BAB II

TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Rabbani adalah outlet busana yang di kenal oleh konsumennya sebagai penyedia busana muslim. Berdiri di kota Bandung sejak tahun 1994. Karena baru merintis, kegiatan promosinya hanya sebatas lewat mulut ke mulut, penyebaran brosur dan leaflet. Setahun kemudian pada tahun 1995 pindah ke Jl. Dipati ukur. Pada awal tahun 2000, mulai adanya agen – agen penjualan dan bermunculannya *outlet* busana muslim lain yang menjadi pesaing, maka Rabbani pun mulai beriklan di majalah Sabili dan Ummi. Seiring dengan perkembangannya yang sangat pesat pada tahun 2001 Rabbani pun memindahkan *outlet* mereka ke tempat yang lebih luas di Jl. Hasanudin no. 26 yang dijadikan sebagai *outlet* utama. Rabbani menjadi sponsor acara – acara di televisi sejak tahun 2002, dengan meminjamkan baju – baju produksi mereka untuk digunakan di beberapa acara tersebut.

Rabbani berhasil memiliki *website* dengan nama www.rabbani.co.id pada tahun 2005. Bidang usaha yang dijalankan oleh Rabbani busana muslim ini antara lain adalah kerudung, busana muslim seperti gamis, *tshirt* muslimah, koko, kemko, manset, dan lain-lain. Pendiri Rabbani busana muslim adalah Bapak H. Amry Gunawan bersama istri beliau Ibu Hj. Nia Kurnia. Mereka mendirikan *outlet* busana muslim untuk memperkenalkan dan menjual busana muslim hasil rancangannya.

2.2 Profil Perusahaan

- Logo Perusahaan



Gambar II.1 Logo Perusahaan

- Nama Perusahaan : CV. Rabbani Asysa
- Alamat : Jl. Dipatiukur No.44 Bandung
- Telp : 022- 2534407
- Fax : 022- 2504320

2.2.1 Falsafah Kerja (Visi, Misi, dan Nilai – Nilai Dasar)

Visi: "Berjumpa dengan Allah di surga Firdaus"

Misi:

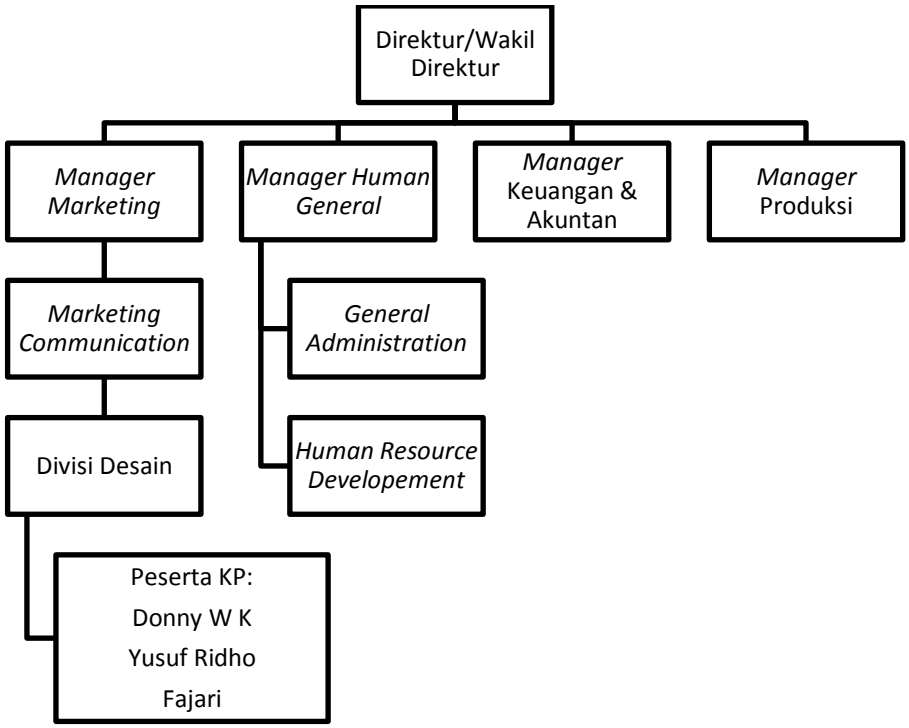
1. Menjadi pabrik kerudung instant terbesar di dunia dan teratas dalam kualitas.
2. Menjadi ikon mode shari'ah international.
3. Mengkerudungkan dunia.

Nilai – nilai dasar :

1. Sebagai seorang muslim/muslimah karyawan Rabbani harus memenuhi kewajiban – kewajibannya sesuaii dengan syariah islam termasuk adab – adab yang digunakan ketika bekerja harus sesuai dengan etika islam.
2. Mau berjihad (bersungguh – sungguh) di jalan Allah.
3. Bekerja dengan *itqon* (baik dan benar).

2.2.2 Struktur Organisasi Perusahaan Rabbani Busana Muslim

Struktur perusahaan Rabbani busana muslim terdiri dari Direktur dan Wakil Direktur yang dalam menjalankan operasional perusahaan di bantu oleh empat *manager* fungsional yaitu manager *marketing*, *manager human general*, *manager finance* dan *accounting*, dan *manager* produksi. Dalam menjalankan tugasnya, setiap manajer dibantu oleh bagian masing - masing depertemen seperti departemen *marketing* yang terdiri dari *inventory*, *service delivery*, dan *marketing enlighment*, *marketing outlet*, *marketing branch*, dan *marketing communication*. Sedangkan divisi desain berada dibawah *marketing communication.*



Gambar II.2 Struktur Organisasi

Sumber : CV Rabbani Asysa

2.3 Kegiatan Usaha Outlet Rabbani

CV Rabbani Asysa merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang busana muslim yang menjunjung tinggi norma-norma islam, Nama Rabbani sendiri diadopsi dari Al – Qur'an seurat Ali Imron ayat 79 yang artinya para pengabdi Allah yang mau mengajarkan dan diajarkan tentang kitab Allah. Rabbani memiliki arti yang istimewa bagi pemiliknya selain dapat menyalurkan hobi, keberadaannnya dapat memberikan sumber penghasilan dan nafkah untuk kehidupan keluarga. Bagi mereka keberadaan Rabbani diharapkan dapat memberikan kontribusi yang besar dalam syiar dan dakwah islam bagi para muslimah agar memenuhi kewajibannya untuk menutupi auratnya. Rabbani ingin merubah paradigma pandangan sebagian besar masyarakat bahwa wanita yang memakai busana muslim itu kuno dan kampungan. Rabbani ingin menunjukan bahwa wanita yang memakai busana muslim itu modern dan terhormat juga bisa tampil dengan gaya trendi tetapi tetap sopan dan *syar'i*.

Kendati demikian, Rabbani juga menghadapi tantangan yang cukup besar, pada kurun waktu itu wanita yang menggunakan busana muslim masih terbilang jarang dan jauh dari *trend*. Di awal perintisan, Rabbani hanya memiliki satu karyawan untuk melayani konsumen. Tahun berikutnya tidak terlalu ada perubahan dan perkembangan yang mencolok. Keadaan tersebut sama sekali tidak menyurutkan motivasi dalam meningkatkan kualitas dan desain produk – produknya.

Seiring dengan berjalannya waktu, inovasi yang berbeda dengan produk pesaing akhirnya menghasilkan perkembangan yang pesat. Rabbani mulai diterima oleh pasar dan memiliki pelanggan yang terus bertambah dari hari ke hari sehingga markas yang terletak di Jl. Dipatiukur itu tidak mampu lagi menampungnya. Rabbani terpaksa membangun markas yang lebih luas pada tahun 2001 di Jl. Hasanudin no.29 dengan nama Rabbani *Moslem High*

Fashion. Tahun 2007 Rabbani berhasil membangun gedung Rabbani *Holding* sebagai pusat kegiatan produksi yang terletak di Jl. Dipatiukur no.44 Bandung.

Selain perubahan nama, Rabbani memfokuskan diri dalam membidik segmentasi pasarnya, Rabbani membidik pasar untuk kalangan menengah. Sedangkan perkembangan dari aspek pemasarannya, Rabbani mengembangkan strategi pemasarannya dengan pendekatan langsung ke *end user* (konsumen) dengan membuka dua outlet cabang (depok tahun 2000 dan jatinangor tahun 2004). Rabbani juga membina *network* pemasaran yaitu membuka mitra *dealer* atau distributor tunggal per kota atau kabupaten. Hal ini di tandai dengan penambahan jumlah agen dari 100 agen menjadi 185 agen pada tahun 2006 dan mengembangkan *network* pengembagan outlet atau *reSHARE (*singkatan dari "*Retail outlet syariah*" yaitu cabang) Rabbani sebanyak 6 r*eSHARE* pada tahun yang sama sehingga dapat dikatakan pada tahun 2006 Rabbani melakukan ekspansi yang sangat besar.

Berikut adalah produk-produk yang dijual di Rabbani:



Gambar II.3 Contoh Produk

Sumber : CV Rabbani Asysa