

BAB IV

GAMBARAN UMUM PEUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Rabbani

Rabbani bergerak dibidang industri secara defacto berdiri sejak tahun 1991 dan Secara dejure tahun 2001. Saat ini Rabbani merupakan salah satu perusahaan kerudung terbesar di Indonesia yang senantiasa dinamis dengan pertumbuhan dan perkembangan yang progresif. Inti bisnisnya berupa kerudung instan yaitu kerudung yang mengikuti zaman dan menjadi kerudung unggulan Indonesia. Produk-produk yang dihasilkan merupakan produk yang bergaya dan tetap syar'i dengan mengedepankan trend dan model terkini, sehingga diminati dari anak-anak, remaja, orangtua hingga manula dengan segmentasi pasar yang beragam.

Pada tahun 2010, Rabbani mulai membuka cabangnya di Pekanbaru tepatnya pada tanggal 8 Mei 2010 yang berlokasi di Jl. Tuanku Tambusai/Nangka nomor 500E. Outlet pertama Rabbani di Pekanbaru ini juga berfungsi sebagai distributor produk Rabbani untuk wilayah kota Pekanbaru.

Rabbani mulai diterima oleh masyarakat Pekanbaru dan mulai memiliki pelanggan yang semakin banyak, hal ini ditunjukkan dengan bertambahnya jumlah pembeli dan agen serta meningkatnya volume penjualan jilbab Rabbani dari tahun ke tahun berdasarkan data yang dihimpun dari perusahaan, sehingga outlet yang berada di Jalan Tuanku Tambusai tidak mampu lagi menampung konsumen dan pelanggan yang meningkat, akhirnya pada tahun 2013 Rabbani menambah lagi satu outletnya, yaitu di jalan H.R.Subrantas ruko nomor 3 Panam (Depan Ponpes Babussalam) Pekanbaru.

Rabbani senantiasa mengembangkan strategi pemasarannya. dan beradaptasi dengan perkembangan zaman, selain pindah toko ke tempat yang lebih luas, Rabbani merubah nama dan tagline dengan nama yang lebih mudah diingat dan diterima oleh masyarakat luas, yaitu "Rabbani Kerudung Instant" dengan tagline "trend Setter Kerudung Instant". Melalui tagline dan spirit diatas, Rabbani senantiasa bermetamorfosis kearah yang lebih baik untuk menjadi unggulan kerudung instan dan ikon mode shari'ah terbaik didunia. Namun saat ini tagline Rabbani dengan "Profesor kerudung Indonesia".

Dalam penjualan Rabbani mulai fokus dalam segmentasi pasarnya, Rabbani memfokuskan pasar untuk kalangan menengah. Sedangkan perkembangan dari aspek pemasarannya, Rabbani mengembangkan strategi pemasarannya, selain pemasaran langsung ke konsumen, Rabbani membina jaringan pemasaran yaitu membuka mitra dealer atau distributor tunggal perkota/kabupaten dan mengembangkan jaringan pengembangan toko/reshare (retail toko syariah) Rabbani. Sebagai upaya untuk mendukung kesuksesan pengembangan strategi pemasaran yang telah dibina serta untuk mengakomodasi permintaan pasar yang semakin besar, Rabbani mengembangkan dan menambah kapasitas produksinya dengan mendirikan lima buah pabrik industri yang menyuplai seluruh produk Rabbani, seperti kerudung sebagai produk utama, busana muslim seperti gamis, tunik, T-shirt muslimah, koko, kasko, manset, dan lain-lain. Kelima pabrik tersebut bertempat di Bandung dengan kemampuan produksi 1 pcs kerudung per dua detik.

Dari data laman resmi Rabbani, saat ini Rabbani memiliki 138 cabang di Indonesia yaitu di Jawa Barat terdapat 33 cabang, Jabodetabek-Banten 29 cabang, Jawa Tengah 37 cabang, Surabaya 22 cabang, Sumatera Utara 9 cabang, Balikpapan 3 cabang, Sumatera Tengah 7 cabang, Sumatera Selatan 11 cabang, dan Sulawesi 6 cabang. Selain itu, Rabbani sudah mencapai pasar Asia, Eropa dan Australia.

4.2 Visi Dan Misi Rabbani

a. Visi Rabbani

Menjadi perusahaan kerudung terbesar didunia dan teratas dalam kualitas.

b. Misi Rabbani

Menjadi ikon mode syar'i internasional fashion dunia dengan syariah.

4.3 Struktur Organisasi Rabbani

Adapun srtuktur organisasi Rabbani cabang Panam Pekanbaru adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.1 Struktur organisasi
Outlet Rabbani cabang Panam Pekanbaru**



Sumber: Outlet Rabbani Pekanbaru Cabang Panam