
2.7.4 Jenis Data.....	38
2.7.5 Teknik Analisis Data .....	39
<b>BAB 3 HASIL DAN TEMUAN.....</b>	<b>42</b>
3.1 Pembahasan Hasil.....	42
3.1.1 Strategi Toko Farvella Textile Saat Ini.....	42
3.1.2 Analisis Eksternal Toko Farvella Textile.....	44
3.1.2.1 Analisis PESTEL.....	44
3.1.2.2 Porter’s Five Forces.....	54
3.1.3 Analisis Internal Toko Farvella Textile.....	61
3.1.3.1 Value Chain.....	62
3.1.4 Analisis Internal dan Eksternal.....	74
3.2.4.1 Analisis SWOT.....	74
3.2.4.2 Matriks SWOT.....	76
3.1.5 Strategi Alternatif Untuk Masa Mendatang.....	81
<b>BAB 4 SARAN DAN KESIMPULAN.....</b>	<b>83</b>
4.1 Kesimpulan.....	83
4.2 Saran.....	86
4.3 Implikasi.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>92</b>

## ***DAFTAR GAMBAR***

Gambar 1.1 Logo perusahaan.....	6
Gambar 1.2 Struktur Organisasi toko Farvella Textile.....	10
Gambar 1.3 Kondisi Perusahaan.....	11
Gambar 2.1 Value Chain Model.....	31
Gambar 2.2 Matriks SWOT.....	34
Gambar 3.1 Jumlah Penduduk Di Pertengahan Tahun 2015-2023.....	48
Gambar 3.2 Diagram Batang Pengguna Internet Di Indonesia 1998-2023.....	51
Gambar 3.3 Pengunjung E-Commerce Kuartal III Tahun 2023.....	52
Gambar 3.4 Penyimpanan Textile.....	65

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Matrix Competitive Profile.....	59
Tabel 3.2 Analisis SWOT.....	74

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era modernisasi yang sedang dihadapi zaman sekarang ini mengalami perkembangan dan majunya teknologi yang sangat pesat terutama di bidang E-Commerce. Teknologi memiliki peran penting dalam membantu pekerjaan yang dilakukan dalam kegiatan sehari-hari. Teknologi tidak lepas dari internet dan gadget (*Smartphone*) yang merupakan hasil dari perkembangan teknologi sendiri. Kemajuan teknologi ini juga membawa dampak positif yang dimana bisa menciptakan sebuah peluang bisnis untuk menghasilkan uang tanpa harus meninggalkan rumah.

Hampir sebagian penduduk di seluruh dunia termasuk penduduk yang tinggal di Indonesia menggunakan teknologi dalam kegiatan sehari-hari. Penggunaan ini dilakukan untuk berbelanja melalui platform digital atau sering yang dikenal dengan *E-Commerce*. Perkembangan E-Commerce dimulai pada saat pandemi Covid-19 melanda seluruh dunia termasuk Indonesia yang terkena dampak. Perusahaan E-Commerce juga memiliki berbagai sebuah kreativitas dan inovasi yang dilakukan dalam masa pandemi Covid-19 dengan memberikan berbagai promo dan diskon yang menarik. Banyaknya perusahaan yang menggunakan E-Commerce sebagai salah satu media tempat penjualan yaitu perusahaan yang bergerak di bidang Textile. E-Commerce yang sangat populer dan terkenal di kalangan masyarakat di Indonesia. Dengan adanya peluang E-Commerce yang muncul pada saat Covid pada tahun 2020 membuat toko Farvella Textile juga melakukan perubahan yang signifikan dan drastis.

Hal ini terlihat dari jumlah orderan atau penjualan textile Farvella tercatat turun sebanyak 15% (The Business Research Company, 2023). Namun menurut data Statista Market Insights, “jumlah pengguna e-commerce di Indonesia mencapai 178,94 juta orang pada 2022. Selain itu, hingga akhir 2023, jumlah pengguna diperkirakan mencapai 196,47 juta”. Sebagai hasilnya, toko Farvella Textile terbukti memberikan pertumbuhan spektakuler di tahun 2021 sampai tahun 2022. Secara umum toko Farvella Textile berkinerja sangat baik dan bisa keluar dari kondisi krisis dengan pertumbuhan yang sangat baik dan cepat. Hal ini dapat dibuktikan dengan jumlah orderan yang terus meningkat secara signifikan sebanyak 35% sampai 45% dari tahun 2020. Pada tahun 2021, jumlah pendapatan meningkat 60% di segmen penambahan produk, 50% untuk pemotongan kain textile dan 15% untuk penambahan warna pada kain. Adapun, toko Farvella Textile sendiri juga mengalami pertumbuhan di E-Commerce melalui jumlah permintaan yang dilakukan oleh konsumen di E-Commerce sebesar 35% pada tahun 2021 menjadi 45% pada tahun 2022. Pertumbuhan ini sendiri di dorong oleh jumlah pengguna E-commerce lebih banyak, lebih menghemat waktu, terdapat konsumen baru dari berbagai daerah, dan lebih mudah digunakan (The Business Research Company, 2023).

Berkaitan dengan perkembangan textile di Indonesia ditengah kondisi ekspansif di sektor manufaktur khususnya di bidang industri tekstil dan produk tekstil masih mengalami kendala kontraksi. Hal ini disebabkan oleh persaingan bisnis sangat mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan suatu perusahaan. Perusahaan harus mampu memiliki strategi bersaing untuk merencanakan kinerja dari proses bisnis yang dilakukan. Hal ini berkaitan dengan adanya pasar domestik

yang dibanjiri oleh produk impor di bidang tekstil. Membahas mengenai adanya perkembangan pasar domestik yang ekspansif membuat toko Farvella textile semakin menurun jumlah permintaan dan penjualan di E-Commerce.

Toko Farvella Textile merupakan bisnis yang bergerak di bidang textile yang berdiri pada tahun 2020. Toko Farvella Textile menawarkan berbagai produk textile, termasuk kain satin velvet, kain toyobo, kain satin charmeuse, dan masih banyak lagi. Toko Farvella Textile sendiri memiliki visi yaitu, menjadi salah satu industri textile terbaik yang berada pada piramida top of mind awareness customer dan mampu memenuhi kebutuhan customer dan mampu bersaing secara global baik dari segi harga, pelayanan dan kualitas produksi. Sebagai bagian dari industri textile yang sangat kompetitif, toko Farvella Textile harus terus beradaptasi dengan perubahan tren pasar, preferensi konsumen serta adanya persaingan di dalam E-commerce untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis. Kemampuan adaptasi toko Farvella Textile masih belum baik hal ini dapat dibuktikan pada saat adanya pasar domestik terjadi pada tahun awal tahun 2023, penurunan tingkat pendapatan (*financial*) serta penurunan penjualan yang cukup signifikan sehingga, tidak dapat diatasi oleh toko Farvella Textile dan terdapat pergeseran yang cepat mengenai pola strategi yang dimana harus melakukan diferensiasi.

Berdasarkan kemampuan eksistensi dan daya saing yang dimiliki Farvella Textile dalam mempertahankan persaingan yang dilakukan melalui E-Commerce untuk mempertahankan permintaan dan penawaran dari konsumen (*Customer*) di Indonesia, maka dari itu penulis melihat hal yang menarik untuk diteliti guna dapat memahami konsep persaingan dan menganalisis efektivitas serta efisiensi strategi bersaing toko Farvella textile yang bisa berguna dalam keberlangsungan



bisnisnya. Berkaitan dengan hal ini maka penulis membahas “Analisis Strategi Bersaing pada Toko Farvella Textile” sebagai judul atau topik penelitian.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dengan adanya pasar domestik yang menjual produk lebih murah membuat permintaan di toko Farvella Textile terus menurun di awal tahun 2023 serta menimbulkan persaingan di pasar toko Farvella Textile semakin meningkat. Toko Farvella Textile dengan berbagai macam produk kain yang berkualitas dan bagus berupaya untuk mengatur strategi bersaing agar tetap bisa bertahan dan bersaing dengan pasar domestik di dalam pasar textile. Melihat toko Farvella textile yang dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan banyak yang mampu untuk mempertahankan keberlangsungan bisnis di dalam pasar domestik dan juga beberapa pesaing di E-Commerce. Maka peneliti akan meneliti, mengkaji dan menjawab terkait dengan penjelasan dan permasalahan dari fenomena tersebut, yaitu sebagai berikut:

1. Strategi apa yang diterapkan oleh toko Farvella Textile selama ini ?
2. Bagaimana faktor internal dan eksternal toko Farvella Textile dalam menjalankan usahanya?
3. Strategi bersaing apa yang sesuai untuk digunakan toko Farvella Textile di masa yang akan datang ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Dengan adanya permasalahan yang telah dipaparkan dalam latar belakang, maka tujuan penulis dalam penulisan ini adalah:

1. Mengetahui, mengkaji, dan membahas strategi apa yang diterapkan toko Farvella Textile dalam menjalankan usahanya.
2. Mengkaji dan membahas faktor internal dan eksternal toko Farvella Textile dalam menjalankan usahannya.
3. Menentukan strategi bersaing alternatif yang sesuai untuk dijalankan toko Farvella Textile di masa yang akan datang.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Dalam penulisan penelitian ini, Penulis mengharapkan dengan diselesaikan penulisan skripsi ini dapat berguna bagi Farvella Textile, pihak yang membutuhkan dan saya sendiri sebagai penulis.

##### **Dari Akademisi :**

##### **a. Bagi Pihak yang Membutuhkan**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan, bisa dapat menjadi acuan dalam mengambil keputusan, menambah informasi serta wawasan bagi perusahaan yang akan merancang dan menerapkan strategi, dan sebagai referensi maupun parameter dalam mengembangkan penulisan akademik.

##### **b. Bagi penulis**

Hasil dari penelitian dan penulisan skripsi ini dapat menjadi bukti nyata kerja keras penulis dalam menempuh pendidikan serta memperoleh pengalaman dan wawasan yang di dapat dalam proses penyusunan skripsi yang berkaitan dengan strategi bersaing yang ada di dalam dunia bisnis.

**Dari Manajerial :**

## a. Toko Farvella Textile

Penulis mengharapkan toko Farvella Textile dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan dalam menjalankan strategi yang telah ditetapkan. Dan menjadi pedoman serta bahan pertimbangan pihak toko Farvella Textile untuk bersaing secara kompetitif di pasar persaingan.

**1.5 Objek Penelitian****1.5.1 Profil Perusahaan**

*Gambar 1.1 Logo Perusahaan*

*Sumber : Data Penulis*

Nama Perusahaan	: Farvella Textile
Alamat	: Jl. Taman Kopo Indah 1 No.63, Margahayu Sel., Kec. Margahayu, Kabupaten Bandung, Jawa Barat
Tahun Berdiri	: 2020

### 1.5.2 Sejarah Perusahaan

Farvella Textile didirikan pada 22 September 2020 oleh Adi Setiadi Saputra. Adi atau akrab dipanggil Ko Adi awalnya membantu pamannya untuk menjual dan memasarkan produk textile yang diproduksi oleh pamannya yang berada di Bandung. Ko Adi setiap pagi pergi ke pasar-pasar yang berada di Jakarta untuk menawarkan produk yang dimiliki atau dijual oleh pamannya. Ko Adi juga menawarkan produknya ke tempat-tempat besar atau ke pabrik-pabrik yang membutuhkan jenis textile yang dibutuhkan. Ko Adi sudah bekerja menawarkan produk textile selama satu tahun dan pada saat itu Ko Adi juga masih menempuh pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Setelah bekerja satu tahun, Ko Adi berhenti untuk menawarkan produk textile ke Jakarta. Hal ini dikarenakan Ko Adi mempunyai bisnis lain dan berfokus untuk menjalankan bisnis tersebut serta berfokus untuk menyelesaikan pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Bisnis yang dijalankan oleh Ko Adi sedang ramai-ramainya oleh konsumen sehingga, mendapatkan keuntungan yang banyak. Ko Adi menyimpan uang atau keuntungan yang didapatkan dari bisnis yang dijalankan untuk membuka bisnis baru lagi. Bisnis baru yang dijalankan oleh Ko Adi pada mulanya berjalan lancar dan ramai-ramainya. Akan tetapi, pada saat itu bisnis baru yang baru saja dijalankan

mengalami kendala yang serius dan akhirnya ditutup untuk selamanya.

Paman ko Adi yang mengetahui akan itu menawarkan Ko Adi untuk membuka Toko textile karena pamannya melihat potensi dari dalam diri Ko Adi dan Ko Adi langsung dengan sigap menerima tawaran yang diberikan oleh pamannya tersebut. Nama yang diberikan untuk toko textile nya ini diberi nama Farvella Textile. Nama toko Farvella Textile memiliki makna yang dimana “Far” diambil dari nama istrinya yaitu Farah Chyntia dan “Vella” diambil dari nama keponakan istrinya serta “textile” diambil untuk mengetahui toko yang menjual produk textile. Toko Farvella Textile merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang textile yang menyediakan berbagai macam jenis kain seperti polyester (satin) , katun oxford, katun toyobo dan kain brokat tile. Dalam melakukan penjualan dan pemasaran yang dilakukan oleh toko Farvella Textile menggunakan teknologi yang berbasis online melalui Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Whatsapp

### **1.5.3 Visi dan Misi Perusahaan**

Toko Farvella Textile memiliki Visi dan misi yang dijabarkan sebagai berikut :

Visi :

1. Menjadi salah satu industri textile terbaik yang berada pada piramida top of mind awareness customer dan mampu memenuhi kebutuhan customer
2. Mampu bersaing secara global baik dari segi harga, pelayanan dan kualitas produksi.

Misi :

1. Menciptakan Produk yang Inovatif dan trendy yang berkualitas untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mengikuti perkembangan pasar
2. Memberikan harga yang terjangkau sehingga dapat memperluas volume market
3. Menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan humanis sehingga kepuasan karyawan meningkat dan meningkatkan motivasi karyawan saat bekerja.
4. Menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan untuk mendapatkan pelanggan yang loyal sehingga mewujudkan sustainability

#### **1.5.4 Struktur Organisasi Perusahaan**



*Gambar 1.2 Struktur Organisasi toko Farvella Textile*

*Sumber : Hasil Olahan Data Penulis*

### **1.5.5 Kondisi Tempat Perusahaan**

Terletak di daerah sekitar perindustrian textile yaitu di Taman Kopo Indah 1, Jawa Barat. Dalam hal kondisi tempat sendiri, Farella Textile masih terlibat dalam proses gudang, pemotongan kain, dan packaging. Mengingat bahwa lokasi industri pakaian cenderung dekat dengan lokasi pesaing, lokasi tersebut merupakan lokasi strategis yang tentunya akan memudahkan toko Farvella Textile untuk menyediakan stok dan menjual produknya. Toko Farvella Textile memiliki satu mesin yang digunakan untuk melakukan aktivitas dalam melakukan proses bisnis.



*Gambar 1.3 Kondisi Perusahaan*

*Sumber : Farvella Textile*