

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Umum Perusahaan

Nama Perusahaan	: PT. Usaha Utama Bersaudara
Alamat	: Jl. Sultan Iskandar Muda No.37-39, Surabaya
Phone	: (031) 3553915
Fax	: (031) 3552559
E-mail	: lawangagung.hrd@gmail.com
Website	: www.lawangagung.com

2.2 Sejarah Perusahaan



Gambar 2.1 Tampak Depan Kantor PT. Usaha Utama Bersaudara

(Sumber: Olahan Hasil Penulis, 2016)

PT. Usaha Utama Bersaudara adalah perusahaan dibalik brand Lawang Agung. Lawang Agung merupakan salah satu toko grosir terbesar yang menjual aneka macam kurma dan pusat oleh-oleh Haji dan Umroh terlengkap di Surabaya. Pada awalnya di tahun 1950-an Lawang Agung berdiri hanyalah sebuah toko kecil

yang menjual kue atau jajanan yang berada di sekitar jalanan menuju makam Sunan Ampel, pendiri pertama kali toko ini adalah Salim Abdullah Basyrewan.

Pada tahun 1980-an, Lawang Agung mulai merambah bisnisnya dengan berjualan buah kurma. Awalnya kurma yang dijual hanya sebagai buah musiman yaitu saat bulan suci Ramadhan. Tidak disangka ternyata hal tersebut menjadikan peluang untuk berbisnis oleh Salim Abdullah Basyrewan.

Berawal dari pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut Lawang Agung semakin berkembang pesat, sehingga banyak konsumen yang mulai mengetahui bahwa Lawang Agung menjual buah kurma. Hingga pada akhirnya banyak minat konsumen yang membeli sehingga berdampak pada banyaknya permintaan. Banyak konsumen yang minat dan gemar dengan kurma, tidak jarang konsumen mencari buah kurma selain di bulan Ramadhan, sehingga pendiri toko yaitu Salim Abdullah Basyrewan berinisiatif bagaimana menjadikan buah kurma tidak hanya sebagai buah musiman tetapi sebagai buah yang selalu ada setiap saat. Maka dari itu, Salim Abdullah Basyrewan berusaha mewujudkan hal itu, salah satunya dengan cara menjual kurma tidak hanya di bulan ramadhan tetapi di setiap bulan.

Di tahun 1990-an dengan eksistensi sebagai toko kurma yang sudah dikenal oleh konsumen, Lawang Agung merambah ke dalam bisnis oleh-oleh haji dan umroh. Menurutnya hal itu merupakan peluang, untuk menjual oleh-oleh haji dan umroh. Jadi orang yang menunaikan haji dan umroh tidak repot lagi membeli atau membawa oleh-oleh dari Mekkah. Di samping itu, menurutnya hal tersebut membuat orang yang sedang menunaikan ibadah haji dan umroh lebih fokus beribadah dari pada fokus mencari oleh-oleh haji.

Pada tahun 2005 Lawang Agung mulai memperkenalkan merek dengan merek Lawang Agung. Nama Lawang Agung sendiri diambil dari gapura atau pintu menuju Makam Sunan Ampel, masyarakat menyebutnya lawang agung, yang berarti pintu yang besar atau pintu mulia, dengan harapan semoga Toko Lawang Agung menjadi toko yang besar.

Saat ini, Toko Lawang Agung lebih berfokus kepada kurma dan oleh-oleh hajidan umroh. Walaupun begitu untuk kue dan jajanan saat ini Toko Lawang Agung tidak lagi diproduksi oleh Toko Lawang Agung. Mereka mempercayakan pengolahan kue kepada masyarakat sekitar yang mempercayakan kuenya untuk dijual di Toko Lawang Agung. Dengan begitu ketersediaan kue sebagai icon Toko Lawang Agung masih tetap terjaga. Apalagi ditambah masih banyaknya konsumen yang mencari kue ataupun jajanan hingga saat Toko Lawang Agung masih tetap mempertahankannya.

Saat ini Toko Lawang Agung telah menjadi pusat kurma terlengkap dan oleh-oleh haji dan umroh. Semakin banyaknya pelanggan dan untuk mencapai sasaran pelanggan yang diinginkan, kini Toko Lawang Agung telah membuka cabang di daerah sekitar Masjid Agung Al-Akbar Surabaya.

Pada tahun 2008 Toko Lawang Agung memperluas took menjadi lebih luas ke belakang dan gudang dipindahkan ke lantai 2 agar terkesan lebih rapid an lebih luas pada dalam Toko Lawang Agung ini. Sehingga pada tahun 2010 split Toko Lawang Agung menjadi 2 divisi yaitu retail dan grosir untuk memenuhi kebutuhan penjualan area Kalimantan, Sulawesi, Bali dan Nusa Tenggara. Jadi Lawang Agung tidak hanya melayani penjualan di area Surabaya saja namun juga dapat melayani penjualan area Luar Kota.

Pada tahun 2011 owner Lawang Agung memutuskan untuk menutup toko di Ampel Suci No. 14 dengan misi memperbaiki system di Nyamplungan, hingga saat ini. Dan pada tanggal 03 Mei 2015 owner memutuskan membuka cabang baru di Luar Kota yaitu tepatnya pada kota Malang yang beralamat lengkap di Jl. Soekarno Hatta No.45 Malang.

Jadi Toko Lawang Agung memiliki 3 outlet yaitu 2 cabang di Surabaya tepatnya di Jalan Nyamplungan dan Gayung Sari atau sekitar Masjid Agung Al-Akbar Surabaya dan 1 cabang di Luar Surabaya yaitu Malang tepatnya Jalan Soekarno Hatta. (<http://www.lawangagung.com>)

2.3 Visi Perusahaan

Sebuah perusahaan yang mengedepankan Service Excellent dan pembelajaran berkesinambungan untuk memberikan manfaat terbaik bagi umat islam sebagai bentuk ibadah. (<http://www.lawangagung.com>)

2.4 Misi Perusahaan

- a. Menjadi perusahaan yang selalu memberikan pelayanan dan produk yang berkualitas dengan memperhatikan kepuasan pelanggan.
- b. Berusaha secara optimal memberikan fasilitas yang memudahkan pelanggan untuk berbelanja.
- c. Melakukan perbaikan secara berkesinambungan dari sisi produk, pelanggan dan fasilitas. (<http://www.lawangagung.com>)

2.5 Produk Lawang Agung

a. Sajian Utama :

Air zam-zam, kurma, kismis, kacang arab, kacang fustuk (kulit), jurma ajwa / kurma abi, madu herbal, minyak zaitun.

b. Perlengkapan Sajian :

Gelas zam-zam (cucing), teko zam-zam, termos zam-zam, talam.

c. Oleh-oleh haji :

Sajadah, kopyah / peci, surban, boneka unta, tas souvenir, gelang, minyak wangi, foto mainan, buah zaitun, buah tin, coklat saudi, tasbih, celak, pacar bubuk, pacar bani, pacar kuku, gantungan kunci, dupa, gelas kuning, kotak souvenir, kurma lapis coklat, kurma lapis wijen.

(<http://www.lawangagung.com>)

2.6 Nilai-Nilai Perusahaan

a. Worship / Ibadah

Menjunjung tinggi serta berupaya dengan maksimal dalam menjalankan syariat islam.

b. Identity / Idenstitas

Suatu cara atau suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lainnya.

c. Team Work / Kerja Sama

1. Tidak memaksakan kehendak atau pendapat pribadi.
2. Aktif member saran dan pendapat untuk keberhasilan team.
3. Bersedia mendengar dan menghargai pendapat orang lain

4. Berpikir positif

d. Service Excellence / Pelayanan Prima

1. Pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan customer, baik customer di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan.

2. Lima S (senyum, salam, sapa, sopan, dan santun)

e. Grow / Bertumbuh

Menjadikan perusahaan yang semakin berkembang.

2.7 Struktur Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

(Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2016)