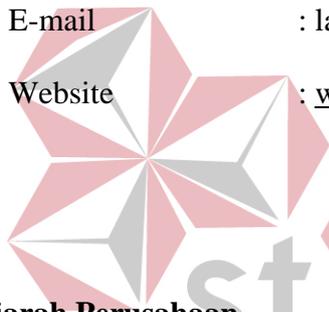


BAB II

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



INSTITUT BISNIS
& INFORMATIKA
stikom
SURABAYA

2.2 Sejarah Perusahaan

PT. USAHA UTAMA BERSAUDARA adalah perusahaan yang memiliki brand bernama Lawang Agung. Lawang Agung merupakan salah satu berbidang bisnis yang menjual macam-macam kurma dan oleh-oleh haji dan umrah terlengkap di surabaya. Tahun 1950 lawang agung berdiri hanya sebuah toko kecil menjual kue dan kurma ecer yang berada di sekitar jalanan makam Sunan Ampel Surabaya, pendiri pada tahun itu adalah Bapak Salim Abdullah Basyrewan.

Pada tahun 1950, lawang agung mulai merambah bisnisnya dengan menjual buah kurma. Awalnya kurma yang dijual hanyalah kurma musiman yaitu saat bulan suci ramadhan. Tidak disangka pada waktu itu peminat buah kurma

sangat banyak dan hal tersebut menjadikannya sebagai peluang berbisnis oleh Bapak Salim Abdullah Basyrewan.

Pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut oleh lawang agung semakin tahun semakin berkembang, sehingga banyak konsumen yang mengetahui bahwa lawang agung menjual buah kurma. Pada akhirnya minat konsumen yang membeli berdampak pada banyak permintaan. Pada waktu itu banyak konsumen yang berminat dan gemar dengan kurma, tidak jarang konsumen mencari buah kurma di bulan suci ramadhan. Sehingga pendiri toko Bapak Salim Abdullah Basyrewan menjadikan buah kurma bukan hanya kurma musiman, namun tetapi sebagai buah untuk di konsumsi setiap hari.

Pada tahun 1990 sebagai toko grosir kurma yang dikenal oleh konsumen, lawang agung merambah ke bisnis oleh-oleh haji dan umrah, menurut beliau hal tersebut adalah peluang untuk menjual kurma dan oleh-oleh haji dan umrah. Jadi orang yang menunaikan ibadah haji dan umrah tidak repot untuk membeli oleh-oleh di Mekkah. Disamping itu, menurut beliau orang yang sedang melaksanakan ibadah haji dan umrah khususnya orang Indonesia lebih fokus mencari oleh-oleh dari pada beribadah haji. Maka dari itu Bapak Salim Abdullah Basyrewan mendirikan lawang agung sebagai pusat kurma dan oleh-oleh haji dan umrah terlengkap di surabaya.

Pada tahun 2005 Bapak Salim Abdullah Basyrewan mulai memperkenalkan brand kepada masyarakat yaitu brand Lawang Agung. Nama lawang agung sendiri di ambil dari pintu masuk menuju Makam Sunan Ampel, masyarakat menyebutnya sebagai lawang agung, yang berarti pintu yang besar,

sebagai harapan lawang agung sebagai toko yang besar dan dikenal oleh masyarakat luas.

Pada saat ini, lawang agung lebih fokus menjual kurma dan oleh-oleh haji atau umroh. Walaupun begitu kue dan jajanan saat ini toko lawang agung tidak lagi memproduksi, namun mereka mempercayakan pengolahan kue kepada masyarakat sekitar. Dengan begitu ketersediaan kue sebagai icon pertama lawang agung masi tetap ada hingga saat ini.

Lawang Agung saat ini telah menjadi pusat kurma dan oleh-oleh haji atau umroh. Semakin banyak pelanggan dan untuk mencapai sasaran pelanggan yang diinginkan, kini lawang agung membuka cabang di beberapa tempat seperti di sekitar Masjid Agung Al-Akbar surabaya dan di sekitar masjid Al-Akbar Malang.

Pada tahun 2008 toko lawang agung memperluas toko ke belakang dan gudang dipindahkan ke lantai 2 agar terkesan lebih rapi dan luas pada dalam toko lawang agung. Sehingga pada tahun 2010 toko lawang agung menjadi 2 divisi yaitu retail dan grosir untuk memenuhi kebutuhan konsumen area kalimantan, sulawesi, bali, dan nusa tenggara. Jadi lawang agung tidak melayani penjualan di daerah surabaya namun juga dapat melayani di luar daerah.

Tahun 2011 owner lawang agung memutuskan untuk menutup toko yang berada di ampel suci no 14. Dengan misi memperbaiki system di nyamplungan, jadi lawang agung memiliki 3 outlet yaitu 2 di daerah surabaya tepatnya di Jalan Nyamplungan dan Gayung Sari atau sekirat Masjid Al-Akbar Surabaya dan 1 di malang tepatnya di jalan Soekarno Hatta. Keunikan lain dari Lawang Agung adalah

suasana toko yang mirip dengan tanah suci. Mulai dari Aroma wewangian khas Arab, pernak-pernik Timur Tengah, audio visual yang menggambarkan keadaan Masjidil Haram dan Tanah Suci yang terpasang di toko Lawang Agung, musik bernuansa Arab dan Islami, serta lantunan kalimat talbiah “Labbaik, Allahumma Labbaik Labbaik. laa syariika laka labbaik innal hamda wan ni'mata laka wal mulk laa syariika laka”. (Aku memenuhi panggilan-Mu, ya Allah aku memenuhi panggilan-Mu. Aku memenuhi panggilan-Mu, tiada sekutu bagi-Mu, aku memenuhi panggilan-Mu. Sungguh segala puji dan nikmat adalah milik-Mu, begitu juga seluruh kerajaan, tiada sekutu bagi-Mu). (sumber: www.lawangagung.com)



INSTITUT BISNIS



Gambar 2.1 Tampak Depan Kantor PT. Usaha Utama Bersaudara

(Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2016)

saat ini Lawang Agung dijalankan oleh keempat anak Bapak Salim Abdullah Basyrewan yaitu Yasir Salim Basyrewan, Syarif Salim Basyrewan,

Zuhair Salim Basyrewan dan Ervan Salim Basyrewan untuk meneruskan perjalanan perusahaan setelah Bapak Salim meninggal dunia. Pada tahun 1980 diawali dengan menjual kurma secara eceran dan membuka toko di jalan Nyamplungan. Tahun 1990 Toko Lawang Agung memperluas produknya dengan melengkapi kebutuhan kurma untuk musim Haji, Ramadhan, dan kebutuhan akan oleh-oleh Haji atau Umroh. Ditahun 2010 Toko Lawang Agung yang berada di Nyamplungan dibagi menjadi 2 divisi yaitu retail dan grosir untuk memenuhi kebutuhan penjualan area Kalimantan, Sulawesi, Bali dan Nusa Tenggara.

Toko pertama yang berada di Jalan Ampel Suci No.14 akhirnya resmi ditutup tahun 2011 dengan misi memperbaiki sistem toko yang berada di Nyamplungan, hingga saat ini. Pada tanggal 26 Mei 2012 Lawang Agung membuka cabang baru di Jalan Gayungsari Barat X No.45 Surabaya, berdekatan dengan lokasi Masjid Akbar Surabaya. Dan tanggal 03 Mei 2015 Lawang Agung membuka cabang baru diluar Surabaya, yaitu di Malang yang beralamat lengkap di Jalan Soekarno Hatta No.45 Malang. Jadi hingga saat ini Toko Lawang Agung terdapat di 3 tempat, 2 di Surabaya dan 1 di Malang.

2.3 Visi Perusahaan

Sebuah perusahaan yang mendepankan service Excellet dan pembelajaran berkesinambungan untuk memberi 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.
- d. Selalu meningkatkan kualitas SDM melalui budaya belajar untuk mengembangkan skill dan pengetahuan.
- e. Mengembangkan perusahaan dengan cara membuka cabang *retail* di setiap kota besar dan cabang *grosir* di setiap Provinsi di seluruh Indonesia.
- f. Menjadi perusahaan yang menyediakan kebutuhan umat muslim untuk membantu terlaksananya ibadah yang lebih baik dan sempurna.
- g.

2.5 Nilai-Nilai Perusahaan

- a. Worship (Ibadah)

menjunjung tinggi serta berupaya dengan maksimal dalam menjalankan ibadah syariat Islami.

- b. Identity (Identitas)

suatu hal yang memungkinkan suatu perusahaan dikenal dan dibedakan dari perusahaan-perusahaan lain.

- c. Teamwork (Kerjasama)

kerjasama hal yang sangat penting di perusahaan, karena hal ini memungkinkan bisa menambah nilai-nilai perusahaan akan produk.

d. Service Excellent (Pelayanan Prima)

pelayanan yang terbaik diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan calon pembeli. Dan 5 S (senyum, salam, sapa, dan santun) yang setiap harinya digunakan karyawan untuk perhadapan akepada calon pembeli.

e. Innovation (Inovasi)

inovasi yang berkesinambungan untuk kemajuan lebih dari baik.

f. Grow (Bertumbuh)

menjadikan perusahaan yang semakin berkembang dari tahun ke tahun.

2.6 Produk Lawang Agung

a. Sajian Utama

Sajian utama dari lawang agung memiliki beberapa produk antara lain Air zam-zam, Kurma, Kismis, Kacng Arab, Kacang Fustuk, Kurma Ajwa, Kurma Abi, Madu herbal, Minyak Zaitun.

b. Pelengkapan Sajian

Perlengkapan sajian merupakan oleh-oleh khas dari tanah suci, Lawang Agung memiliki produk antara lain Gelas berserta teko air Zam-zam, Termos dan talam.

c. Oleh-oleh haji

Oleh-oleh haji yang langsung dari tanah suci, Lawang Agung memiliki produk antara lain 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>)

2.7 Struktur Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

(sumber: Hasil Olahan Penulis, 2016)

- a. **CEO (Chief Executive Officer)** bertugas meningkatkan tanggung jawab yang tinggi di perusahaan dibandingkan pekerjaan lainnya. CEO PT. Usaha Utama Bersaudara juga bertanggung jawab atas tugas-tugas operasionalisasi sehari-hari hingga tindakan yang diperlukan dalam langkah bisnis berjalan sesuai SOP.
- b. **CHIEF OF OPERATING OFFICER** bertugas memimpin operasional perusahaan dan menangani lancarnya ketersediaan barang yang disediakan

PT. Usaha Utama Bersaudara untuk Lawang Agung dan kegiatan internal perusahaan di dalamnya.

- c. **FINANCE** bertugas menerima dan mengeluarkan uang dalam setiap transaksi yang dilakukan setiap hari.
- d. **ACCOUNTING** bertugas mencatat transaksi-transaksi yang setiap harinya terealisasi di perusahaan.
- e. **HRD** bertugas melakukan persiapan dan seleksi tenaga kerja yang akan masuk dalam lingkup PT. Usaha Utama Bersaudara. HRD juga bertugas menangani hal kepegawaian dalam faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dalam persiapan meliputi jumlah kebutuhan karyawan baru, struktur organisasi, departemen terkait, dan sebagainya. Sedangkan faktor eksternal dalam hal persiapan meliputi hukum ketenagakerjaan, kondisi pangsa tenaga kerja, dan lain sebagainya.
- f. **PURCHASING STAFF** bertugas membuat laporan pembelian & pengeluaran barang seperti inventory, material dan sebagainya. Kemudian melakukan pengelolaan pengadaan barang melalui perencanaan secara sistematis dan terkontrol. Dan bekerjasama dengan departemen terkait

untuk memastikan kelancaran operasional perusahaan beserta memastikan kesediaan barang/material melalui mekanisme audit / control stock.

- g. *STAFF GUDANG*** bertugas untuk dapat menjadi individu yang terampil dalam hal ini penyusunan tata letak barang yang berada di gudang supaya tersusun rapi. Harus selalu cekatan dan teliti pada barang yang masuk apakah barang itu layak untuk di produksi atau tidak layak untuk di produksi.

- h. *CHIEF OF SALES & MARKETING*** bertugas memonitor jumlah stock seluruh Dept. Sales & Marketing untuk memastikan umur stock perusahaan tidak melebihi target yang telah ditentukan. Kemudian menganalisa dan memberikan arah pengembangan design dan warna, untuk memastikan pengembangan produk sesuai dengan kebutuhan pasar.

- i. *OUTLET*** bertugas bertanggung jawab atas seluruh keadaan di setiap outlet. Diantaranya adalah layout atau tata letak seluruh barang dan tata letak media promosi yang berada di dalam/luar outlet, mengecek stock barang dan pemberian discount sesuai aturan.

- j. **MARKETING** bertugas menghubungkan antara produsen dengan konsumen sebagai pemakai produk. Marketing juga berperan sebagai promosi yaitu sebagai yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk yang dibuat oleh PT. Usaha Utama Bersaudara. Peran sebagai sales yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan dengan cara menjual produk perusahaan. Peran dalam konsep komunikasi pemasaran yaitu menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat serta menjembatani antara perusahaan dan lingkungan eksternal. Kemudian peran dalam bidang pengembangan dan riset merupakan penyerap informasi dan menyampaikan kepada perusahaan tentang segala sesuatu yang bermanfaat untuk meningkatkan kualitas dan penjualan produk.
- k. **RESELLER** bertugas sebagai perantara yang berhubungan langsung dengan calon konsumen dari dalam kota atau luar kota untuk melakukan penawaran produk yang dapat dilakukan di PT. Usaha Utama Bersaudara sebagai upaya mempermudah calon konsumen untuk mengetahui informasi produk tersebut.