

BAB II

GAMBARAN PERUSAHAAN

A. Sejarah Lahirnya Brand “Zoya”

Membangun suatu usaha memang memerlukan banyak pertimbangan yang matang. Layaknya seorang koki yang ingin menciptakan sebuah masakan ia tentu perlu menyiapkan seluruh bahan-bahan yang di perlukan agar dapat meramu masakan yang sempurna. Begitu juga mendirikan sebuah usaha, perlu adanya visi dan misi yang jelas serta target yang sesuai agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Memiliki kegemaran dalam berbagai bidang dapat menjadi salah satu bahan utama untuk memulai langkah mendirikan sebuah usaha. Rasa ketertarikan kita pada bidang tersebut akan mengantarkan kita menjadi lebih mudah dalam menjalani usaha yang tengah dirintis, tidak mudah bosan dan selalu memiliki energi positif terhadap usaha yang dimiliki sehingga kita dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

Feny Mustafa merupakan salah satu dari sekian banyak pengusaha yang membangun usaha di atas mimpinya. Memiliki visi untuk mensyiarkan Islam dan memberikan support kepada seluruh wanita Indonesia untuk berhijab, Feny merealisasikannya melalui Shafira Cooperation yang telah berdiri lebih dari dua puluh lima tahun yang lalu. Perlahan namun pasti usaha Feny dalam menjalankan visinya terus berlanjut meskipun ada banyak masalah-masalah seperti harus meminjam modal kepada teman serta keluarga, hingga masalah kekurangan karyawan, akhirnya bisnis yang

didirikannya membuahkan hasil yang memuaskan. Sejak saat itu berkat ketekunannya serta didukung dengan tingginya permintaan busana muslim di Indonesia, Feny berhasil melebarkan sayapnya mulai dari 24 gerai toko hingga lahirnya brand “Zoya” yang memiliki 140 toko dan sekarang telah mencapai lebih dari 160 toko yang tersebar di seluruh Indonesia. (<https://www.smartbisnis.co.id/content/read/belajar-bisnis/feny-mustafa-sosok-dibalik-suksesnya-shafira-dan-zoya>, di akses pada tanggal 16 Maret 2017 pukul 05:41 WIB).

Membangun sebuah usaha tidak hanya didasari karena melihat lahan basah di pasar, melainkan harus memperhatikan dan mempertimbangkan beberapa faktor agar usaha yang nantinya akan dijalani tidak memberikan banyak kesulitan yang menjadikan kita sendiri merasa terbebani. Sama halnya dengan *fashion* busana muslim, seiring berjalannya waktu fungsi dari kerudung yang digunakan untuk menutup aurat semakin memiliki inovasi perubahan dari segi model, bahan, serta motif tersebut, memancing Feny untuk menjadikannya sebagai lahan basah bagi usahanya. Ia kemudian mencari cara bagaimana memberikan kemudahan untuk para wanita muslimah memilih model kerudung atau jilbab seperti yang diinginkan tiap calon konsumen agar tidak terlihat kuno pada saat itu. Sehingga ide untuk membuat model dan desain unik yang unik menjadi salah satu taktik Feny untuk menarik minat calon konsumen. Hal ini semata-mata bertujuan agar para konsumen yang sebelumnya menganggap bahwa memakai kerudung atau jilbab adalah sesuatu yang kuno dan tidak *trendy*, akan mulai tertarik

menggunakan kerudung atau jilbab karena produk yang dihasilkan oleh perusahaan Feny mempunyai kualitas yang berbeda dari kompetitor lain pada saat itu. Tidak hanya itu, Feny sebagai pendiri dan pemilik perusahaan selalu mementingkan kenyamanan konsumen agar konsumen tidak merasa kecewa ketika sudah memilih produk yang dihasilkan.

Zoya sebagai *pioneer* hijab dan *fashion* muslim di Indonesia terus memberikan kreasi dan inovasi baru pada desain hijab dan busana muslim dari desainer terbaik di Indonesia. Mulai dari desain eksklusif hingga pemilihan bahan yang tetap mengutamakan kenyamanan konsumen atau pecinta produk Zoya (www.zoya.co.id). Tren *fashion* hijab yang saat ini semakin beranekaragam, dapat dilihat dari semakin banyaknya faktor – faktor dalam pembuatan kerudung atau jilbab yang bermacam – macam, misal dari segi bentuk, model, warna, design serta bahan yang digunakan. Faktor – faktor tersebut adalah sesuatu yang dapat mempengaruhi penggunaan kerudung atau jilbab itu sendiri. Tidak dapat dipungkiri kerudung atau jilbab saat ini memang identik dengan *fashion* dalam berbusana muslim sehingga menjadikan para produsen untuk menghasilkan berbagai inovasi baru pada produknya. Salah satu inovasi dari kerudung atau jilbab antara lain dengan model *scarf*, pashmina, dan kerudung instan atau kerudung yang siap pakai. Banyak kompetitor atau pesaing yang juga menghasilkan model serupa hanya saja menggunakan bahan serta desain atau motif yang berbeda.

B. Visi dan Misi

Memiliki *tagline* atau slogan “Lebih Pas Untuk Cantikmu” menggambarkan bahwa produk Zoya memahami karakter kecantikan yang berbeda dari tiap wanita dan mampu memberikan solusi terbaik untuk tiap karakter garis wajah dan tubuh.

1) Visi : membuktikan produknya dapat dijadikan referensi utama bagi para muslimah dalam berbusana hijab yang *fashionable*.

2) Misi : menciptakan inovasi-inovasi *style* berbusana muslim, memberikan inspirasi kepada para muslimah untuk selalu berhijab *stylist*, serta menyediakan solusi kecantikan paras wanita muslimah (Amalia, 2016 hal 50-51).

C. Produk – produk Zoya

Sejauh ini Zoya telah menghasilkan berbagai macam produk *fashion* yang dibutuhkan para muslimah. Namun tidak hanya itu, Zoya juga menyediakan perlengkapan bagi para muslim (laki-laki) dan jilbab untuk anak -anak. *Brand Zoya* merupakan salah satu dari beberapa brand yang dikeluarkan oleh perusahaan *house of brand* Rumah Kerudung dan Baju Lamara dibawah naungan Shafira Corporation (Shafco). Perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang menyediakan koleksi produk dari beberapa *brand fashion* berkualitas dengan berbagai varian model, bahan,

harga. Sebagai produsen yang bergerak pada bidang *fashion* muslim, *brand* ini tidak hanya menghasilkan produk kerudung atau jilbab tentunya, melainkan membuat beberapa produk *fashion* muslim lain contohnya seperti aksesoris pada kerudung atau jilbab, serta berbagai macam produk lainnya untuk melengkapi kebutuhan wanita muslimah dalam mempercantik penampilannya. Mulai dari busana muslim dan perlengkapan ibadah, hingga menyediakan kosmetik yang bisa dijadikan referensi wanita muslimah dalam memilih produk kecantikan mereka. Menghasilkan produk *fashion* muslim dengan mengikuti tren yang pada saat itu sedang meledak dipasaran adalah salah satu bentuk agar produknya tetap terlihat *up to date* supaya penggunaannya pun juga tetap terlihat modis dan merasa nyaman memakainya.

Pada halaman beranda website Zoya yaitu www.zoya.co.id, sudah terdapat kategori produk yang ditawarkan seperti hijab, busana, serta produk hasil kolaborasi dengan beberapa artis. Tidak hanya itu, ketika masih bingung untuk memilih produk mana yang akan dibeli, terdapat pilihan produk mana yang menjadi *best seller* atau produk yang paling laris dan paling banyak dicari oleh konsumen. Sudah jelas apabila produk yang masuk dalam kategori terlaris, dapat dipastikan produk tersebut merupakan produk yang paling diminati dan dapat dijadikan referensi atau salah satu produk yang akan konsumen koleksi. Adanya website resmi Zoya ini menjadi salah satu kemudahan untuk para konsumen agar dapat menemukan produk hijab dan *fashion* muslim dengan berbagai pilihan harga, warna,

serta model terbaik. Berikut beberapa produk yang dapat dilihat pada website resmi Zoya :

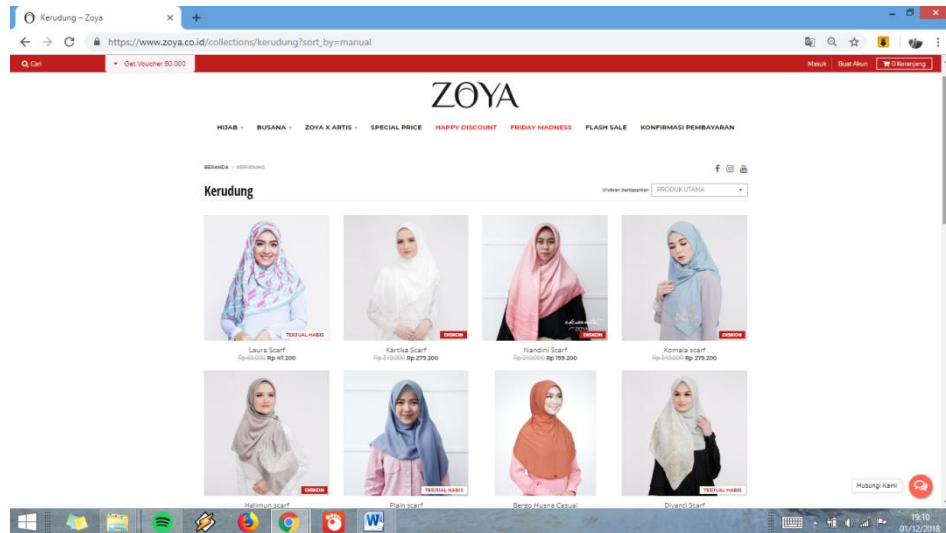
1. Hijab

Produk yang terdapat dalam kategori hijab ada beberapa jenis antara lain kerudung segi empat, kerudung instan, bergo, kerudung sekolah, pashmina, ciput, bandana, serta accessories. Dalam pilihan menu produk hijab calon konsumen dapat melihat produk-produk tersebut dalam bentuk gambar yang sudah disertakan keterangan spesifikasi produk seperti nama, bahan, ukuran, serta harga yang dipasarkan, sehingga calon konsumen tidak perlu bersusah payah mencari informasi terkait produk yang sedang dicari. Namun apabila masih ada yang perlu ditanyakan, calon konsumen dapat mengajukan pertanyaan pada kontak yang terdapat pada website resmi Zoya tersebut.

Produk kerudung atau hijab Zoya memiliki berbagai model, desain, warna, serta harga yang berbeda-beda. Hal tersebut disesuaikan dengan target pasar yang bermacam-macam pula. Misal produk scarf atau kerudung segiempat dengan desain eksklusif biasanya ditargetkan kepada mereka wanita yang bekerja dengan pakaian formal, kerudung ini cocok karena terlihat lebih rapi dan elegan. Kerudung dengan model *scarf* biasanya memiliki ukuran yang lebih kecil dibanding dengan kerudung *square* atau segiempat yang memiliki ukuran sesuai kebutuhan konsumen, walaupun sesungguhnya kedua model kerudung ini sama-

sama memiliki bentuk segiempat namun kegunaannya dapat disesuaikan oleh konsumen itu sendiri.

Gambar 2.1 Produk Kategori Hijab Square atau Scarf

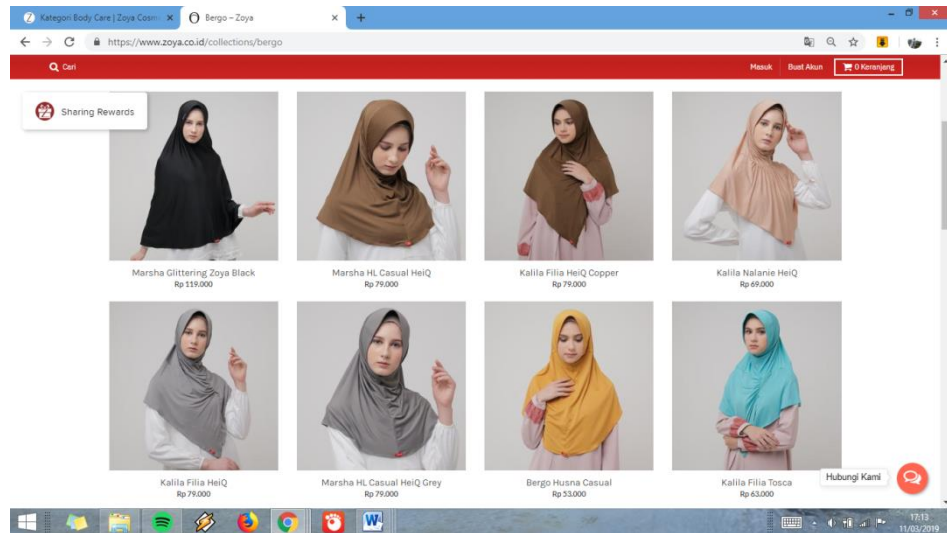


Sumber: www.zoya.co.id

Berbeda dengan jenis kerudung yang biasa digunakan untuk kegiatan formal, ada kerudung bergo yang biasa digunakan untuk kegiatan sehari-hari karena produk ini sengaja dibuat untuk digunakan pada hal-hal santai yang tidak harus terlihat rapi atau formal. Produk ini terbuat dari bahan kaos yang akan membuat pemakainya nyaman berkegiatan karena dapat menyerap keringat sehingga tidak membuat *gerah*. Biasanya produk ini banyak dipilih oleh para ibu rumah tangga atau wanita lanjut usia karena sangat mudah untuk menggunakannya dan model dari produk ini pun sudah bermacam-macam sehingga membuat konsumen tidak akan bosan karena dapat memilih model sesuai yang diinginkan. Berikut

beberapa gambar produk dari kerudung bergo Zoya yang dapat dilihat langsung melalui website resmi Zoya (www.zoya.co.id).

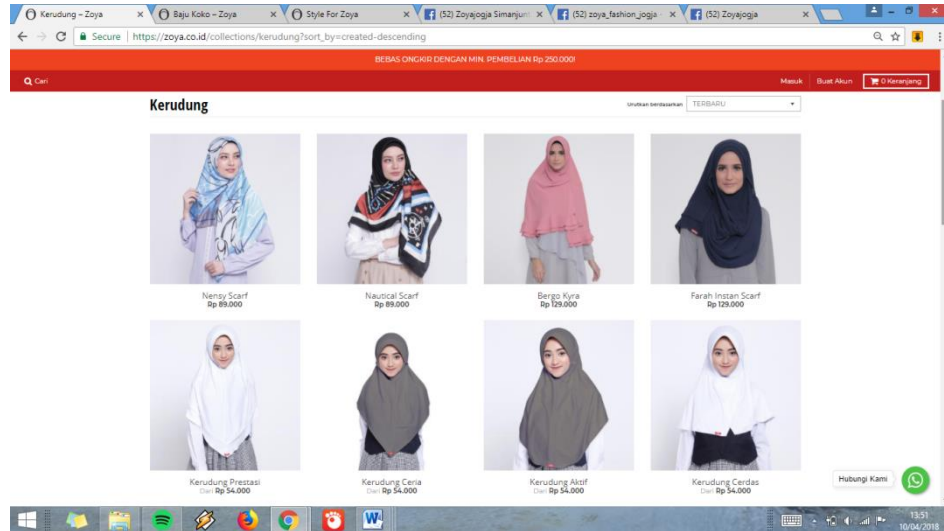
Gambar 2.2 Produk Kerudung Bergo



Sumber: www.zoya.co.id

Tidak hanya untuk remaja dan dewasa, Zoya juga menyediakan produk hijab instan untuk anak dengan berbagai model, warna, serta bahan yang nyaman. Anak-anak cenderung menyukai sesuatu yang praktis dan pasti akan lebih memilih menggunakan kerudung instan daripada harus menggunakan kerudung dengan model segiempat. Produk ini biasanya digunakan untuk ke sekolah atau untuk digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Kerudung instan ini juga disediakan dengan berbagai ukuran sesuai kebutuhan konsumen.

Gambar 2.3 Produk Jilbab Instan Anak

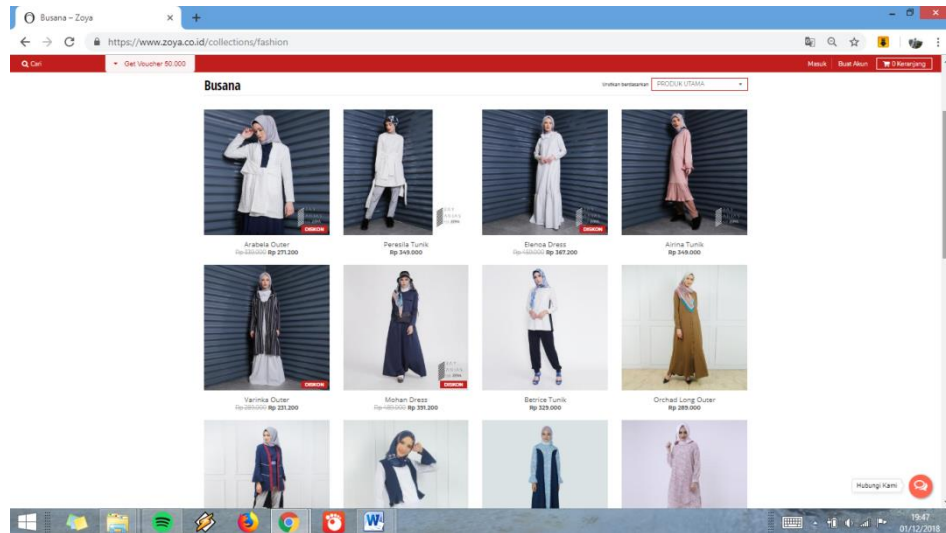


Sumber: www.zoya.co.id

2. Busana atau Pakaian Wanita

Pada produk busana, Zoya menawarkan produk-produk busana yang tidak kalah menarik untuk dikoleksi. Selain memiliki model yang cukup berbeda dengan yang lain, Zoya juga menyediakan produk-produk *limited edition* yang dimana produk tersebut diproduksi dalam jumlah terbatas, sehingga membuat calon konsumen yang tertarik akan langsung membeli produk tersebut agar tidak kehabisan. Jika produk hijab disediakan dari pilihan untuk dipakai secara kasual atau sehari-hari hingga untuk keperluan acara formal, begitupun busana atau pakaian, ada gamis atau model *dress*, *blouse*, *outer*, hingga tunik.

Gambar 2.4 Produk Busana Wanita

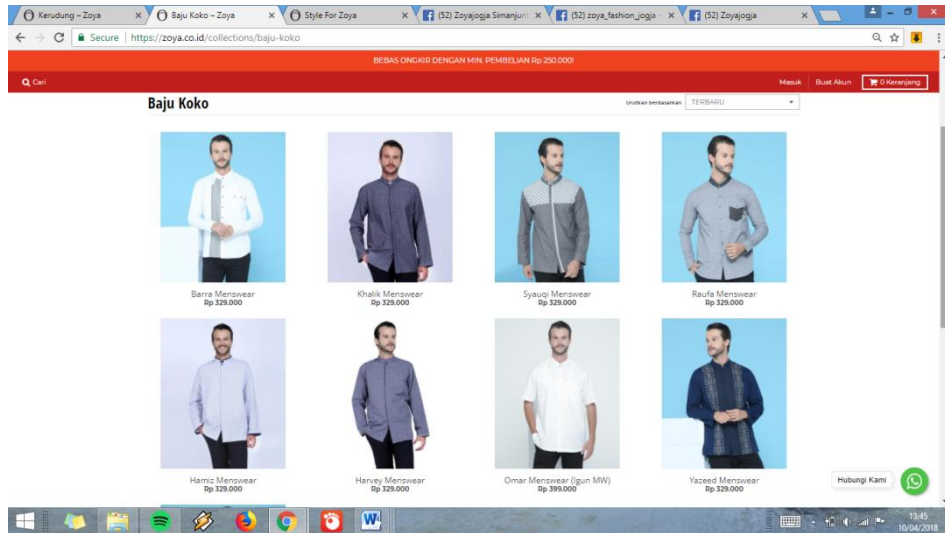


Sumber: <https://www.zoya.co.id/collections/fashion>

3. Baju Koko (Menswear)

Tidak hanya menyediakan keperluan hijab, Zoya juga memproduksi pakaian untuk laki-laki sebagai salah satu referensi bagi mereka yang sedang mencari pakaian muslim seperti baju koko. Produk ini dapat ditemukan dalam pilihan menu kategori busana kemudian memilih kategori “Menswear”, maka calon konsumen dapat langsung menemukan produk tersebut. Model yang ditawarkan memang model yang sudah akrab digunakan oleh para laki-laki kebanyakan yaitu baju koko dengan tipe lengan panjang dan lengan pendek. Walaupun model tersebut memang sudah banyak dipasaran, namun Zoya selalu memperhatikan kualitas dan kuantitas dari produknya agar terlihat lebih unggul dibanding kompetitor lain dan menjadi pilihan utama calon konsumen.

Gambar 2.5 Produk Baju Koko

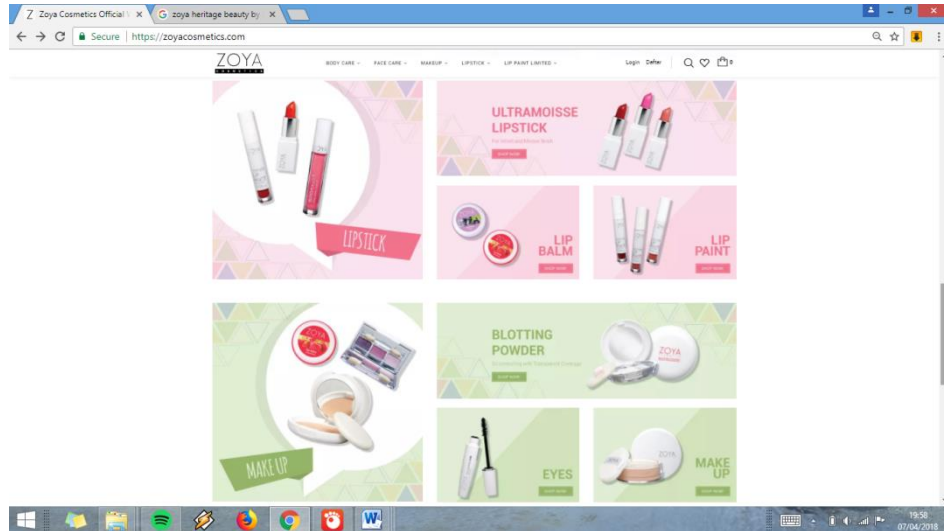


Sumber: <https://zoya.co.id/collections/baju-koko>

4. Kosmetik

Zoya Cosmetics menyediakan keperluan produk kecantikan anda dengan banyak pilihan dan kualitas terbaik. Zoya Cosmetics meyakinkan konsumen dengan keunggulan produknya yang dianggap berbeda dibanding produk kosmetik lain seperti memudahkan perempuan tampil cantik seketika dengan teknologi dan kualitas terbaik. Zoya Cosmetics menyediakan produk kecantikan berupa produk yang digunakan pada bagian wajah seperti produk *face care* (lipstik, *lip balm*, *mask*, *cream*, *cleansing*, dan lain-lain), produk *make up* (*foundation*, *blush on*, *powder*, *eyeliner*, *eyeshadow*, *mascara*, dan *eyebrow*), serta aksesoris (*spons powder*, *brush*, *false lashes*).

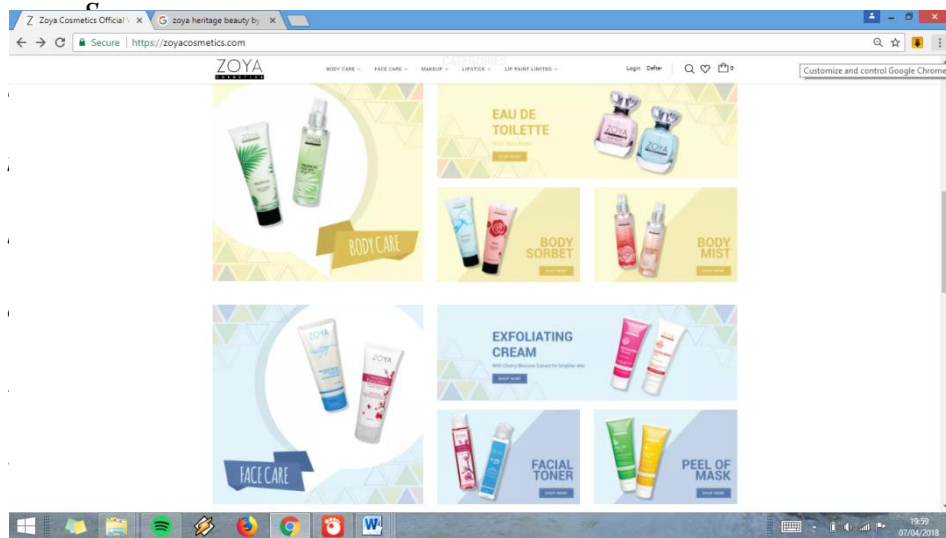
Gambar 2.6 Produk Face Care dan Make Up



Sumber: <https://Zoyacosmetics.com/>

Tidak hanya produk pada wajah, Zoya Kosmetik juga menyediakan produk yang dapat digunakan pada bagian tubuh atau produk *body care* (*body mist*, *body sorbet*, dan *hand cream*). Produk-produk ini disediakan dengan berbagai macam pilihan sesuai kebutuhan seperti salah satunya yaitu wangi yang diinginkan karena tiap konsumen memiliki selera yang berbeda. Apabila masih ragu ketika akan memilih produk kosmetik tersebut, calon konsumen dapat melihat pada halaman website Zoya Kosmetik dan meng-*klik* gambar produk yang hendak dipilih, maka nanti akan muncul penjelasan dari produk tersebut, seperti bagaimana gambaran wewangian yang dapat dicocokkan dengan kepribadian dari tiap konsumen.

Gambar 2.7 Produk Body Care



Sumber: <https://Zoyacosmetics.com/>

Produk Zoya Cometics dibuat menggunakan bahan-bahan yang ringan serta nyaman untuk diaplikasikan pada kulit dan juga semua produk sudah memiliki sertifikat halal sehingga aman digunakan oleh seluruh konsumen khususnya untuk mereka para konsumen muslim (<https://www.zoyacosmetics.com/>).

Zoya selalu membuat inovasi terbaru setiap tahunnya sebagai bentuk meningkatkan kualitas produk, sehingga tiap peluncuran produk baru memiliki tema yang berbeda-beda. Filosofi dari *brand* ini adalah “*light and color*” sehingga produk-produk yang dihasilkan memiliki karakter yang ringan, *easy to wear*, *easy to match*, dan juga menghasilkan desain serta warna yang lengkap sehingga memudahkan konsumen untuk memilih sesuai kebutuhan dan keinginan. Adapun beberapa produk dengan desain khusus

juga dihasilkan oleh desainer berbakat Zoya yang pada setiap busana yang dirancang disertakan pula swarovski yang menjadi ciri khas dari Zoya. Salah satu yang dinobatkan sebagai *brand* ambassador Zoya yang kita kenal sebagai *designer* yaitu Ivan Gunawan atau yang biasa disapa dengan Igun, telah mempersembahkan sebuah tema yang merupakan koleksi eksklusif untuk *brand* ini yaitu 'Heritage Beauty'. Tema 'Heritage Beauty' tersebut mengangkat tentang kekayaan Indonesia yang diaplikasikan dengan desain batik, tenun, serta songket. Tujuan desainer yang biasa disapa dengan Igun ini adalah supaya wanita muslimah terlihat berbeda dengan desain khusus yang dia hasilkan serta mengajak para masyarakat untuk lebih mencintai kekayaan yang ada di tanah air. Tidak hanya tema 'Heritage Beauty', sebelumnya Zoya juga sudah meluncurkan produk dengan tema 'Rise In Japan' dalam acara Jakarta *Fashion* Week 2015 pada tahun 2014 lalu (<https://bandung.merdeka.com/gaya-hidup/koleksi-heritage-beauty-dari-ivan-gunawan-untuk-zoya-1611303.html>, di akses pada tanggal 16 Maret 2017, pukul 05:40 WIB).

Berikut adalah salah satu produk hasil kolaborasi dengan Igun yang mengangkat tema tentang kekayaan budaya Indonesia :

Gambar 2.8 Kolaborasi Zoya Hijab x Ivan Gunawan



Sumber: Google

Produk dengan *brand* Zoya ini sempat menjadi perbincangan publik karena mengklaim bahwa produk mereka dinobatkan sebagai produk kerudung halal pertama di Indonesia dengan hasil sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Hal ini menjadikan beberapa pemikiran bahwa tidak semua produk muslim memakai material yang halal. Bukan berarti apabila produk muslim yang tidak tersertifikasi halal MUI adalah haram, Zoya berani mengajukan uji kehalalan produk karena mereka memberitahukan bahwa saat proses pembuatan pada tahap pencucian bahan, mereka menggunakan bahan yang halal tanpa mengandung hal-hal yang diharamkan dalam islam. Sejauh ini sudah banyak *brand* produk muslim yang memiliki sertifikat halal, jadi tidak perlu khawatir lagi dalam menentukan produk dengan berbagai macam *brand* yang ada.

D. Franchise Zoya Yogyakarta

Franchise adalah sebuah program kemitraan dari perusahaan besar dengan sistem operasional yang dibuat serupa dalam segala hal mencakup perusahaan tersebut, seperti bagaimana penampakan dari toko fisik yang dibangun, *display* produk, atribut-atribut pemasaran yang digunakan, dan sebagainya. Meskipun *franchise* merupakan cabang dari toko atau perusahaan yang berada dipusat, tetapi ada beberapa kebijakan dimana pihak *franchise* dapat melakukan kegiatan-kegiatan pemasaran yang berbeda sesuai kebutuhan dari toko *franchise* itu sendiri. Seperti halnya memperhatikan *display interior* dan *exterior* toko yang menjadi salah satu faktor penting karena ketika penampilan *display* terlihat unik maka akan sangat mudah menarik perhatian calon konsumen untuk berkunjung. Menyusun atau memperhatikan tata letak produk sesuai kategorinya juga perlu diperhatikan demi kenyamanan berbelanja konsumen dan calon konsumen.

Franchise Zoya yang berada di Yogyakarta sendiri telah melakukan beberapa kegiatan atau program promosi sebagai tahap awal yang bertujuan untuk memberitahu tentang keberadaan atau lokasi toko mereka. Selain itu, dilanjutkan dengan kegiatan promosi lainnya seperti membagikan brosur atau *flyer* di beberapa titik, mengadakan promo diskon menarik, serta memberikan pelayanan yang spesial bagi mereka yang terdaftar sebagai member di toko *franchise* tersebut. Hal itu diharapkan dapat menarik perhatian calon konsumen terhadap Zoya. Pemilik *franchise Zoya*

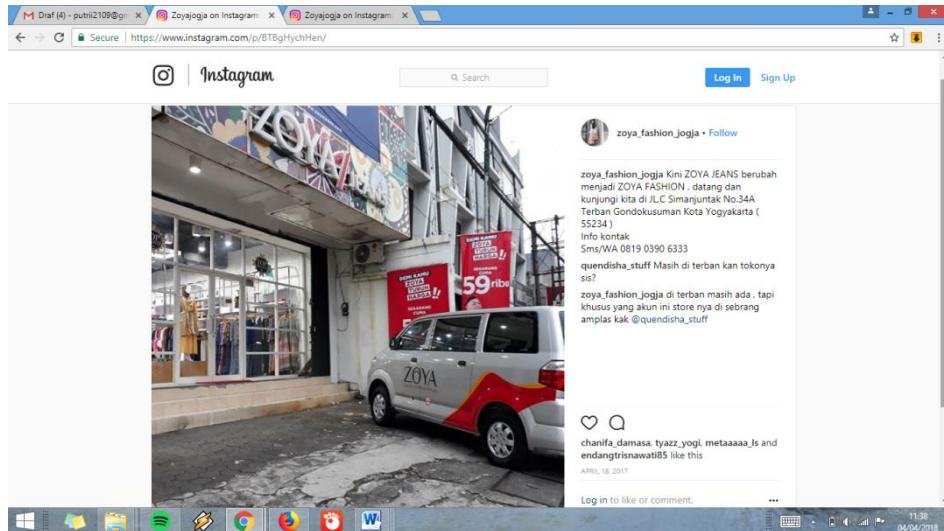
Yogyakarta adalah bapak Nuryanta yang sebelumnya beliau sudah lebih dahulu bergabung dengan Rumah Kerudung dan Baju Lamara dalam naungan perusahaan Shafira Cooperation, perusahaan *house of brand* yang dimana didalamnya terdapat beberapa *brand* dengan produk yang sama yaitu *fashion muslim*. *Franchise Zoya Yogyakarta* atas kepemilikan bapak Nuryanta sendiri baru berdiri awal tahun 2017 lalu yaitu pada bulan Maret dan Mei (Wawancara dengan Penanggungjawab Toko, Dita Rosita, pada tanggal 6 Januari 2018).

Keberadaan toko cabang ini diharapkan dapat memberi kemudahan bagi pecinta produk *fashion muslim* dari *brand Zoya* karena saat ini sudah lebih mudah untuk melihat produk secara langsung bukan hanya melalui gambar lagi. Tidak hanya itu, bagi mereka yang baru mengetahui brand *Zoya* yang mungkin ingin membandingkan dengan beberapa referensi ketika sedang mencari produk *fashion muslim*, dapat menjadikan *Zoya* salah satu pilihannya. Para konsumen dan konsumen dapat langsung mengunjungi toko yang terdapat pada alamat berikut:

1. Lokasi Toko

Toko *franchise Zoya* tersebut berada di lokasi yang berbeda, untuk toko yang pertama berada di JL. C. Simanjuntak No. 34A (*Zoya 1*). Toko pertama ini berada dekat dengan beberapa produsen produk serupa, yang tentunya menjadikan lokasi ini sebagai tempat yang akan banyak dilewati atau dikunjungi oleh masyarakat. Berikut adalah tampak depan dari toko *Zoya Jogja 1* :

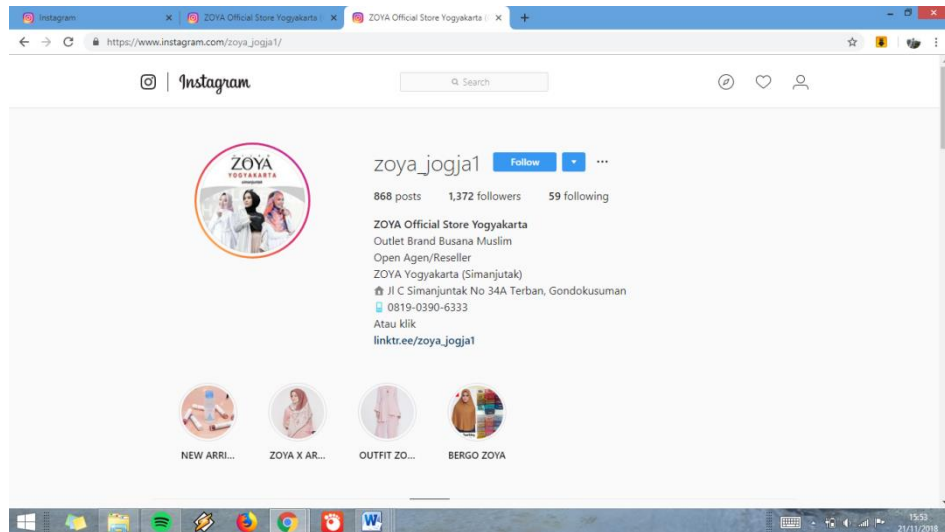
Gambar 2.9 Store Zoya 1



Sumber: https://www.instagram.com/Zoya_fashion_jogja/

Karena berada pada lokasi yang berbeda, Zoya Jogja juga memiliki sarana komunikasi yang berbeda pula untuk berbagi informasi dengan masyarakat atau para konsumen. Kedua toko masing-masing memiliki akun sosial media seperti *Facebook* dan *Instagram* untuk meng-*update* informasi seputar produk yang sedang ditawarkan atau berupa informasi seperti acara-acara yang akan diadakan oleh Zoya Jogja. Adanya akun sosial media tersebut diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi seputar produk dari *brand* atau merek Zoya.

Gambar 2.10 Instagram Zoya 1



Sumber: https://www.instagram.com/zoya_jogja1/

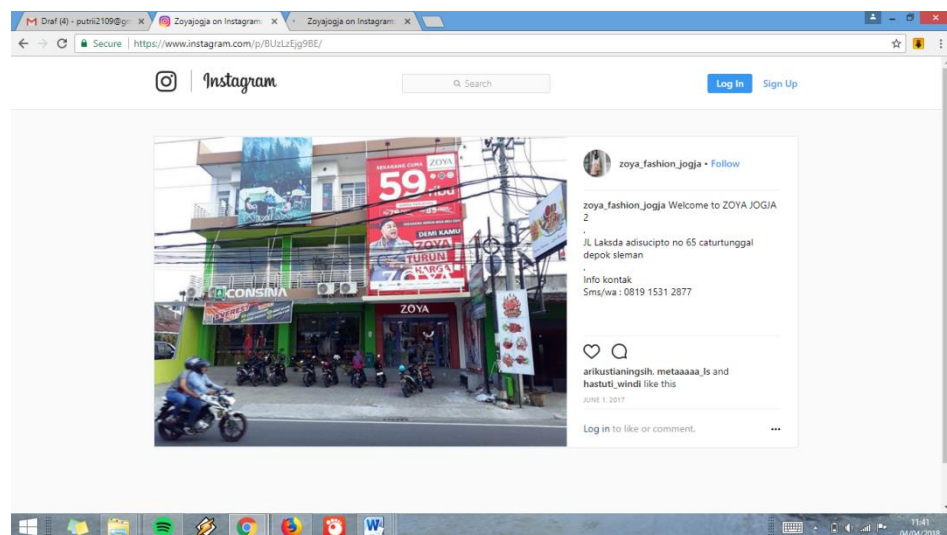
Gambar 2.11 Facebook Zoya Yogyakarta Simanjuntak



Sumber: Facebook Zoya Yogyakarta Simanjuntak

Lokasi toko Zoya Jogja 2 berada di JL. Laksda Adisucipto No. 65 (Zoya 2). Lokasi ini berada dekat dengan salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Yoyakarta, sehingga sangat mudah untuk mengakses lokasi tersebut. Jalan yang dilalui pun merupakan salah satu jalan utama yang mengarah ke dalam kota dan luar kota. Sehingga masyarakat lokal maupun pendatang akan dengan mudah menemukan lokasi keberadaan toko.

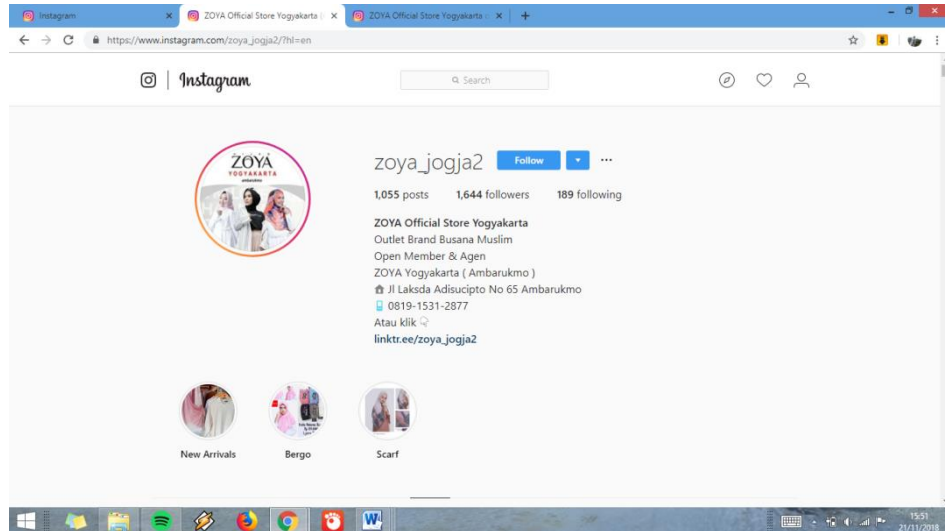
Gambar 2.12 Store Zoya 2



Sumber: https://www.instagram.com/Zoya_fashion_jogja/

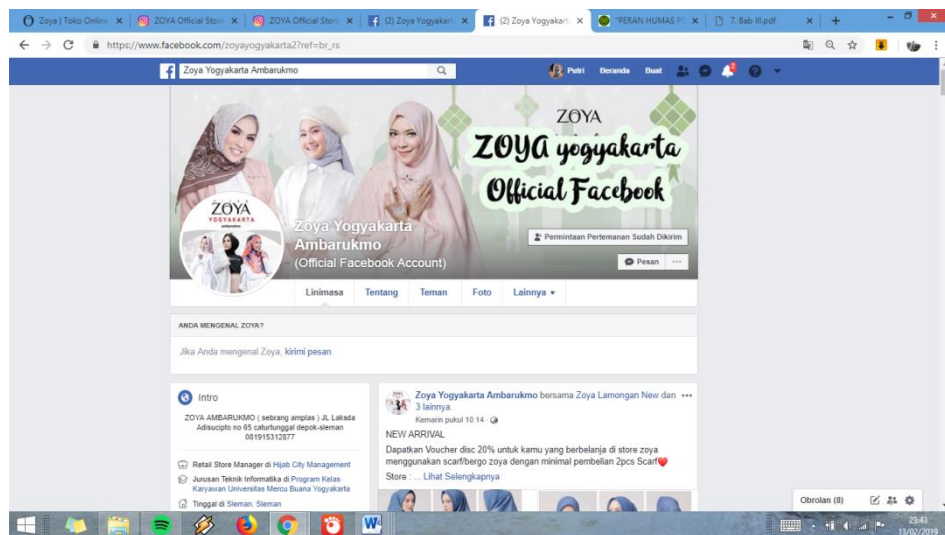
Bagi mereka yang tidak ingin berbelanja secara langsung, Zoya Jogja menerima pelayanan berbelanja secara online dan produk akan dikirim pada hari yang sama dengan layanan jasa antar barang melalui Go-Send by Go-Jek. Konsumen dapat memilih produk melalui website resmi atau melalui akun sosial media yang ada, dan kemudian menghubungi admin kontak yang tersedia.

Gambar 2.13 Instagram Zoya 2



Sumber: https://www.instagram.com/zoya_jogja2/?hl=en

Gambar 2.14 Facebook Zoya Yogyakarta Ambarukmo



Sumber: Facebook Zoya Yogyakarta Ambarukmo

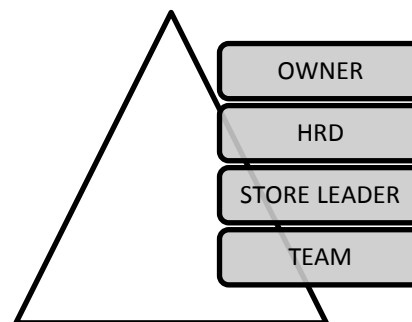
Pengiriman barang yang dilakukan oleh Zoya Yogyakarta tidak hanya mencakup dalam kota, namun hingga ke luar kota yang tidak terjangkau

toko *offline* Zoya. Maka konsumen tidak perlu mencemaskan hal tersebut, konsumen hanya perlu melihat produk yang ada pada website resmi Zoya atau melalui akun sosial media mereka, kemudian lakukan transaksi atau order barang sesuai dengan tata cara yang sudah dijelaskan pada akun tersebut.

2. Struktur Organisasi atau Kepengurusan

Perusahaan pasti selalu membentuk sebuah susunan kepengurusan agar kegiatan dalam sebuah perusahaan tersebut dapat berjalan dengan baik. Susunan atau struktur kepengurusan juga merupakan gambaran bahwa dalam tiap bagian jabatan memiliki tanggungjawab masing-masing. Berikut adalah gambaran dari susunan kepengurusan dari franchise zoya yogyakarta.

Gambar Bagan 2.1 Struktur Organisasi



Berikut ini adalah beberapa deskripsi singkat tugas-tugas atau tanggungjawab tiap jabatan dari franchise Zoya Jogja:

1. *Owner* (Bapak Nuryanta)

Owner atau pemilik dari usaha kemitraan ini bertugas untuk bertanggungjawab memperhatikan dan mengontrol terhadap semua kegiatan yang dilakukan oleh anggota yang berada dibawahnya.

2. *Head Resorces Department (HRD)*(Ibu Iis)

Bagian jabatan ini adalah menangani pengelolaan yang berhubungan dengan sumber daya manusia (SDM) atau karyawan meliputi hak dan dan kewajiban karyawan itu sendiri.

3. *Store Leader* (Dita Rosita)

Store leader atau kepala toko memiliki peran untuk mengelola ide-ide dari tim atau anggota yang kemudian mendiskusikan kembali hingga matang sebelum ide tersebut disampaikan kepada HRD serta Owner.

4. *Team*

Team atau anggota bertugas untuk mengikuti arahan-arahan yang diberikan oleh store leader sebelum dan sesudah melakukan sebuah kegiatan di perusahaan.