BAB III

OBJEK PENELITIAN

3.1 Tinjauan Tentang *Alifa Moeslems Shopping Center* Bandung

Alifa Moeslem's Shopping Center sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha ritel, yang dalam usahanya menerapkan unsur islami. Alifa *Moeslem's Shopping Center* menyediakan beragam kebutuhan konsumen mulai dari bahan makanan, pakaian,aksesoris, buku hinga *stationery*.

Sebagai bisnis ritel islami Menurut Deni Muttaqin selaku General Manajer, *Alifa Moeslem's Shopping Center* yang beralamat di Jl.BKR No. 63 Lingkar Selatan Bandung ini didirikan dengan tujuan "untuk memenuhi kebutuhan umat islam pada zaman sekarang yang kebanyakan bergaya hidup konsumtif dan hedonis, serta menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap penegakan syariat islam dalam bidang bisnis ritel islami"(wawancara, Bandung, 24 May 2011)

Selain itu Adimas selaku staf Divisi Promosi dan Marketing *Alifa Moeslem's Shopping Center* mengatakan:

> *Alifa Moeslem's Shopping Center* merupakan suatu konsep yang baru dan unik, sebuah perbelanjaan yang menyediakan produk-produk yang dijual dengan harga terjangkau, pelayanan yang ramah dengan suasana atmosfir islami selain bergerak di bidang ritel islami, *Alifa Moeslem's Shopping Center* juga bergerak di bidang *event organizer* untuk acara pernikahan islami yang diadakan di ruang serbaguna lantai III. Secara keseluruhan *Alifa Moeslem's Shopping Center*

menjalin kerja sama dengan ratusan *supplier* atau pemasok. Mulai dari kota Bandung maupun luar kota Bandung, dari perusahaan besar hingga industri rumah tangga. Junlah mitra *supplier Alifa Moeslem's Shopping Center* untuk keseluruhan produk saat ini tercatatat kurang lebih 200 perusahaan, jumlah akan terus bertambah seiring dengan perkembangan *Alifa Moeslem's Shopping Center*. (wawancara, Bandung, 25 May 2011)

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Perkembangan pasar bisnis ritel yang semakin pesat. Membuat banyaknya bermunculan bisnis-bisnis ritel islami. Sesungguhnya ini bukan hal yang mengejutkan, wajar saja karena mayoritas penduduk Indonesia memeluk agama islam. Semakin banyak wanita memakai jilbab membuat menjamurnya butik-butik busana muslim dan bermunculan para produsen yang membuka bisnis ritel islami sehingga pasar busana muslim menjadi lahan yang menggiurkan. Ranti *Collection* telah masuk ke dunia Ritel selama tiga belas tahun, kiprahnya yang cukup lama dalam bisnis busana muslim membawanya menjadi salah satu *brand* busana muslim yang terkenal di masyarakat. Busana muslim yang dulu bukan menjadi pilihan *trend*, namun seiring berjalannya waktu busana muslim mulai digemari remaja sampai orang tua. Ade Sukhendar selaku manajer HRD menuturkan mengenai awal mula berdirnya *Alifa Moeslem's Shopping Center* :

Pada masa seperti inilah PT.Citra Busana Indonesia melalui label Ranti turut berusaha menyiarkan pemakaian busana muslim. tetapi tentu saja pada tahun 1989 keadaan bisnis busana muslim bukanlah bidang usaha yang menuai untung dengan segera. Kesadaran bisnis sambil menyiarkan pemakaian busana muslim

itulah yang berusaha dilakukan oleh pihak manajemen Ranti.Kini setelah cukup berpengalaman dalam dunia usaha yang berbasis memenuhi kebutuhan ummat muslim, PT. Citra Busana Indonesia mencoba untuk mengadakan perluasan bidang usaha dengan membangun sebuah *One Stop* S*hopping Center* bagi muslim. segmen muslim dan orientasi nilai syariah ini dipilih berdasarkan pertimbangan yang diangkat oleh pihak manajemen, tentu saja karena pengalaman yang telah dimiliki dalam dunia usaha kebutuhan muslim. pihak perusahaan merasa telah memiliki pengetahuan dan ilmu sebagai basic dalam memahami dunia konsumen dengan segmen muslim.Ranti busana muslim sejak tahun 1989 ikut bersama-sama memeriahkan pasar busana muslim Indoneseia. Ranti busana muslim yang berada di bawah payung PT. Citra Indonesia terbukti sedikit dari menjamurnya butik busana muslim yang menunjukan keberhasilannya. Dengan kesuksesan ranti, PT. Citra Busana Indonesia semakin memahami kondisi pasar dan juga permintaan pasar muslim sesungguhnya. Pada tahun 2003 PT. Citra Busana Indonesia mendirikan anak cabang perusahaan sebagai perluasan bidang usahanya yaitu *Alifa Moeslem's Shopping Center,* berdirinya *Alifa Moeslem's Shopping Center* pada tanggal 4 Okteber 2003.Berdasarkan kejelian PT.Citra Busana Indonesia membaca keinginan pasar muslim yang mulai membutuhkan sarana untuk memenuhi kebutuhan mereka sebagai muslim, nama *Alifa* diambil dari kata *Alif* yang artinya "pertama" yang berarti *Alifa* adalah satu-satunya yang pertama menyediakan tempat berbelanja terlengkap yang bernafaskan nuansa muslim. Nama *Alifa* sendiri adalah sumbangan dari karyawan *Ranti* di Jakarta

sebagai salah satu Group PT.Citra Busana Indonesia. (wawancara, Bandung, 23 May 2011)

Bila membahas tentang filosofis dari pemilihan nama *Alifa*, menurut pengakuan Djamaris selaku salah seorang pemegang saham mengatakan :

Awalnya *Alifa Moeslem's Shopping Center* dirasa sebagai sebuah tempat perbelanjaan yang pertama kali berani mengusung konsep ritel islami yang menyediakan swalayan yang menjual produk makanan yang berlabel halal, pakaian muslim pria dan wanita serta buku-buku islami. Kata Alifa diambil dari huruf awal dari kumpulan huruf-huruf *hijaiyah*, yaitu alif yang berarti pertama. Selain itu juga secara termilogis *Alifa* mempunyai arti yang tidak kalah indah dengan visi dan misi perusahaannya, kata *Alifa* dalam bahasa arab berarti sesuatu yang dikasih sayangi oleh Allah SWT. Dengan kandungan makna yang sangat indah pihak perusahaan berharap nama tersebut akan menjadi doa agar *Alifa Moeslem's Shopping Center* mampu mencapai kesuksesan dalam bisnis dan bermanfaat besar bagi orang banyak. Karena meskipun tujuan utama berbisnis, pihak manajemen berharap bahwa usaha ini juga sebagai lading amal dalam ikhtiar untuk mencari kebaikan sebanyak-banyaknya di dunia.(wawancara, Bandung, 24 May 2011)

3.1.2 Status Badan Usaha

Alifa Moeslem's Shopping Center merupakan suatu badan usaha, yang mana dalam menjalankan bisnisnya memerlukan modal. Modal tersebut didapat dari kerjasama keluarga yang ingin mendirikan sebuah perusahaan ritel yang mana mereka mampu membaca peluang bisnis ritel yang tengah berkembang. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang bisnis ritel islami menurut Deni Muttaqqin:

Alifa Moeslem's Shopping Center memiliki Status Badan usaha yaitu PT (perseroan terbatas) yang mana kepemilikan modal dipegang oleh swasta sepenuhnya. Namun *Alifa Moeslem's Shopping Center* dapat juga dikatakan perusahaan pribadi, dikarenakan mayoritas pemilik modal adalah kalangan keluarga. *Alifa Moeslem's Shopping Center* bermula dari keinginan ibu Yessy untuk terjun dalam bisnis ritel. Dengan memanfaatkan properti yang dimiliki oleh keluarga Djamaris maka ibu Yessy menggandeng suami serta kedua orang tuanya untuk menjadi mitra dalam membangun sebuah usaha ritel. Saat ini tercatat para pemilik modal tersebut adalah Ibu Hj. Yessy Riscowaty, Bapak H. Hefzy Zainuddin dan Bapak serta Ibu Djamaris. Adapun Ibu Hj. Yessy Riscowaty dikenal juga sebagai pendiri Ranti busana muslim.(wawancara, Bandung, 24 May 2011)

3.1.3 Visi dan Misi *Alifa Moeslem's Shopping Center*

Visi dan misi dalam sebuah organisasi itu sangat penting, karena visi organisasi akan membawa organisasi tersebut untuk mewujudkan tujuannya, dan dengan misi akan menentukan peta tujuan yang ingin dicapai organisasi.*Alifa Moeslem's Shopping Center* yang menjalankan bisnis ritel islami yang memiliki :

> Visi yaitu"menjadi perusahaan yang mampu mendistribusikan produk dan jasa dengan pelayanan yang terbaik bagi pelanggna. Sedangkan Misi *Alifa Moeslem's Shopping Center* yaitu"Untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat bagi pelanggan, pemilik, karyawan, mitra dan komunitas,maka kami bekerja dengan memperhatikan kadar integritas tertinggi dari nilai-nilai asmaul husna".(Dokumen *Alifa moeslem's Shopping Center*. Bandung 14 Januari 2007)

3.1.4 Struktur Organisasi *Alifa Moeslem's Shopping Center*

Adanya struktur organisasi dalam setiap perusahaan sangatlah penting dan diperlukan. Dari tingkatan-tingkatan manajemen yang ada dalam suatu perusahaan dapat ditinjau satu persatu.Salah satu penerapan pengendalian intern yang baik yaitu dengan pembentukan atau penyusunan struktur organisasi di dalam perusahaan karena pengendalian terhadap tingkatan manajemen telah disusun dan dirancang sedemikian rupa serta disesuaikan dengan keahlian dan latar belakang pendidikan masing-masing.

Dalam sebuah organisasi pembatasan kekuasaan dilakukan dengan membuat struktur organisasi. Melalui struktur organisasi diberlakukan pula tanggung jawab pekerjaan. Demikian pula dengan *Alifa Moeslem's Shopping Center*, sebagai sebuah manajemen yang professional, *Alifa Moeslem's Shopping*

Center membangun struktur organisasi yang kuat melalui struktur organisasi dibangun spesialisasi sebagai manifestasi dari sebuah organisasi formal.

Melalui sebuah organisasi, pihak manajemen berusaha untuk membangun *team work* yang kompak dan cerdas. Kompak disini berarti semangat dalam bekerja keras dan bekerjasama, sedangkan cerdas disini berarti fokus dalam kinerja untuk mencapai target perusahaan.Pihak manajemen selalu berusaha untuk menempatkan setiap individu dalam bidang yang tepat bagi kompetisinya. Hal ini bukanlah mustahil bagi perusahaan, dengan suasana keakraban pihak manajemen selalu berupaya untuk mengetahui keinginan karyawan bahkan setiap individunya, hal ini bertujuan agar dapat menimbulkan kenyamanan dalam bekerja.

Struktur organisasi di dukung oleh beberapa personil termasuk pegawai dari mitra perusahaan. Setiap divisi diberi kewenangan untuk berkembang dengan penuh kreativitas. Adanya struktur dalam setiap perusahaan sangatlah penting dan diperlukan. Dari tingkatan-tingakatan manajemen yang ada dalam suatu perusahaan dapat ditinjau satu persatu. Salah satu penerapan pengendalian intern yang baik dengan pembentukan atau penyususunan struktur organisasi di dalam perusahaan karena pengendalian terhadap tingkatan manajemen telah di susun dan dirancang sedemikian rupa serta disesuaikan dengan keahlian dan latar belakang pendidikan masing-masing.

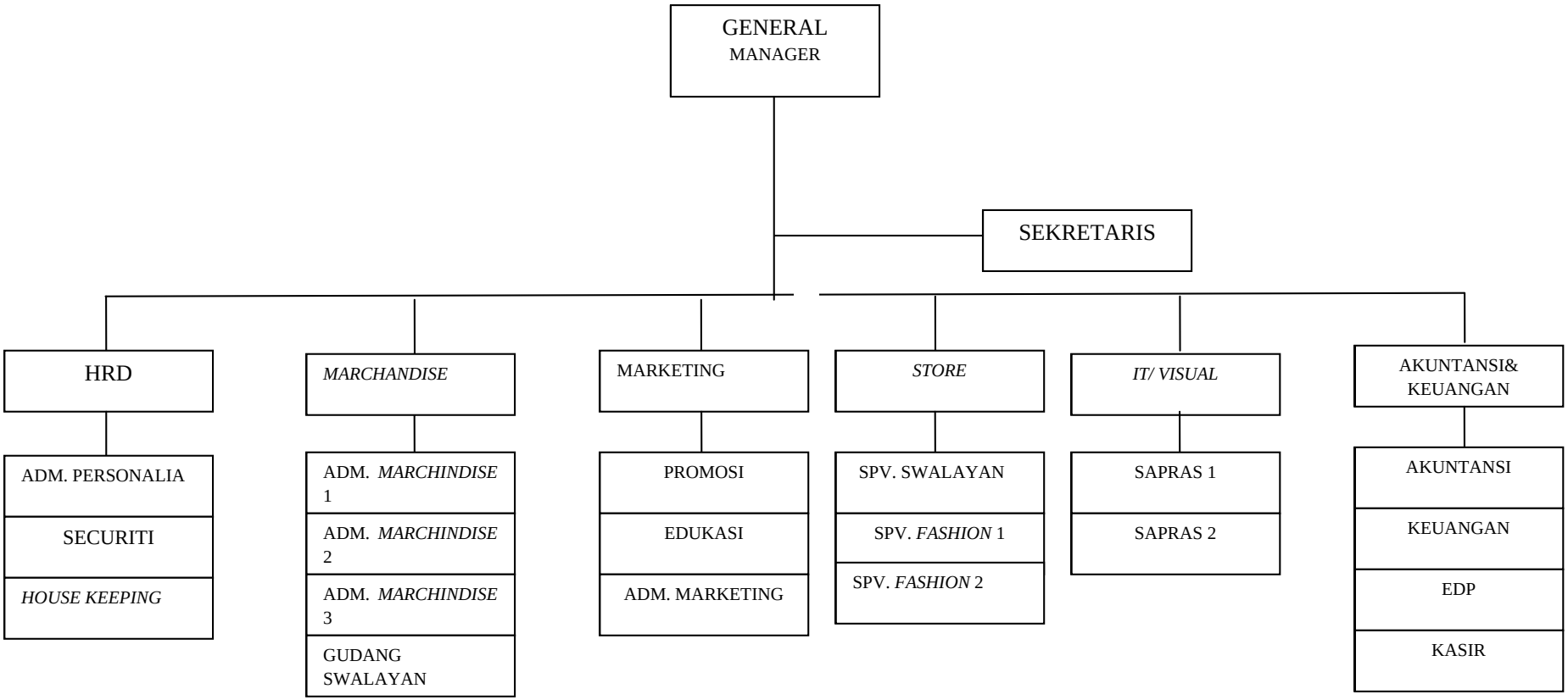
Berdasarkan strukturnya, *Alifa Moeslem's Shopping Center* berbentuk *Line staff* karena hubungannya bertahap dari atas kebawah dalam segi tanggung jawab kerjasama berkesinambungan berangkai atau berkaitan.

Strukturnya mempunyai ciri-ciri berikut, seperti yang di ungkapkan Adimas:

1. Setiap bagian memiliki kepala bagaian atau supervisor dan mempunyai bawahan yang terstruktur dengan tugas-tugas dan tanggung jawab masing-masing.
2. Pimpinan membawahi kepala bagian atu supervisor bertanggung jawab kepada Direktur Utama terhadap kelancaran usaha.
3. Para pelaksana dikelompokan menurut bidangnya dalam bentuk gugus tugas.
   (wawancara, Bandung, 25 May 2011)

GAMBAR 3.1

STRKTUR ORGANISASI *ALIFA MOESLEM'S SHOPPING CENTER*



Sumber: HRD *ALIFA MOESLEM'S SHOPPING CENTER*

3.2 Tinjauan Tentang Subyek Penelitian

Divisi promosi dan marketing merupakan bagian dari perusahaan yang akan dibahas dalam penelitian ini. Divisi promosi dan marketing merupakan divisi yang bertanggung jawab terhadap kegiatan komunikasi pemasaran perusahaan. Sebuah kampanye pemasaran bagi *Alifa Moeslem's Shopping Center* adalah sebuah upaya memperkenalkan diri kepada khalayak, mengundang *target market*, membuat konsumen percaya, dan juga membuat pelanggan yakin akan produk *Alifa Moeslem's Shopping Center*.

Kampanye pemasaran bukan hanya bercerita tentang merancang iklan kemudian melemparkannya ke khalayak. Sebuah kampanye pemasaran berkaitan juga dengan pembentukan citra yang ingin disandang oleh *Alifa Moeslem's Shopping Center* dan juga implementasinya di lapangan. Kampanye pemasaran ini juga berkaitan dengan pembentukan citra yang ingin di sandang oleh *Alifa Moeslem's Shopping Center* dan juga implementasinya di lapangan. Implementasi dari strategi yang di susun akan terbaca pada detail-detail operasional. Bagi para pelanggan akan terasa sekali bagaimana implementasi yang terwujud di lapangan. Kampanye pemasaran ini juga berkaitan dengan bagaimana pemasar harus menentukan tanggapan yang di harapkan dari *target market* pada umumnya.

Sebagai sebuah usaha yang belum lama berjalan, *Alifa Moeslem's* Shopping Center memprioritaskan kampanye mereka kepada *positioning Alifa Moeslem's Shopping Center*. Pihak manajemen dalam hal ini divsi promosi dan marketing menyusun strategi yang tepat bagi *Alifa Moeslem's Shopping Center*.

Menurut Adimas selaku staf divisi promosi dan marketing *Alifa Moeslem's Shopping Center* :

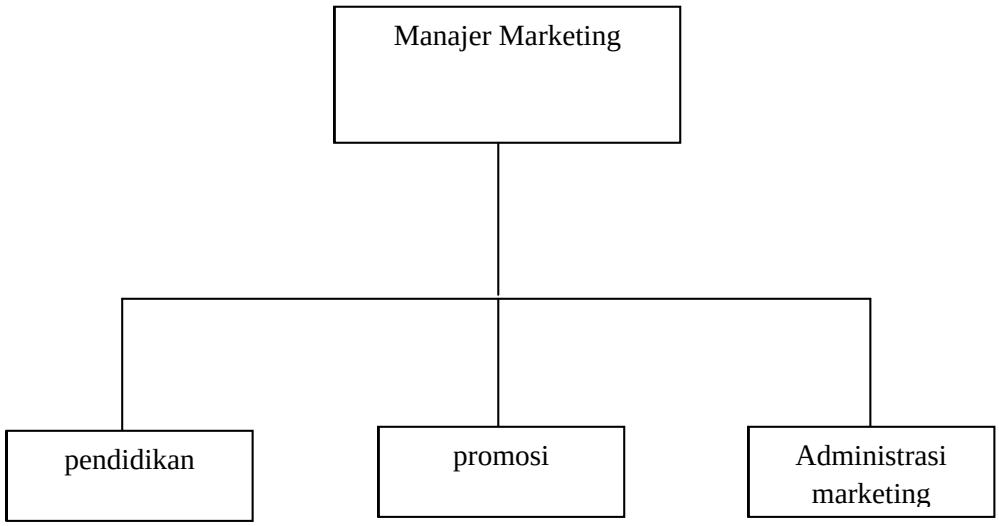
Perusahaan ingin memposisikan *Alifa Moeslem's Shopping Center* di mata *target market* mereka sebagai sebuah toko yang bernafaskan islam. Bukan hanya berkaitan dengan produk yang dijual namun juga kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan *Alifa Moeslem's Shopping Center*. Adapun promosi yang dilakukan oleh *Alifa Moeslem's Shopping Center* adalah :

1. Promosi perusahaan terdiri dari : Promosi ruang serbaguna, promosi acara-acara yang diselenggarakan *Alifa Moeslem's Shopping Center*, serta promosi *Alifa Moeslem's Shopping Center* secara keseluruhan.
2. Promosi toko terdiri dari : promosi produk, display dan diskon (hanya wewenang toko).

Strategi Promosi yang dilakukan *Alifa Moeslem's Shopping Center* seperti:

1. Kerjasama dengan pikiran rakyat
2. Penggunaan ruang serbaguna.
3. Acara-acara yang diselenggarakan *Alifa Moeslem's Shopping Center* seperti : perlombaan nasyid, pemutaran film islami secara gratis,pengajian, tafkuran bagi masyarakat umum, seminar pendidikan dan islami dan diskusi.(wawancara, Bandung, 25 May 2011)

Gambar 3.2
Struktur organisasi Divisi Promosi dan Marketing *Alifa Moeslem's Shopping Center*



(Sumber : HRD *Alifa Moeslem's Shopping Center*)

Job Description pada Divisi Promosi dan Marketing adalah :

1. *Promotion Manager* :
    a. Menyusun rencana promosi perusahaan.
    b. Merencanakan anggaran promosi.
    c. Melaksanakan kegiatan promosi.
2. Staf promosi :
    a. Menangani special *event* yang diadakan oleh perusahaan, dalam bentuk kerjasama promosi dengan pihak lain.
    b. Menyusun laporan kegiatan promosi.
    c. Bertanggung jawab atas properti yang digunakan dalam kegiatan promosi ke luar.
    d. Menerima *klien* yang berhubungan dengan marketing

e. Administrasi surat menyurat.

f. Mengadakan acara intern/ekstern baik berupa acara sosial, pendidikan, keagamaan, multifungsi kerja ke bagian lain jika diperlukan sesuai instruksi atasan.

g. Membantu tanggung jawab atasan dalam operasional marketing.

3. *Edukasi* :

a. Merancang bentuk pelatihan/seminar yang diadakan *Alifa Moeslem's Shopping Center*.

b. Mengadakan bentuk kerjasama dengan pihak-pihak yang ingin mengadakan pelatihan/seminar di *Alifa Moeslem's Shopping Center*.

Berdasarkan *brand image* yang terjadi selama ini, pangsa pasar *Alifa Moeslem's Shopping Center* lebih terfokus pada komunitas masyarakat muslim. Menyadari hal tersebut, maka strategi *marketing Alifa Moeslem's Shopping Center* disesuaikan dengan karekteristik komunitas muslim, dengan mempertimbangkan serta menganalisa perkembangan yang terjadi. Masih menurut Adimas:

Perlu dibangun hubungan yang harmonis dan strategis antara *Alifa Moeslem's Shopping Center* dengan komunitas muslim, tanpa mengabaikan hubungan yang terjalin selama ini dengan mitra dan *customer Alifa Moeslem's Shopping Center*. Diharapkan dari hubungan ini tercipta integritas dan loyalitas mitra, *customer* dan komunitas muslim terhadap *Alifa Moeslem's Shopping Center*.(wawancara, Bandung, 25 May 2011

Untuk mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan diperlukan program-program yang dapat membantu mencapai tujuan tersebut. Adapun program-program Marketing dan Promosi *Alifa Moeslem's Shopping Center* :

1. Membuat bank data dan ide
   a). Menganalisa perkembangan pasar
   b). Menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang, dan persaingan
   c). Membuat konsep dan strategi marketing dan promosi
   d). Merencanakan aktivitas promosi
   e). Merancang acara dakwah, sosial,dan pendidikan.
2. Persiapan dan administrasi marketing
   a). Pembuatan surat-surat dan proposal
   b). Merancang draft-draft kerjasama.
   c). Mengelola data dan informasi member serta pengunjung.
   d). Mengelola data dan informasi mitra.
   e). Pengarsipan absensi pengunjung acara di ruang serba guna.
   f). Menerima dan mencatat saran dan pengaduan *customer* (melalui lisan, SMS, surat, telepon, dan lainnya)
   g). Mengelola surat masuk dan surat keluar.
   h). Membuat dan mengelola anggaran dan marketing dan promosi.
   I). Pengarsipan data dan informasi acara
3. Sistem informasi, publikasi, dan sosialisasi eksternal
   a). Mengelola system informasi
   b). Mempublikasikan program atau acara
   c). Negosiasi media informasi, publikasi dan sosialisasi
   d). Memastikan informasi tersosialisasi dengan baik
   e). Kerjasama dengan berbagai media dan mitra
   f). Membina hubungan dengan mitra
4. Promosi Produk dan Toko
   a). Membina hubungan dengan mitra
   b). Menganalisa peluang untuk promosi
   c). Merencanakan kegiatan promosi produk dan took
   d). Kerjasama dengan berbagai media
   e). Mencari informasi dan mempertimbangkan acara pameran atau bazar
   f). Penetapan tema hari-hari besar

5. Membangun jaringan
   a). Mencari dan mengelola informasi hubungan kemitraan
   b). memperluas dan memelihara hubunagan kemitraan
   c). Memperkenalkan perusahaan
   d). Menawarkan keunggulan-keunggulan
   e). Menjalin kerjasama dengan mitra

6. *Customer Care*
   a). Menindaklanjuti saran serta pengaduan *customer*
   b). Memelihara hubungan yang harmonis dengan *customer*
   c). Menginformasikan program atau acara kepada *member* dan pengunjung
7. Promosi Ruang Serba Guna
   a). Memperkenalkan ruang serba guna *Alifa Moeslem's Shopping Center*
   b). Menjalin kerjasama penyelengaraan acara di ruang serba guna
   c). Kerjasama dengan berbagai mitra dan media
   d). Melayani masyarakat atau mitra dalam hal informasi ruang serba guna
8. Acara dan *Event Organizer*
   a). Menyelenggarakan dan mengorganisir acara-acara
   b). Membuat jadwal acara
   c). Mengkoordinir *setting* tempat untuk acara
   d). Menyusun kepanitiaan acara
   e). Mempersiapkan peralatan dan kelengkapan acara
   f). membuka hubungan *sponsorship* acara
   g). Mengevaluasi acara
9. Bulletin
   a). Mengkoordinir materi bulletin
   b). Mengevaluasi isi dan penyebaran bulletin
   c). Mengkoordinir penyebaran bulletin
   d). Mengkoordinir iklan dan promosi bulletin

   (Sumber : Agenda program Divisi Promosi dan Marketing *Alifa Moeslem's Shopping Center)*