

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Berdasarkan catatan dari komunikasi pribadi bersama ibu Angelina sebagai *co-founder* dan manajer di Pusat Bir Greenlake (2024), Pusat Bir Greenlake merupakan sebuah toko/retail yang menjual minuman beralkohol dengan berbagai golongan. Pusat Bir Greenlake sudah berdiri sejak 2016, yang sebelumnya bernama Pusat Bir Kedoya. Perubahan nama ini terjadi karena perpindahan lokasi penjualan serta perubahan sistem penjualan. Sebagaimana yang tertera pada gambar 2.1, merupakan logo dari Pusat Bir Kedoya yang dahulu hanya berupa online store dan hanya dapat diakses melalui *marketplace* seperti Tokopedia dan Blibli serta merchant online seperti Go-food dan GrabFood.



Gambar 2.1 Logo Pusat Bir Kedoya  
Sumber: Data Perusahaan (2016)

Setelah perpindahan lokasi penjualan dan penetapan izin penjualan diresmikan pada tahun 2019, sebagaimana perubahan logo usaha pada gambar 2.2, Pusat Bir Kedoya berganti nama menjadi Pusat Bir Greenlake.



Gambar 2.2 Logo Pusat Bir Greenlake  
Sumber: Data Perusahaan (2019)

Pusat Bir Greenlake merupakan cabang ke-2 dari cabang utamanya, Pusat Bir Gading Serpong yang didirikan oleh Eustachius Yerdias sebagai *Founder* dan bersama dengan Jeffry, Lukas, Mathias Resa, dan, Angelina sebagai *Co-Founder*. Sekarang ini, Pusat Bir memiliki 7 cabang yang tersebar di area Jakarta dan Tangerang. Cabang Pusat Bir di area Jakarta terdiri dari:

1. Pusat Bir Greenlake – Greenlake City, Jakarta Barat
2. Beer Centre Sunset Avenue – Citra 8, Jakarta Barat
3. Pusat Bir PIK – Pantai Indah Kapuk 1, Jakarta Utara
4. Pusat Bir Grand Galaxy – Jakarta Timur

Sedangkan cabang Pusat Bir yang berlokasi di area Tangerang, terdiri dari:

1. Pusat Bir Gading Serpong – Gading Serpong, Tangerang
2. Pusat Bir Suvarna – Cikupa, Tangerang
3. Pusat Bir Karawaci – Binong, Tangerang.



Gambar 2.3 Toko Pusat Bir Greenlake  
Sumber: Data Perusahaan (2019)

Setelah perubahan nama dan lokasi penjualan, Pusat Bir Greenlake kini memiliki *offline store* dan hanya menyediakan layanan *takeaway* seperti yang tertera pada gambar 2.3. Selain itu, Pusat Bir Greenlake juga memiliki penambahan *merchant online*, seperti Grabmart dan Shopeefood. Pusat Bir Greenlake menjual berbagai minuman beralkohol yang terdiri dari golongan A (jenis minuman bir

dan mixer, dengan kadar alkohol dibawah atau sampai dengan 5%), golongan B (jenis minuman anggur merah, *wine*, dan soju, dengan kadar alkohol 5% sampai dengan 20%), dan golongan C (jenis minuman *Spirits, Liquer/Liquor* dengan kadar alkohol 20% sampai dengan atau diatas 40%).

Pusat Bir Greenlake tidak melakukan kegiatan produksi minuman beralkohol, melainkan bermitra dengan berbagai pihak supplier untuk memasukan produk yang akan dijual. Beberapa pihak supplier yang terkenal dan bermitra dengan Pusat Bir Greenlake, diantaranya, yaitu; BGM (Bintang Graha Makmur), Esham Dima, Sumber Tirta Sentosa yang diprakarsai oleh OT (Orang Tua Group) dan beragam supplier minuman beralkohol lainnya. Setiap produk beralkohol yang terdapat dan menjadi stok barang Pusat Bir Greenlake, telah memiliki pita cukai yang berarti memiliki izin dalam bentuk surat CK6 yang merupakan dokumen pelindung pengangkutan barang kena cukai yang sudah dilunasi cukainya.

Selain itu, harga minuman yang ditawarkan oleh Pusat Bir Greenlake, dimulai dari Rp. 25.000 – Rp. 150.000 untuk minuman golongan A, Rp. 35.000 – Rp.500.000 untuk minuman golongan B, dan Rp. 200.000 – Rp. 1.200.000 untuk minuman golongan C. Pusat Bir Greenlake juga menjual berbagai jenis minuman alkohol yang diimport langsung dari negara asalnya, seperti *Japanese Beer* (Sapporo dan Asahi), *German Beer* (Konig, Paulaner, Budweisser), *Korean Soju* (merk: Jinro Soju, dan Chum-churum), *Australian Wine* (merk: Carlo Rossi, Jacob's Creek, dan, Rawson Retreat), serta *US & UK Spirits* (merk: *Black Label*, Jameson, Chivas, Jack Daniel, dan Jagermeister) (Angelina, komunikasi pribadi, 11 Juli 2024).

Berdasarkan informasi yang diberikan oleh ibu Angelina melalui komunikasi pribadi pada 11 Juli 2024, terkait produk dan sistem penjualan yang ditawarkan oleh Pusat Bir Greenlake. Penulis dapat melakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) yang dimiliki terhadap bisnis Pusat Bir Greenlake, yakni sebagai berikut:

1. *Strengths* (Kekuatan)

- a. Usaha dan Produk yang terdaftar dan memiliki perizinan yang resmi.

Pusat Bir Greenlake merupakan usaha yang terdaftar di negara dan merupakan usaha tertib pajak dengan kepemilikan surat-surat resmi seperti SKP (Surat Ketetapan Pajak), NIB (Nomor Induk Berusaha), NPPBKC (Nomor Pokok Pengusaha Barang Kena Cukai), SIUP-MB (Surat Izin Usaha Perdagangan Minuman Beralkohol), serta Perizinan Berusaha Berbasis Risiko yang resmi dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan di Indonesia.

- b. Memiliki online store di berbagai platform marketplace dan merchant online.

Pusat Bir Greenlake sekarang ini memiliki dua *marketplace* seperti: Tokopedia dan Blibli, serta tersedia di empat *merchant online* seperti: Go-Food, Grafood, Grabmart, dan Shopeefood. Dimana aplikasi belanja online tersebut sedang marak dan digunakan oleh banyak pengguna, sehingga Pusat Bir Greenlake dapat dijangkau oleh berbagai pelanggan dari berbagai belahan kota dan daerah.

## 2. *Weaknesses* (Kelemahan)

- a. Harga yang relatif lebih tinggi.

Pusat Bir Greenlake membandrol produknya dengan harga yang relatif lebih tinggi dibanding toko-toko lain dengan jenis usaha yang sama. Hal ini menjadi salah satu penyebab berpalingnya pelanggan atau calon pembeli.

- b. Penampilan eksterior toko yang kurang memadai

Dengan sistem penjualan yang bersifat *takeaway*, Pusat Bir Greenlake masih kurang memperhatikan eksterior toko, seperti *Sign Edge* yang terlalu kecil dan kurang terbaca. Hal tersebut menyebabkan calon customer baru sulit menemukan toko Pusat Bir Greenlake di antara toko-toko lainnya.

## 3. *Opportunities* (Peluang)

- a. Pengembangan sistem Penjualan.

Berdasarkan pertanyaan yang seringkali dilontarkan oleh calon customer baru melalui media sosial yang dimiliki oleh Pusat Bir

Greenlake, Pengembangan Sistem penjualan secara *dine-in* dapat menjadi bentuk peluang untuk memperbanyak customer, meningkatkan keuntungan, serta perkembangan terhadap *exposure* toko.

- b. Memperbanyak produk import dan produk minuman beralkohol yang jarang ditemui.

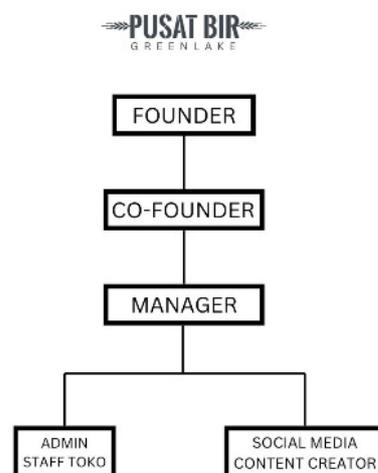
Tanya jawab yang dilakukan pada media sosial Pusat Bir Greenlake, seringkali mengarah kepada jenis produk yang belum tersedia di Pusat Bir Greenlake. Dengan menambah produk sesuai dengan permintaan customer, dapat menjadi suatu peluang bagi Pusat Bir Greenlake untuk menarik calon customer baru dan meningkatkan pendapatan.

#### 4. *Threats* (Ancaman)

- a. Persaingan bisnis dengan retail/toko minuman beralkohol lain di sekitar. Perkembangan *trend* juga menjadi salah satu faktor terhadap muncul banyaknya retail/toko dengan bisnis dan sistem penjualan yang serupa. Hal tersebut dapat menjadi ancaman bagi persaingan bisnis Pusat Bir Greenlake.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam mewujudkan lingkungan kerja yang terstruktur dan dapat teroganisir dengan baik, berikut adalah struktur organisasi yang dimiliki oleh Pusat Bir Greenlake.



Gambar 2.4 Struktur Perusahaan Pusat Bir Greenlake  
Sumber: Data Perusahaan (2022)

Gambar 2.4 Merupakan struktur organisasi yang terdapat di Pusat Bir Greenlake. Dengan struktur organisasi tersebut berguna untuk mempermudah alur bekerja agar tetap kondusif dan sesuai dengan standar operasional yang berlaku. Struktur tertinggi di dalam organisasi tersebut, adalah *founder* yang mengatasi *co-founder*. Kemudian, *co-founder* bertugas untuk mengawasi manajer yang juga bertanggung jawab penuh kepada *co-founder* terhadap kinerja admin, *staff* toko, bersama sosial media dan konten kreator. Namun, dalam struktur organisasi tersebut, terdapat kemungkinan adanya kepemimpinan dua atau lebih divisi yang dikepalai oleh satu orang. Seperti halnya, posisi *co-founder*, manajer, dan *supervisor* pada Pusat Bir Greenlake, dipimpin dan dikepalai oleh satu orang yang sama. (Angelina, komunikasi pribadi, 11 Juli 2024).

