

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

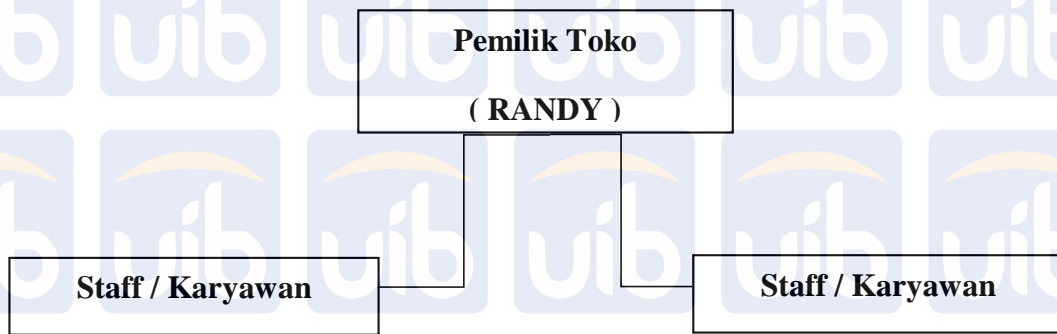
3.1 Identitas Perusahaan

Toko “Twenty One Shop” merupakan suatu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang *fashion*. Toko tersebut menjual barang-barang replika dari merek ternama, seperti baju, celana, topi, dan aksesoris lainnya. Toko “Twenty One Shop” didirikan oleh Randy sejak tahun 2017 dan berlokasi di Nagoya Hill Block O 12A dan beroperasi dari hari senin hingga hari minggu. Randy, selaku pemilik toko ini terinspirasi untuk membangun usaha tersebut dikarenakan adanya sebuah sebutan “*hypebeast*” di dalam kalangan masyarakat. “*hypebeast*” merupakan sebuah sebutan untuk orang-orang yang selalu mengikuti perkembangan atau *trend* dalam dunia *fashion* dan cenderung mengoleksi barang-barang tersebut. Akan tetapi, tidak semua orang dapat mengoleksi barang orisinal tersebut, sehingga pemilik toko terinspirasi untuk menjual barang-barang replika dengan kualitas dan kemiripan sebesar 99% dengan barang aslinya.

Toko “Twenty One Shop” telah didirikan selama 2 tahun dan penjualannya hanya melalui *e-commerce* Tokopedia dan penjualan secara langsung. Akan tetapi, penjualannya kurang mengalami peningkatan yang signifikan. Apalagi pada zaman sekarang, target konsumen toko “Twenty One Shop” adalah para kaum muda yang gemar menghabiskan waktu mereka berselancar di media sosial. Oleh karena kurangnya informasi mengenai toko tersebut, penjualannya kurang mengenai peningkatan yang signifikan, sehingga dibutuhkannya suatu strategi pemasaran yang tepat seperti membuat iklan melalui media sosial seperti *instagram* dan *e-commerce* seperti *shopee* untuk memperluas pangsa pasar toko tersebut.

3.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sebuah perusahaan dapat berjalan secara efektif dan efisien apabila adanya suatu struktur organisasi yang jelas. Toko “Twenty One Shop” sendiri terdiri dari tiga orang yang telah mengoperasikan usaha tersebut selama dua tahun.



Tabel 1 : Struktur Organisasi, Sumber : Data Diolah (2019)

3.3 Aktivitas Kegiatan Operasional Perusahaan

Setiap harinya, Toko “Tweny One Shop” mulai mengoperasikan usahanya dari pukul 10.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB dari hari senin hingga hari minggu. Setiap pagi sebelum memulai kegiatan usahanya, para karyawan akan membersihkan dan merapikan toko tersebut. Setelah semua persiapan selesai dan toko telah dibuka, para karyawan akan mulai melakukan *personal selling* kepada orang-orang yang melewati toko tersebut. Setelah toko ditutup, para karyawan akan diwajibkan untuk merekap semua penjualan yang dilakukan pada hari tersebut dan menghitung stock barang kemudian menyerahkannya kepada pemilik toko.

3.4 Sistem yang Digunakan Oleh Perusahaan

Sebelumnya, toko “Tweny One Shop” hanya melakukan strategi pemasaran melalui Tokopedia dan penjualan secara langsung. Akan tetapi, cara ini kurang efektif dikarenakan masih banyak konsumen yang tidak mengenal dan kurangnya informasi mengenai toko tersebut. Karena hal inilah penjualan toko tersebut tidak mengalami peningkatan yang signifikan seiring berjalannya waktu. Sedangkan target segmentasi toko tersebut adalah para kaum muda yang gemar berpenampilan modis dan kebanyakan kaum muda tersebut menghabiskan waktu berselancar di media sosial seperti *instagram*.

Berdasarkan hal diatas, maka penulis memberikan saran dalam penerapan startegi yang baru agar lebih efisien dan efektif dalam meningkatkan jumlah penjualan toko “Tweny One Shop”. Strategi ini juga dimaksud agar dapat menarik perhatian konsumen, memberi informasi yang dibutuhkan, serta membangun kepercayaan konsumen terhadap toko “Tweny One Shop”. Bentuk strategi

pemasaran yang diterapkan terdiri dari *sales promotion* yang dimana konsumen akan mendapatkan gratis ongkir hingga Rp 40.000,- apabila melakukan pembelian dengan minimal nominal yang telah ditentukan dan mengikuti setiap *event* yang diadakan oleh *e-commerce* Shopee, seperti promo 10.10 dan 11.11. Selain *sales promotion*, strategi yang akan diterapkan adalah *advertising* yang membutuhkan bantuan *selebgram*. *Selebgram* tersebut akan melakukan promosi dengan cara memposting foto ataupun video mengenai produk beserta informasi lainnya dan mencantumkan nama toko “ Tweny One Shop” di *instagram* mereka. Strategi pemasaran tersebut diharap dapat meningkatkan tingkat penjualan toko tersebut dan dikenal oleh masyarakat luas.