



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Penny Bandung merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang Retail (Sepatu dan baju) yang didirikan pada bulan Januari 2011. Awal mula Penny sudah dikenal di Jakarta, terletak di Jalan Bangka Kemang, Jakarta Selatan, namun berbeda owner dan Penny Jakarta berdiri 5 tahun lebih dulu. Penny Bandung didirikan oleh dua orang anak muda yaitu Michael Edi Wardani Silaen dan Febriana Nursurya Haeran. Penny Bandung menjual kebutuhan remaja, Sepatu, Baju, Tas, Topi, Jam, Wax untuk pria, Kacamata, dan juga lainnya. Kebanyakan barang – barang yang dijual di Penny Bandung, merupakan barang – barang untuk pria, namun ada juga barang – barang yang dijual untuk wanita.

Kantor maupun *Store* Penny Bandung berada di Jalan DipatiUkur No 116 Bandung. Apabila ingin mengetahui lebih lanjut , Penny Bandung juga dapat diakses melalui *website*-nya <http://www.penny-613.com/>, juga dapat di akses melalui aplikasi iOS di <https://itunes.apple.com/ID/app/id737568025> dan twitter @PennyBandung, instagram @PennyBandung.

2.1.1 Filosofi Penny bandung

Penny merupakan sebuah kata yang berasal dari bahasa Inggris yang berarti “uang kecil”. Penggunaan nama Penny mencerminkan sebuah perusahaan retail yang diharapkan berjiwa muda dan unik yang dapat meningkatkan berbagai *value* yang dijadikan dasar Penny berpijak sejak kemunculannya. Selalu memberikan yang terbaik dan juga mendahulukan kepentingan *customer* merupakan prioritas utama Penny Bandung.

2.1.2 Visi dan Misi Penny Bandung

Visi: Menjadikan Penny Bandung sebagai perusahaan Retail yang terdepan dengan kualitas desain yang unik dan menarik.

Misi: Kepuasan setiap pelanggan sebagai hal yang pertama dan terdepan.

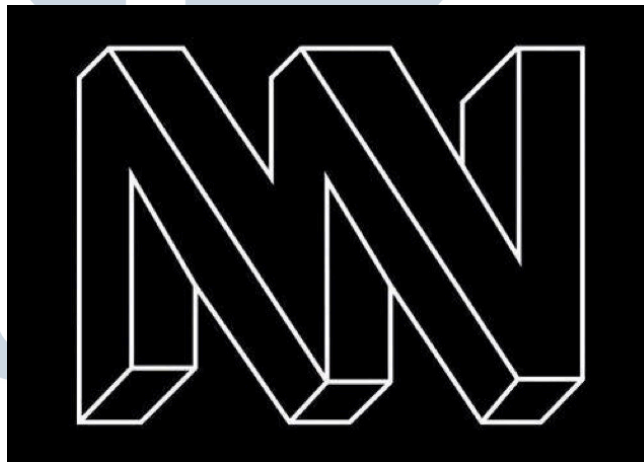
2.1.3 Tagline Penny Bandung

Sejak pertama kali berdiri, Penny Bandung mempunyai sebuah *tagline* yaitu: “613” Penggunaan *tagline* ini dianalogikan dengan kebutuhan manusia yang memerlukan pakaian dalam kehidupannya untuk menunjang penampilannya. Begitu pula perlakuan yang sama kepada dunia *fashion*. Dibutuhkan “pakaian” yang tepat untuk

menjadikan sebuah style yang unik dan menarik. Penny juga sangat mendukung para musisi terutama dalam aliran *Rock, Hardcore, dan Metalcore*

2.1.4 Logo Penny Bandung

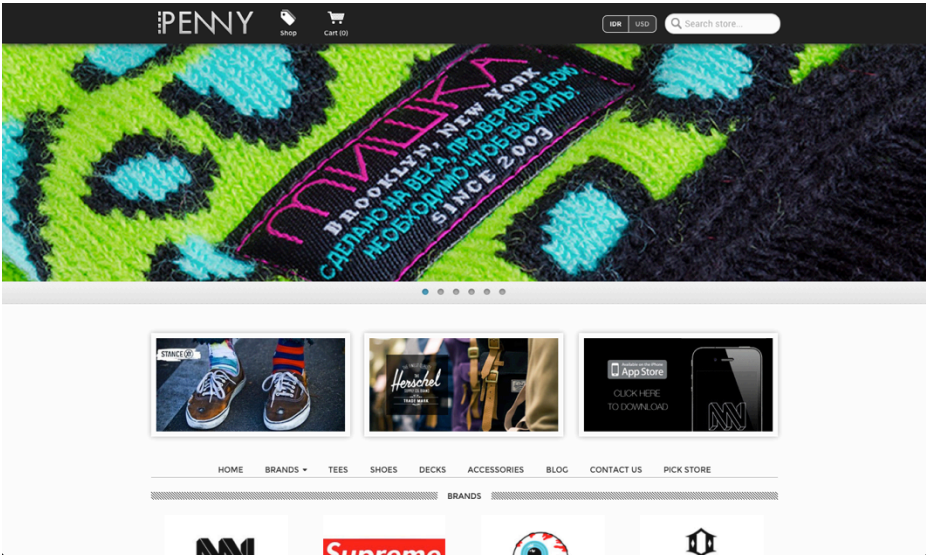
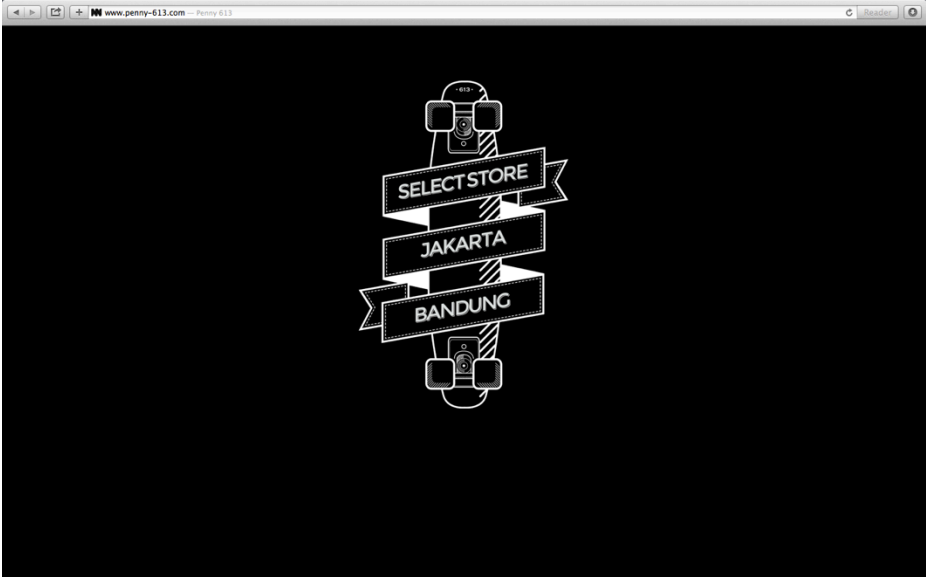
Warna pada Logo Penny Bandung memberikan kesan muda dan modern bagi perusahaan mereka. logo dibuat dari outline putih membentuk huruf n, sebetulnya logo ini terlihat abstrak, namun jika dilihat lebih teliti akan terlihat dari gabungan dari 2 huruf N, yang bertujuan untuk mengambil kesan muda, unik dan minimalis daribentuk logo itu sendiri. Selain itu, Pemilihan warna putih pada logo memberikan kesan muda, minimalis dan *simple*.

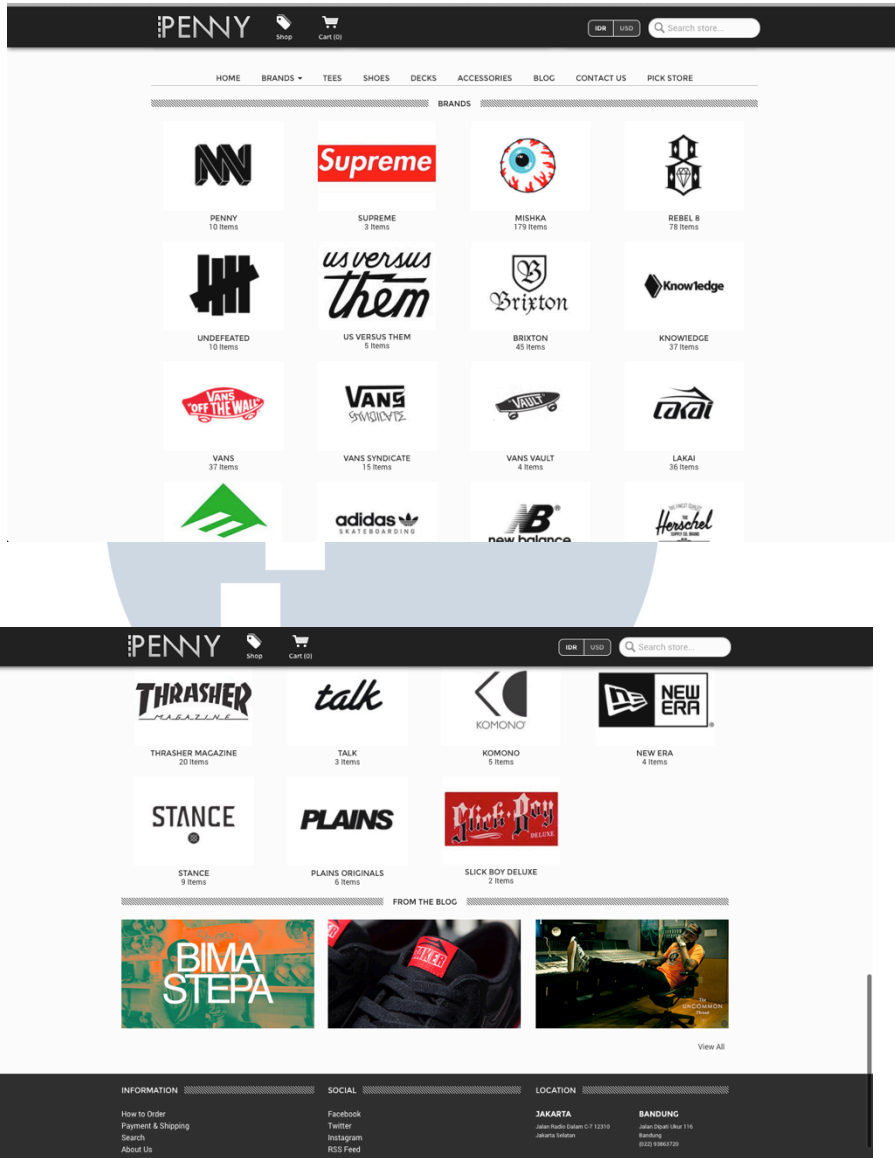


U
MULTIMEDIA
NUSANTARA

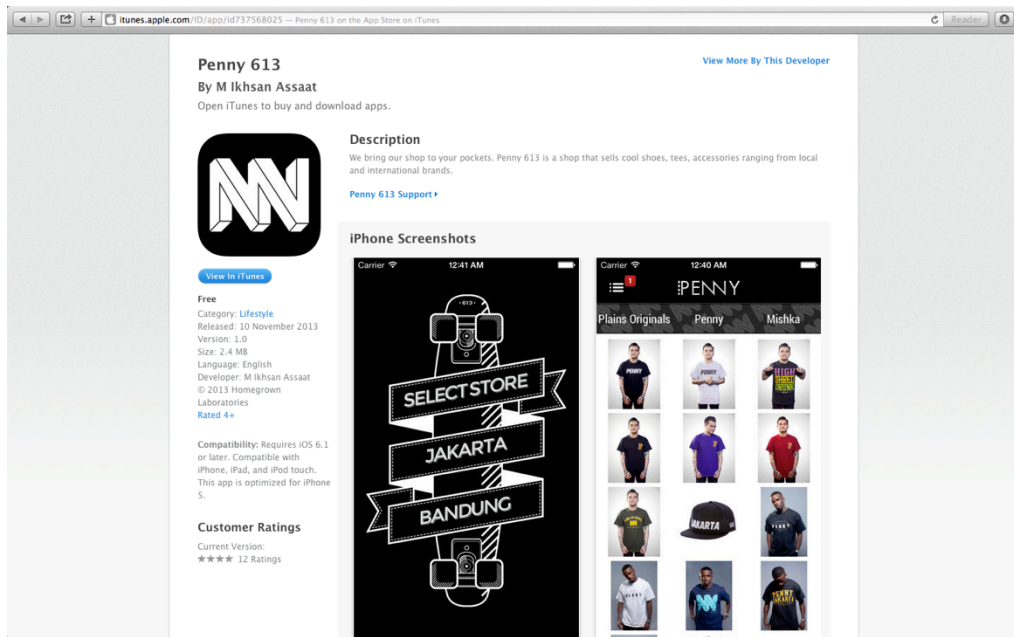
Gambar 2.1. Tampilan Logo Penny Bandung
(Data Internal Perusahaan)

2.1.5 Tampilan Website Penny Bandung





Gambar 2.2. Tampilan Website Penny Bandung dan Penny Jakarta



Gambar 2.3. Tampilan Aplikasi ios Penny Jakarta dan Penny Bandung

2.1.6 Project

Berikut ini merupakan barang – barang yang dijual di Penny Bandung



Gambar 2.4. Tampilan Jam Tangan Komono



Gambar 2.5. Tampilan Vans x Metallica

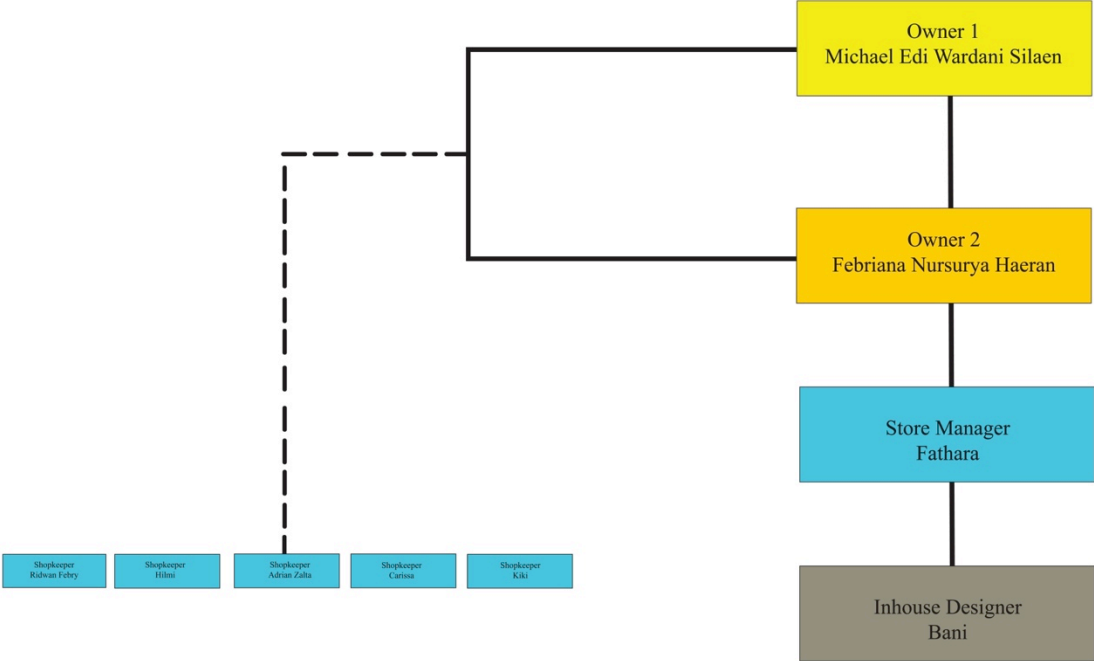


Gambar 2.6. Tampilan Herschel Supply Bag



Gambar 2.7. Tampilan Vans Acid Wash Denim, Vans Overspray, Vans Aloha

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.8. Struktur Organisasi Perusahaan Penny Bandung

