

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

SHOE CLEANER ANDRROWS

A. Sejarah Berdirinya Andrrows *Shoe Cleaner*

Andrrows merupakan sebuah nama perusahaan yang bergerak pada bidang *lifestyle* dan *fashion* khususnya pada bidang pembersih sepatu (*Shoe Cleaner*). Nama Andrrows sendiri terinspirasi dari teman seperjuangan membangun usaha ini yaitu Andrew, namun beliau meninggal terlebih dahulu sebelum perusahaan ini berdiri, sebagai bentuk penghormatan Faris Juniarso selaku pemilik perusahaan ini memberikan dengan nama Andrrows.

Andrrows yang beralamat lengkap di Jl. Tentara Pelajar, Sariharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta didirikan pada tahun 2013, dengan awal jumlah karyawan 3 orang hingga saat ini memiliki 10 karyawan dan beberapa karyawan freelance. Dimulai sejak tahun 2010 Faris Juniarso selaku Owner dari perusahaan ini melakukan berbagai riset untuk menciptakan suatu produk pembersih sepatu dengan konsep ramah lingkungan. Setelah kurang lebih 3 tahun melakukan riset dan mulai menawarkan kepada teman teman dekat yang notabene sebagai kolektor sepatu agar mencoba cairan pembersih itu, dan alhasil pada tahun 2013 Faris Juniarso merilis produk perawatan sepatu tersebut dan awal memulai

memasarkan di daerah Yogyakarta. (Wawancara dengan Faris Juniarso selaku Owner *Andrrows Shoe Cleaner*, 22 Oktober 2016)

B. Tujuan Berdirinya *Andrrows Shoe Cleaner*

Tujuan berdirinya *Andrrows Shoe Cleaner* adalah untuk :

1. Lingkungan yang baik (*Good Environment*)

Konsep lingkungan yang baik sudah disesuaikan dengan merek kami. Ini adalah ide utama kami untuk membuat sepatu anda bersih dengan minyak alami sebagai basis. Kami ingin memerhatikancara hidup yang baik, hidup di lingkungan yang baik dan sehat adalah cara yang tepat untuk hidup.

2. Berkelanjutan (*Sustainable*)

Sebagai produk pembersih sepatu, kami tidak hanya mengembangkan produk kami yang terbaik, tapi kami mendukung fashion dan budaya. Ini adalah alasan nomor satu dari bisnis kami yang mendukung komunitas sepatu untuk membuatnya lebih baik. Sebagai bagian dari fashion industri, *sneakers* memiliki peran dalam setiap bentuk fashion, komunitas dan budaya. Dengan kata lain, salah satu alasan dari bisnis kami adalah untuk mendukung pertumbuhan industri fashion dan budaya di sekitarnya.

3. Mendidik (*Educating*)

Andrrows lahir bersama dengan perkembangan dari industri *fashion*. Meskipun produk kami bukan hal yang bisa dipakai di badan, kami membantu orang untuk melakukan *fashion* mereka dengan baik dan benar. Kami memiliki minat untuk membuat sepatu menjadi salah satu dari bagian *fashion*, mengenakan yang terbaik dan benar. Tidak hanya itu, kami mendidik orang tentang bagaimana untuk mengambil peduli terhadap sepatu yang terbuat dari berbagai macam bahan yang berbeda-beda dan memahami tentang kompleksitas bahan.

(Dok. *Company Profile* Andrrows 2015)

C. Visi dan Misi Andrrows *Shoe Cleaner*

Visi adalah cara pandang jauh ke dapan kemana perusahaan harus dibawa agar tetapeksis, antisipatif, dan inovatif. Sedangkan misi merupakan pernyataan yang menetapkan tujuan organisasi dan sasaran yang ingin dicapai. Adapun visi dan misi Andrrows *Shoe Cleaner*, yaitu :

1. Visi

- Menjadi satu-satunya perusahaan *Shoe Cleaner* paling terpercaya yang berbasis alami dan ramah lingkungan di Indonesia.

2. Misi

- Menjadi solusi dimana jika anda ingin merawat tentang sepatu kesayangan anda dengan baik dan benar.

D. Lokasi Andrrows *Shoe Cleaner*

Alamat kantor Andrrows *Shoe Cleaner*, yaitu :

1) Andrrows Headquartes

Jl. Tentara Pelajar Sariharjo Ngaglik Sleman, Yogyakarta.

Telp. +62 85642529390

E. Logo Andrrows *Shoe Cleaner*



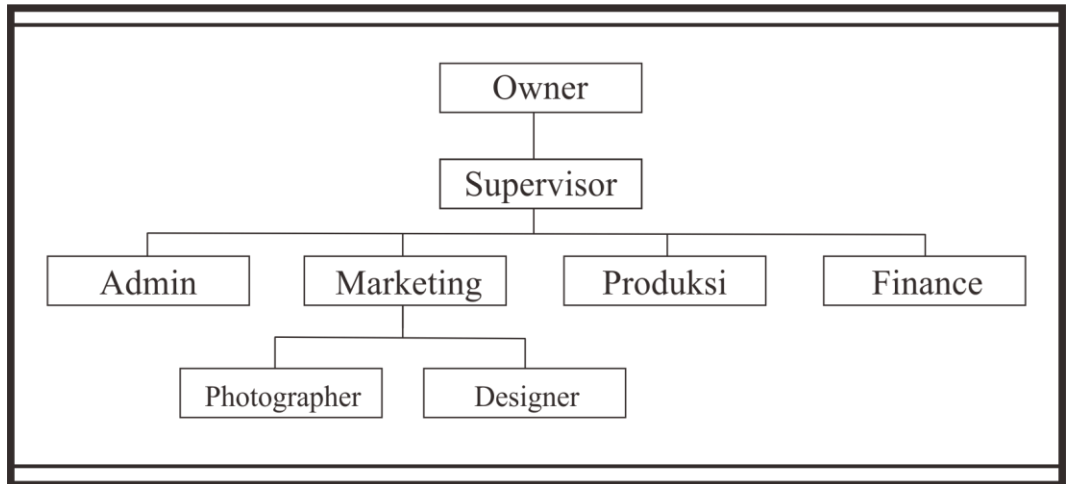
Andrrows *Shoe Cleaner* ditulis dengan *font* yang *simple* dimaksudkan agar mudah diingat dan penggunaan warna perpaduan antara abu-abu dan biru menunjukkan nuansa bersih dan elegant.

F. Struktur Organisasi Andrrows *Shoe Cleaner*

Struktur organisasi merupakan kerangka kerja yang menggambarkan hubungan kerja, wewenang dan tanggung jawab setiap tingkat yang ada dalam organisasi tersebut. Adapun struktur organisasi Andrrows *Shoe Cleaner* dapat digambarkan pada Bagan 2.1 yaitu sebagai berikut.

Gambar 2.1

Struktur Organisasi Andrrows *Shoe Cleaner*



(Sumber : Dok. Andrrows *Shoe Cleaner* 2015)

Keterangan :

- Owner : Faris Juniarso
- Supervisor : Harly Andhika Harris
- Admin Online : Rais Fadli
- Marketing : Rendy Wiranda
- Produksi : Azizul A.K
- Finance : Destya Tri
- Photographer : Ari Kristiono
- Designer : Omega

Uraian tugas dan jabatan :

1. Owner

- 1) Melakukan pengawasan dan pengurusan para karyawan *Andrrows Shoe Cleaner*.
- 2) Memutuskan atau mempertimbangkan segala keperluan perusahaan, seperti kegiatan promosi yang akan dilakukan.
- 3) Menjalin hubungan dengan pihak luar yang berkaitan dengan perusahaan.
- 4) Bertanggung jawab atas semua kegiatan yang dilakukan perusahaan, baik untuk produk maupun pembiayaan yang akan dilakukan.

2. Supervisor

- 1) Mengelola segala kegiatan yang dilakukan *Andrrows Shoe Cleaner*
Mengatur seluruh kegiatan atau kerja para karyawan.
- 2) Bertanggung jawab atas hasil kerja para karyawan.
- 3) Membuat jadwal kegiatan kerja untuk para karyawan.
- 4) Membuat rencana pekerjaan harian, mingguan, bulanan, tahunan.
- 5) Menyampaikan arahan dan pengumuman yang didapat dari Asst Manager maupun Manager.
- 6) Membahas Rencana kerja dan bersama sama merencanakan penyelesaian untuk pekerjaan yang belum terselesaikan hari sebelumnya.
- 7) Sebagai penghubung antara staf dengan owner/manager.

3. Marketing

- 1) Bertanggung jawab untuk melakukan pengawasan dan pendataan untuk penjualan produk.
- 2) Menangani masalah promosi pada pasar *Andrrows Shoe Cleaner*.
- 3) Membuat program dan laporan semua kegiatan promosi yang dilakukan *Andrrows Shoe Cleaner*.

4. Admin

- 1) Berinteraksi dengan konsumen atau calon konsumen yang akan melakukan pembelian.
- 2) Menjawab semua bentuk pertanyaan yang ditanyakan oleh calon pembeli.
- 3) Melaporkan segala usulan atau keluhan dari konsumen kepada Supervisor.

5. Finance

- 1) Membuat atau melakukan pembukuan pada setiap bulan.
- 2) Mengontrol pencairan dana yang akan dilakukan untuk kebutuhan perusahaan.
- 3) Mengontrol pengeluaran dan pemasukan perusahaan.

6. Produksi

- 1) Mengontrol semua stok produk.
- 2) Melakukan pengemasan produk yang akan dipasarkan.

G. Sistem Penjualan Andrrows *Shoe Cleaner*

Sistem penjualan yang diterapkan oleh Andrrows *Shoe Cleaner* adalah dengan dua sistem cara, yaitu sistem order (*wholesale*) dan retail. Sistem order (*wholesale*) merupakan sistem permintaan berdasarkan pemesanan (sistem beli putus), biasanya konsumen memesan dalam jumlah banyak (tertentu). Sedangkan sistem retail yaitu penjualan per unit dalam jumlah kecil. Untuk melalui sistem order bisa dengan mengunjungishowroom (store) utama ataupun lewat media online. Penjualan melalui media online melalui *web* ataupun jejaring sosial Andrrows *Shoe Cleaner*, yaitu:

Media Sosial

(Facebook,

Twitter, Instagram) : andrrows

Line official : @andrrows

Web : www.andrrows.com

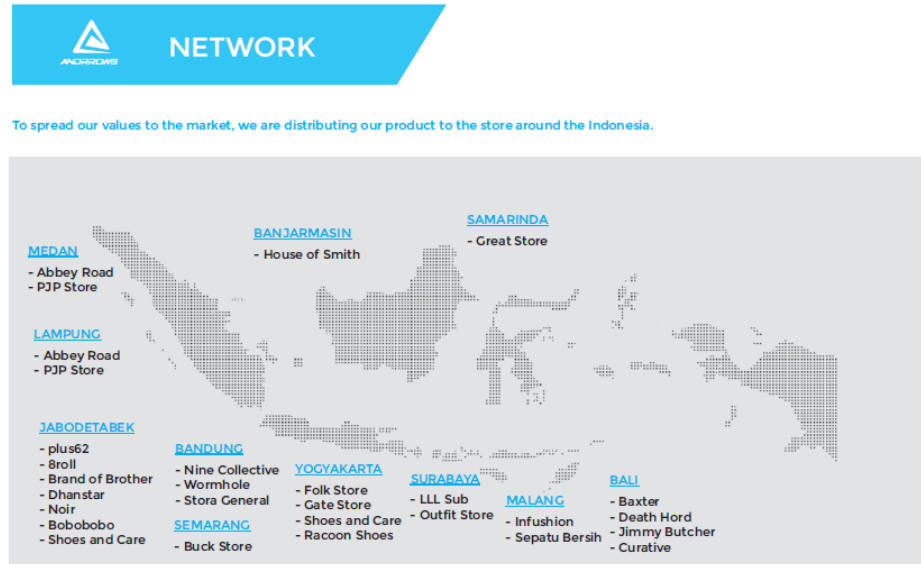
Tabel 2.1
Titik Distribusi Andrrows *Shoe Cleaner* (*Consignment*)

No.	Kota Distribusi	Store
1.	Yogyakarta	- Folk Store - Gate Store - Shoes and Care - Racoon Shoes
2.	Surabaya	- LLL Sub - Outfit Store
3.	Malang	- Infushion - Sepatu Bersih
4.	Semarang	- Buck Store

5.	Bandung	- Nine Collective - Wormhole - Stora General
6.	Jabodetabek	- plus62 - 8roll - Brand of Brother - Dhanstar - Noir - Bobobobo - Shoes and Care
7.	Bali	- Baxter - Death Hord - Jimmy Butcher - Curative
8.	Lampung	- Abbey Road - PJP Store
9.	Medan	- Abbey Road - PJP Store
10.	Banjarmasin	- House of Smith
11.	Samarinda	- Great Store
Total Pendistribusian		11 Titik Distribusi

(Sumber : Dok. Androws *Shoe Cleaner* 2015)

Gambar 2.2
Titik Distribusi Andrrows *Shoe Cleaner* (Consignment)



(Sumber : Andrrows *Company Profile*2015)

Selain titik konsinyasi, Andrrows juga mempunyai titik-titik wholesale (beli putus) yang tersebar di seluruh Indonesia.

H. Jenis-jenis Produk Andrrows *Shoe Cleaner*

Produk Andrrows *Shoe Cleaner* dibagi menjadi 3 lini :

1. Minipack

Terdiri dari 100 ml *Solution* dan sikat standar yang terbuat dari nylon terdapat *Hot Stamp Logo* di bagian depan.

Gambar 2.3
100ml Androws dan Standart Brush



(Sumber : Dok. Foto Androws Instagram 2015)

2. Stater Kit

Terdiri dari 250 ml *Solution* dan sikat standar yang terbuat dari nylon terdapat *Hot Stamp Logo* di bagian depan.

Gambar 2.4

250ml Andrrows dan Standart Brush



(Sumber : Dok. Foto Andrrows Instagram 2015)

3. Single Cleaner

Terdiri dari 250 ml *Solution*

Gambar 2.5
250ml Andrrows



(Sumber : Dok. Foto Andrrows Instagram 2015)

Produk untuk perawatan sepatu tambahan :

1. Premium Brush (*Bristle Ox*)

Terbuat dari bulu lembu *Australian* dan *Hot Stamp* logo Andrrows

Gambar 2.6
Premium Brush (*Bristle Ox*)



(Sumber : Dok. Foto Andrrows Instagram 2015)

2. Microfiber

Androws Microfiber terbuat dari bahan yang memiliki daya serap lebih daripada microfiber lainnya, cepat kering, bebas serat dan tidak mengalami abrasi, yang berguna untuk mengelap sisa busa dari sepatu yang telah dibersihkan.

Gambar 2.7
Microfiber Towel



(Sumber : Dok. Foto Androws Instagram 2015)

3. Shoe Bag

Terbuat dari bahan premium kanvas dengan desain menarik di bagian depan, terdapat dua slot tempat menaruh *brush* dan *solution* pada bagian dalam. Memudahkan anda membawa sepatu dan *Shoe Cleaner* secara bersamaan.

Gambar 2.8
Shoe Bag



(Sumber : Dok. Foto Androws Instagram 2015)

I. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berguna untuk memudahkan peneliti menentukan langkah-langkah yang sistematis. Penelitian terdahulu menjadi acuan atau gambaran untuk menunjang dan membantu proses penelitian yang akan dilakukan. Peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama yang dibuat peneliti sebelumnya. Peneliti akan memaparkan beberapa penelitian terdahulu mengenai strategi promosi, beberapa penelitian tersebut memiliki latar belakang masalah dan objek penelitian yang berbeda-beda.

I.1. Penelitian Pertama

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Purwatiningsih, mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian dengan judul Strategi Promosi PT. Jabinus Toys dalam meningkatkan *Brand Image* (2008) dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan PT. Jabinus Toys dalam memasarkan produk mainan edukasi kepada masyarakat luas untuk meningkatkan *brand image*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus, teknik pengumpulan data menggunakan *indepth interviews* dan *observasi*. Dari hasil penelitian yang didapat adalah strategi yang dilakukan sangat umum dan sederhana yaitu mengikuti pameran, menyebarkan brosur pada saat

pameran berlangsung dan berpromosi melalui media internet, sehingga selalu ada saja distributor yang ingin bekerjasama dan konsumen yang mengetahui produk *education toys* dan membeli produk yang diproduksi oleh PT. Jabinus Toys. Selain itu PT. Jabinus Toys sangat mementingkan kualitas dengan mutu yang baik dan menyediakan hadiah untuk distributor dan diskon kepada konsumen agar dipilih daripada perusahaan kompetitor.

I.2. Penelitian Kedua

Penelitian yang kedua dilakukan oleh Rizqi Fauzi mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini berjudul Strategi Promosi Perusahaan Kerudung “Zuhra” Magelang dalam Mempertahankan *Market Share* Periode 2008-2012 (2013). Perusahaan kerudung Zuhra merupakan perusahaan yang memproduksi kerudung di Magelang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi promosi yang dijalankan oleh perusahaan kerudung Zuhra dalam mempertahankan *market share*. Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif, dengan jenis penelitian kualitatif. Lokasi penelitian adalah kantor Perusahaan Kerudung Zuhra yang beralamat di Jl. Pemuda Barat, Muntilan Magelang. Data diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan 6 orang informan, yaitu owner, manager dan marketing, 1 konsumen

sub dealer, bagian keuangan dan 1 konsumen Zuhra, Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi dan juga didukung dengan beberapa data dari studi pustaka. Teknik analisis data yang dilakukan yaitu mereduksi data, menyajikan data dan menyimpulkan data. Dengan demikian, peneliti melakukan penelitian mengenai strategi promosi pada Perusahaan Kerudung Zuhra dalam mempertahankan market share. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui strategi yang digunakan adalah dengan perencanaan, implementasi dan evaluasi. Sedangkan kegiatan promosi yang dilakukan melalui promotion mix, yaitu sales promotion, direct marketing, personal selling, sponsorsip dan advertising. Market share yang ingin dicapai juga sudah mengalami peningkatan di setiap tahunnya, hal ini menunjukkan bahwa program-program promosi yang dijalankan Perusahaan Kerudung Zuhra sudah cukup efektif.

I.3. Penelitan Ketiga

Penelitian ketigayaitu Strategi Promosi PT. The Univenus Yogyakarta dalam Meningkatkan Penjualan Di Tahun 2015 (2015). Penelitian ini dilakukan oleh Fifin mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini membahas tentang strategi promosi yang dilakukan oleh PT The Univenus untuk meningkatkan penjualan di tahun 2015. PT. The Univenus adalah

salah satu perusahaan yang berkecimpung di bidang converting pulp paper yang memproduksi dan mengemas serat kayu menjadi tissue yang mempunyai jenis serta fungsinya masing-masing. Promosi yang dilakukan oleh PT. The Univenus yaitu dengan memanfaatkan momentum-momentum hari besar seperti hari raya, hari ulang tahun outlet/rekanan bisnis, atau momentum nasional lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi penjualan PT. The Univenus dalam meningkatkan penjualan di tahun 2015. Kerangka teori yang digunakan yaitu strategi promosi, promosi, strategi momentum. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Lokasi penelitian ini adalah di Kampung Kemasan, Singosaren, Banguntapan, bantul, Yogyakarta. Teknik pengumpulan data adalah dengan wawancara dan studi pustaka. Teknik analisa data dan penyajian data yaitu dengan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa kegiatan promosi dan strategi promosi yang dilakukan oleh PT. The Univenus sudah melalui tahapan yang baik walaupun harus ada perbaikan, dan program kontinyu yang harus terus dilakukan guna meningkatkan penjualan. PT. The Univenus melakukan langkah-langkah dengan proses perencanaan, implementasi serta evaluasi. Sedangkan untuk strateginya PT. The Univenus menggunakan strategi momentum.

Dari ketiga penelitian diatas dapat terlihat secara jelas bahwa objek penelitian dari ketiga penelitian tersebut sama dengan penelitian ini yaitu strategi promosi, dengan tujuan mendiskripsikan strategi promosi yang dilakukan suatu perusahaan. Akan tetapi terdapat perbedaan pada setiap objek penelitian yaitu pada penelitian pertama untuk meningkatkan *Brand Image*, pada penelitian kedua yaitu untuk mempertahankan *Market Share*, sedangkan penelitian ketiga yaitu untuk meningkatkan penjualan, sedangkan penelitian ini yaitu untuk menarik minat beli konsumen.