

BAB II

GAMBARAN UMUM PT PRIMARINDO ASIA INFRASTRUCTURE TBK.

2.1 Sejarah Perusahaan

PT Primarindo Asia Infrastructure, Tbk. (“Perseroan”) merupakan perusahaan bergerak dibidang manufaktur sepatu berstandar internasional dan hanya memproduksi pesanan sepatu dari *branded buyer*. Perusahaan yang berpusat di Jakarta ini, berdiri pada 1 Juli 1988 dihadapan Notaris Nanny Sukarja, SH, dengan nama awal PT Bintang Kharisma. Status perusahaan pada tahun 1991 sebagai Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) dan tahun 1994, perusahaan mulai mencatatkan serta memperdagangkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dengan nama PT Bintang Kharisma. Kemudian, pada tahun 1997, perusahaan merencanakan diversifikasi usaha ke sektor lain yang dinilai memiliki prospek menjanjikan. Oleh karena itu, perusahaan mengubah nama menjadi PT Primarindo Asia Infrastructure, Tbk.

Sejak tahun 2001, perusahaan fokus memproduksi sepatu untuk satu merek dari *branded buyer*, yaitu Reebok. Namun, pada April 2002, Reebok *International Limited* menginformasikan bahwa pesanan sepatu dari perusahaan tersebut hanya berlangsung hingga Juli 2002. Akibatnya, perusahaan menghentikan produksi sepatu dengan merek Reebok. Menanggapi situasi tersebut, perusahaan mulai merintis penjualan sepatu di pasar dalam negeri dengan merek sendiri yaitu “Tomkins”. Sampai saat ini, distribusi produk Tomkins telah menjangkau ke seluruh wilayah Indonesia. Tahun 2009, perusahaan kembali menerima pesanan untuk memproduksi sepatu bermerek Lonsdale, dan pada tahun 2010, pesanan dari

buyer Adidas mulai diterima dan berlanjut hingga kini. Selain, memproduksi dan memasarkan sepatu Tomkins, perusahaan juga menerima pesanan produksi merek lain untuk kebutuhan ekspor seperti Lonsdale, Dunlop, Fiterap, dan lain sebagainya.

2.2. Visi dan Misi PT Primarindo Asia Infrastructure Tbk.

2.2.1. Visi perusahaan

“Menjadi pemimpin dalam industri sepatu di Indonesia (*to become leader in Indonesia shoes industry*)”

2.2.2. Misi perusahaan

Berikut merupakan misi dari PT Primarindo Asia Infrastructure, Tbk diantaranya sebagai berikut:

1. Mempunyai proses produksi yang paling efisien
2. Menghasilkan produk berkualitas tinggi untuk memenuhi kepuasan pelanggan
3. Menjadi mitra usaha terpercaya dalam menghadapi tantangan saat ini dan di masa depan.
4. Mempunyai sepatu merek sendiri yang menjadi nomor satu di pasar dalam negeri.

2.3 Logo Sepatu Tomkins

Logo merupakan identitas dan karakter sebuah merek, yang mempresentasikan visi serta misi brand. Berikut terdapat logo dari brand sepatu Tomkins:

The logo for Tomkins, featuring the word "TOMKINS" in a bold, black, sans-serif font. The letters are closely spaced and have a slightly distressed or hand-drawn appearance.

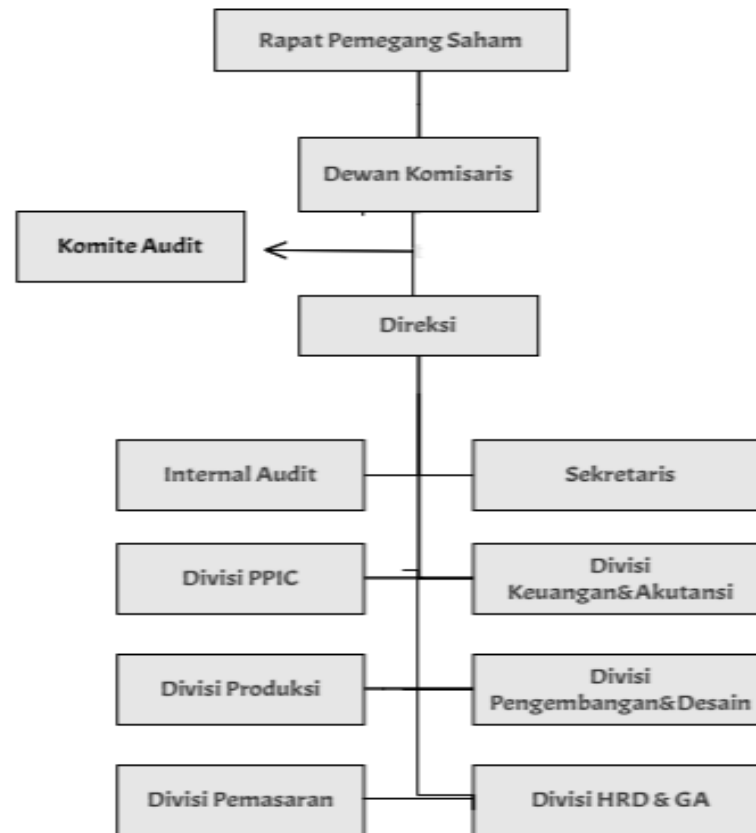
Gambar 2. 1 Logo Sepatu Tomkins

Sumber: www.tomkins.id, 2024

Tomkins merupakan salah satu produk sepatu lokal yang disalah artikan sebagai produk luar negeri karena nama merek yang terdengar kebarat-baratan. Kepanjangan dari merek Tomkins sendiri yaitu Tetap Optimis Menembus Krisis Industri Nasional, karena Tomkins sempat mengalami krisis dan bangkit kembali.

2.4 Struktur Perusahaan

Struktur organisasi adalah kerangka kerja yang menggambarkan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab di dalam sebuah organisasi. PT Primarindo Asia Infrastructure, Tbk. memiliki struktur yang dirancang untuk mendukung operasional perusahaan agar dapat terorganisir. Berikut adalah gambar struktur perusahaan PT Primarindo Asia Infrastructure, Tbk:



Gambar 2. 2 Struktur PT Primarindo Asia Infrastructure, Tbk.
 Sumber: *Annual report PT Primarindo Asia Infrastructure Tbk., 2023*

2.5 Job Diskripsi

Job deskripsi memiliki peranan penting dalam menjelaskan ekspektasi perusahaan terhadap karyawan dalam posisi tertentu, termasuk keterampilan dan kualifikasi yang diperlukan untuk menjelaskan tugas tersebut. Berikut deskripsi pekerjaan dari setiap bagian pada struktur organisasi PT Primarindo Asia *Infrastructure*, Tbk:

2.5.1. Rapat pemegang saham

Merupakan tingkatan tertinggi dalam struktur PT Primarindo Asia *Infrastructure*, Tbk. yang menentukan kebijakan utama perusahaan.

2.5.2. Dewan Komisaris

Pada bagian ini memiliki tugas mendukung manajemen atas, mengawasi perusahaan, dan memberi masukan strategis kepada Direksi.

2.5.3. Komite Audit

Mendukung Dewan Komisaris dalam melakukan pengawasan dan audit keuangan.

2.5.4. Direksi

Merupakan bagian yang bertanggung jawab atas operasional perusahaan secara keseluruhan, meliputi perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan yang strategis.

2.5.5. Internal Audit

Membantu memastikan pengelolaan keuangan dan aktivitas pada perusahaan sesuai dengan kebijakan.

2.5.6. Sekretaris Perusahaan

Sekretaris merupakan golongan II yang membantu mengelola administrasi, dan jadwal direksi, serta mendukung pelaksanaan fungsi manajemen.

2.5.7. Divisi HRD & GA

Divisi ini membantu dalam pengelolaan sumber daya manusia, memelihara fasilitas dan mengurus perizinan perusahaan.

2.5.8. Divisi Keuangan & Akuntansi

Pada divisi ini mengatur perencanaan, pengawasan, dan pelaporan keuangan dalam perusahaan.

2.5.9. Divisi PPIC

Bagian ini membantu pengelolaan persediaan bahan baku dan perencanaan produksi agar berjalan efisien.

2.5.10. Divisi Produksi

Divisi ini bertanggung jawab dalam merencanakan produksi, melaksanakan proses pabrikasi, mengevaluasi kinerja produksi, serta melakukan perawatan pada mesin yang mendukung kelancaran proses produksi.

2.5.11. Divisi Pengembangan & Desain

Merupakan divisi yang bertanggung jawab untuk mengembangkan ide-ide baru dalam merancang produk, serta menciptakan inovasi yang mampu memenuhi kebutuhan pasar.

2.5.12. Divisi Pemasaran

Bagian ini fokus pada pelaksanaan strategi pemasaran untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada konsumen. Selain itu, mereka melakukan riset pasar, dan memaksimalkan penjualan melalui berbagai saluran pemasaran.

2.6 Variansi Sepatu Tomkins

a. Tomkins Falcon



Gambar 2. 3 Tampilan Sepatu Tomkins Jenis *Falcon*

Sumber: Tomkins Official, Shopee Indonesia, 2025

Tomkins Falcon menjadi pilihan yang tepat untuk mendukung gaya *sporty* sekaligus tampilan kasual. Sepatu ini tersedia dalam ukuran 36 sampai 43, sehingga cocok untuk laki-laki dan wanita. Selain itu, sepatu ini dilengkapi dengan 4 *eyelets*

untuk memberikan daya cengkeram yang baik sehingga tidak mudah lepas saat digunakan aktivitas olahraga.

b. Tomkins Brittany Alpha



Gambar 2. 4 Tampilan Sepatu Tomkins Jenis *Brittany Alpha*
Sumber: Tomkins Official, Shopee Indonesia, 2025

Tomkins Brittany Alpha merupakan sepatu trendi untuk wanita dengan desain unik, feminim dan kekinian. Dilengkapi bahan *mesh* yang tahan lama *neat stitching* dan *eyelet*, serta perpaduan warna hitam dan putih yang simpel tetap elegan.

c. Tomkins Artemis



Gambar 2. 5 Tampilan Sepatu Tomkins Jenis *Artemis*
Sumber: Tomkins Official, Shopee Indonesia, 2025

Model ini sepatu *full black* cocok untuk wanita yang mencari sepatu hitam dengan desain slip-on praktis tanpa tali. Tersedia dalam ukuran 33-41, sehingga bisa digunakan oleh anak-anak hingga dewasa.

d. Tomkins Jewell Alpha



Gambar 2. 6 Tampilan Sepatu Tomkins Jenis *Jewell Alpha*
Sumber: Tomkins Official, Shopee Indonesia, 2025

Model sepatu ini, memiliki perpaduan warna hitam dan putih tampak simpel dan elegan. Tomkins Jewell Alpha cocok untuk pria, yang dilengkapi bahan kanvas ringan dan outsole phylon yang nyaman.

e. Tomkins Florence Alpha



Gambar 2. 7 Tampilan Sepatu Tomkins Jenis *Florence Alpha*

Sumber: Tomkins Official, Shopee Indonesia, (2025)

Sepatu ini cocok untuk wanita dengan motif bunga elegan disampingnya, kemudian terdapat perpaduan warna hitam dan putih menambah kesan *stylish*. Terdapat motif printing yang tahan lama untuk memastikan desain tidak mudah luntur dan terbuat dari bahan mesh.

f. Tomkins Winchester Alpha



Gambar 2. 8 Tampilan Sepatu Tomkins Jenis *Winchester Alpha*

Sumber: Tomkins Official, Shopee Indonesia, (2025)

Winchester Alpha merupakan model sepatu pria yang desainnya simpel, dengan detail *neat stitching* dan *eyelets* menambah kesan modis. Kemudian, memiliki outsole tinggi, tetapi tetap ringan dan nyaman karena insole mesh foam dapat mencegah iritasi.

2.7 Identitas Responden

Gambaran umum mengenai karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian ini, disajikan berdasarkan identitas mereka. Responden diidentifikasi melalui

aspek-aspek seperti jenis kelamin, usia, nama sekolah, waktu terakhir pembelian, frekuensi pembelian, alasan pembelian, sumber informasi tentang produk, kampanye digital marketing di shopee yang diketahui, dan pengalaman berbelanja pelanggan di shopee. Informasi ini bertujuan untuk lebih memahami latar belakang, preferensi dan variasi karakteristik pelanggan sepatu Tomkins, sehingga wawasan yang relevan mampu mendukung penelitian ini.

2.7.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengumpulan data responden berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui perbandingan antara laki-laki dan perempuan yang menjadi konsumen sepatu Tomkins dan yang berpartisipasi dalam menjawab kuesioner penelitian. Tabel berikut menyajikan informasi data responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 2. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Perempuan	72	74,23
2	Laki-laki	25	25,77
	Jumlah	97	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2.1 dapat diketahui bahwa mayoritas responden sebesar 74,23% berjenis kelamin perempuan, yang menunjukkan bahwa sepatu Tomkins lebih banyak diminati oleh kalangan tersebut. Proporsi ini dapat mengindikasikan bahwa sepatu Tomkins lebih menarik bagi kalangan perempuan, baik dari segi desain, kenyamanan, maupun preferensi dalam memilih produk. Hal ini juga mencerminkan bahwa perempuan cenderung lebih aktif dalam berbelanja produk fashion termasuk sepatu. Sementara itu, responden laki-laki yang lebih sedikit bisa diindikasikan bahwa preferensi mereka terhadap merek sepatu lain lebih tinggi dan kurang populer di kalangan mereka.

2.7.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat kedewasaan seseorang, termasuk cara mereka menjawab dalam penelitian. Responden penelitian ini adalah siswa-siswi SMA yang umumnya berada dalam rentang usia sekitar 15 hingga 18 tahun. Usia tersebut dianggap sesuai dengan target konsumen sepatu Tomkins, karena mulai memiliki preferensi produk yang matang dan relevan dengan gaya hidup mereka. Berikut terdapat tabel yang menyajikan data responden berdasarkan usia.

Tabel 2. 2 Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	15-16	72	74,23
2	17-18	25	25,77
Jumlah		97	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2.2, mayoritas responden berusia 15-16 tahun (74,23%), sementara sisanya berusia 17-18 tahun (25,77%). Hal ini menunjukkan bahwa sepatu Tomkins lebih diminati oleh siswa-siswi dijenjang awal SMA dibandingkan yang mendekati usia kelulusan.

2.7.3 Identitas Responden Berdasarkan Nama Sekolah

Penelitian ini melibatkan responden dari SMA Negeri 2 dan 3 Kota Semarang, yang dipilih karena memiliki jumlah siswa yang banyak dan kualitas pendidikan yang baik. Kedua sekolah ini mewakili populasi pelajar di Kota Semarang, dengan para siswa yang cenderung memiliki kesadaran tinggi terhadap tren dan preferensi produk, termasuk sepatu Tomkins. Data nama sekolah tersebut mampu menggambarkan karakteristik dan preferensi konsumen dari segmen pelajar.

Berikut ini terdapat tabel yang menyajikan data responden berdasarkan nama sekolah.

Tabel 2. 3 Responden Berdasarkan Nama Sekolah

No	Nama Sekolah	Jumlah	Persentase (%)
1	SMAN 2 Kota Semarang	49	50,52
2	SMAN 3 Kota Semarang	48	49,48
	Jumlah	97	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian ini berasal dari SMAN 2 Kota Semarang (50,52%) dan SMAN 3 Kota Semarang (49,48%). Kedua sekolah ini dipilih karena mewakili karakteristik responden dari SMA Negeri terbaik di Kota Semarang berdasarkan nilai UTBK.

2.7.4 Identitas Responden Berdasarkan Waktu Pembelian Terakhir

Bagian ini, responden diminta untuk mencatat waktu terakhir dalam pembelian sepatu Tomkins di Shopee. Informasi ini penting untuk menilai tingkat keterlibatan dan loyalitas konsumen dengan merek di platform Shopee. Frekuensi pembelian ini, dapat dianalisis seberapa sering konsumen kembali membeli produk, yang mencerminkan tingkat loyalitas mereka terhadap sepatu Tomkins. Berikut terdapat tabel yang menyajikan data responden berdasarkan waktu pembelian terakhir.

Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Waktu Pembelian Terakhir

No.	Pembelian Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	2023	51	52,58
2	2024	44	45,36
3	2025	2	2,06
	Jumlah	97	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Tabel 2.4 menunjukkan bahwa mayoritas responden (52,58%) terakhir membeli sepatu Tomkins pada tahun 2023, dan 2024 (45,36%), sementara hanya 2,06% yang melakukan pembelian di tahun 2025. Hal ini mencerminkan bahwa dalam kurun 1-3 tahun terakhir, permintaan terhadap sepatu Tomkins masih cukup

tinggi, terutama dikalangan responden yang cenderung mengganti sepatu dalam periode tahunan. Responden yang melakukan pembelian pada tahun 2025, ini menunjukkan bahwa belum banyak responden yang membeli produk dalam tahun berjalan, yang bisa disebabkan oleh belum adanya kebutuhan baru dan daya tahan sepatu yang masih baik

2.7.5 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Selama Tiga Tahun Terakhir

Data frekuensi pembelian ini diperlukan untuk mengetahui frekuensi responden dalam melakukan pembelian sepatu Tomkins di Shopee dalam kurun waktu tiga tahun terakhir. Berikut merupakan tabel yang menunjukkan data frekuensi responden pembelian selama tiga tahun terakhir.

Tabel 2. 5 Frekuensi Pembelian Responden Selama 3 Tahun Terakhir

No.	Frekuensi Pembelian	Frekuensi	Persentase (%)
1	2 kali	69	71,13
2	3 kali	28	28,87
	Jumlah	97	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan pada tabel 2.5, pola frekuensi pembelian menunjukkan variasi dalam tingkat repitisi knsumen terhadap produk yang diteliti. Mayoritas konsumen melakukan pembelian lebih dari satu kali, dengan sebagian besar di antaranya menunjukkan kecenderungan untuk kembali membeli produk tersebut sebanyak dua kali. Hal ini terjadi karena adanya daya tarik tertentu mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang.

2.7.6 Identitas Responden Berdasarkan Cara Mengetahui Sepatu Tomkins

Sumber informasi ini bertujuan untuk memahami saluran komunikasi yang paling efektif dalam memperkenalkan merek sepatu Tomkins kepada konsumen, dan nantinya dapat mengetahui kampanye *digital marketing* yang lebih tepat sasaran dan efisien. Berikut terdapat tabel yang menyatakan asal pengetahuan responden mengenai sepatu Tomkins.

Tabel 2. 6 Pengetahuan Asal Responden Terkait Sepatu Tomkins

No.	Asal Pengetahuan	Jumlah	Persentase (%)
1	Media Sosial	29	29,90
2	Iklan Online	28	28,87
3	Teman/keluarga	26	26,80
4	Toko offline	14	14,43
	Jumlah	97	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.6, Sebagian besar responden mengetahui sepatu Tomkins melalui media sosial dan iklan online, menunjukkan peran utama platform digital dalam meningkatkan kesadaran merek. Rekomendasi dari teman atau keluarga juga berpengaruh, menandakan pentingnya kepercayaan pribadi. Meski pembelian banyak terjadi di *e-commerce*, sebagian konsumen pertama kali mengenal merek ini melalui toko offline. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman langsung masih berperan dalam membangun kepercayaan terhadap produk. Konsumen cenderung ingin melihat dan mencoba sepatu sebelum membeli, meskipun akhirnya transaksi dilakukan secara online. Oleh karena itu, Tomkins perlu mengoptimalkan strategi pemasaran yang mengintegrasikan pengalaman belanja online dan offline guna meningkatkan kesadaran dan loyalitas pelanggan.