

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1. Sejarah Perusahaan

PT Supra Boga Lestari Tbk merupakan perusahaan ritel dengan konsep modern yang bergerak pada bidang supermarket yang menawarkan bahan pokok dan kebutuhan lainnya secara premium di Indonesia. Didirikan pada tahun 1997 oleh Bapak Kentjana Widjaja berlandaskan pada visi untuk memberikan serta menghadirkan pengalaman pembelanjaan modern yang memiliki kualitas tinggi dan memberikan pengalaman belanja terbaik bagi konsumen di Indonesia. Satu Tahun setelah berdirinya perusahaan tepatnya pada tahun 1998 PT Supra Boga Lestari Tbk mengambil sebuah langkah besar untuk lebih memperkenalkan merek ritel bernama Ranch Market ke pasar Indonesia. Toko pertama Ranch Market di buka pada kawasan Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Ranch Market mengawali operasionalnya dengan bekerja sama dengan waralaba asal Amerika Serikat. Konsep ritel internasional di bangun sehingga hal tersebut menciptakan daya tarik masyarakat kelas menengah ke atas yang lebih mengutamakan kualitas produk, pelayanan pelanggan, serta kenyamanan berbelanja yang unggul.

Menyadari adanya potensi pasar yang lebih luas, pada tahun 2007 perusahaan mengambil langkah diversifikasi merek ritel yang selanjutnya hal tersebut direalisasi dengan meluncurkan merek ritel yaitu Farmers Market. Dengan menciptakan konsep yang berbeda dengan Ranch Market, Farmers Market menghadirkan konsep lebih menjangkau masyarakat dengan harga yang lebih kompetitif namun tetap unggul pada kualitas produk. Peluncuran Farmers Market mendorong PT Supra Boga Lestari Tbk menjadi pelopor sekaligus *inovator* pada industri ritel modern di Indonesia. Komitmen terhadap standar kualitas dan keamanan pangan terus di tunjukan dan di kembangkan sehingga pada tahun 2009 PT Supra Boga Lestari Tbk memperoleh pencapaian dengan mencatatkan sejarah sebagai supermarket pertama di Indonesia yang berhasil meraih sertifikasi ISO 22000. Pencapaian sertifikasi ini mencakup penerapan sistem manajemen keamanan pangan yang memiliki prinsip HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Points*). Pencapaian *sertifikasi* ini menggambarkan bahwa perusahaan

bertekad untuk menyediakan produk-produk yang berkualitas dan higienis bagi konsumennya.

Pencapaian tersebut menjadi dorongan untuk pertumbuhan dan pengembangan bisnis yang menciptakan pengambilan keputusan untuk mengakhiri kemitraan waralaba dengan Ranch Market USA dan membangun serta mengembangkan merek dagang Ranch Market secara mandiri di Indonesia. Hal ini menjadi langkah awal dari perencanaan dan strategi jangka panjang perusahaan untuk berupaya memperkuat identitas merek lokal dan menciptakan kesesuaian kebutuhan konsumen di Indonesia. Pencapaian selanjutnya ditujukan pada tahun 2012 ketika PT Supra Boga Lestari secara resmi menjadi perusahaan terbuka serta mencatatkan sahamnya pada Bursa Efek Indonesia yang memiliki kode emiten RANC (idx.co.id, 2012). Beralih menjadi perusahaan publik PT Supra Boga Lestari Tbk memperluas potensi dengan mengakses pendanaan, meningkatkan tata kelola perusahaan serta menciptakan transparansi dan akuntabilitas kepada para pemegang saham dan juga pemangku kepentingan lainnya

Perkembangan serta inovasi yang terus berlanjut menciptakan hasil yaitu pada tahun 2019 perusahaan memperkenalkan dua ritel baru bernama The Gourmet dan *Day2Day*. The Gourmet tercipta dari pengembangan Ranch Market yang memiliki konsep menawarkan pengalaman belanja dengan produk premium secara eksklusif dan personal, sedangkan *Day2Day* tercipta dari pengembangan Farmers Market yang lebih praktis dan efisien dengan berfokus pada konsumen urban yang memiliki gaya hidup dinamis. Kedua ritel ini merupakan hasil pengembangan dari ritel sebelumnya yang menggambarkan komitmen perusahaan akan adaptasi dengan perubahan tren pasar serta kebutuhan konsumennya. Momen krusial perjalanan perusahaan terjadi yaitu pada tahun 2021 PT Supra Boga Lestari resmi diakuisisi oleh PT Global Digital Niaga (Blibli) yang merupakan bagian dari ekosistem usaha Grup Djarum. Akuisisi ini menciptakan perluasan kolaborasi antara ritel *konvensional* dengan digital, perkuatan daya saing perusahaan pada era transformasi digital serta menciptakan kerja sama lebih luas pada pengembangan *platform* ritel *omnichannel* di Indonesia. . (PT. Supra Boga Lestari Tbk, 2025)

Berbagai inovasi, pencapaian, serta transformasi yang dari awal berdiri hingga pada puncak perjalanan perusahaan terus menunjukkan tekad serta komitmen dalam menyediakan layanan ritel terbaik bagi masyarakat Indonesia. Dengan inovasi, tekad, pengembangan serta pertahanan posisi sebagai pemimpin pasar pada industri supermarket *modern* dan premium di tanah air.

2.2. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi yang menjadi landasan utama dalam operasional perusahaan sebagai kunci keberlanjutan dari komitmen jangka panjang bagi pelanggan, lingkungan ataupun industri ritel secara keseluruhan. Perusahaan menyadari bahwa keberlanjutan yang ada bukan hanya sekedar sebuah tren semata, tetapi juga kebutuhan untuk menciptakan masa depan sejahtera bagi generasi mendatang.

2.2.1. Visi

Untuk menjadi panutan yang paling dihormati, dicintai, dan dipercaya di industri supermarket Indonesia

2.2.2. Misi

1. Produk Kualitas Tinggi

Usaha kami menawarkan produk makanan yang berkualitas tinggi dan pelayanan yang memuaskan

2. Always Fresh

Kami memiliki komitmen untuk menyediakan produk makanan yang segar, sehat, dan aman untuk dikonsumsi

3. Memberikan Kualitas Terbaik

Keinginan kami untuk menyediakan kualitas yang terbaik adalah suatu proses yang berkelanjutan yang melibatkan aktivitas pembelian yang cermat dalam perusahaan

Visi serta misi yang terbangun dengan berfokus pada menanamkan rasa kepercayaan, menawarkan produk berkualitas tinggi, menyediakan makanan segar sehat, serta pemberian kualitas terbaik kepada konsumen maka perusahaan

mengambil upaya bukan hanya menjadi pilihan utama pelanggan tetapi juga ikut turut berkontribusi menjadi industri ritel yang bertanggung jawab serta berorientasi bagi masa depan dan keberlanjutan yang lebih baik.

2.3. Logo Perusahaan

Pencetusan nama dan juga jenis usaha di lakukan dengan pertimbangan serta penuh makna adapun gambaran perusahaan yang di ciptakan melalui logo perusahaan. Melalui logo simbol pengenalan dan representasi dari visi misi serta nilai yang di junjung tinggi oleh perusahaan cipta.



Gambar 2.1 Logo PT Supra Boga Lestari

Warna emas pada gambar memiliki arti dalam melambangkan prestise, kekaguman, dan kekuatan. Emas sendiri merupakan simbol kejayaan dan kualitas tinggi yang mencerminkan komitmen perusahaan akan pelayanan terbaik serta produk yang berkualitas bagi konsumen. Warna emas memiliki makna lain yaitu sebuah kepercayaan diri dan kemapanan dalam menjalankan bisnis pada bidang pangan. Selain warna emas pada logo adapun angka 99 yang tercantum pada logo memiliki arti keberuntungan juga merupakan angka yang mendekati kesempurnaan. Menunjukkan rasa semangat perusahaan untuk tumbuh dan berkembang secara optimal dengan harapan mampu mencapai hasil yang maksimal pada setiap langkahnya. Makna lain dari angka 99 juga mencerminkan suatu ketekunan serta konsistensi perusahaan dalam memberikan kualitas dan intergritas pada pelayanannya. Identitas visual pada logo yang di tunjukan perusahaan juga tercermin pada lambang padi yang memberikan arti kemakmuran serta kesejahteraan. Lambang padi ini menjadi simbol utama yang menunjukkan cita-cita perusahaan dalam mencukupi kebutuhan sadang dan pangan secara merata konsumennya. Gambaran kontribusi perusahaan dalam mendukung pembangunan ekonomi dan meningkatkan kulaitas hidup konsumen menuju kesejahteraan serta kebahagiaan.

Dengan lambang atau element pada logo yang terbentuk menjadikan cerminan identitas perusahaan yang penuh makna serta berorientasi pada keberlanjutan dan menjunjung kepedulian sosial.

2.4. Certifikasi & Tanggung Jawab Sosial (CSR)

Dalam proses perjalanan perusahaan dengan terus berkomitmen dan bertekad secara konsisten perusahaan melakukan sertifikasi dan komitmen sosial diantaranya :

1. Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP) pada tahun 2003
Sistem manajemen keamanan pangan secara internasional, hal ini menunjukkan perusahaan memiliki komitmen seluruh produk yang di jual aman untuk di konsumsi.
2. ISO 22000 : 2005 Food Safety Management System (FMSMS) pada tahun 2009.
Intergrasi sistem manajemen keamanan pangan menunjukkan perusahaan patuh pada standar nasional serta berstandar global pada pengelolaan keamanannya mulai dari penyimpanan, penanganan hingga penyajian produk.
3. Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia.
Peran aktif perusahaan pada bidang ritel nasional menunjukkan kontribusi dalam membentuk suatu kebijakan serta mendorong perkembangan industri ritel di Indonesia.
4. Indonesian Global Compact Network (IGCN)
Jaringan inisiatif ini mendorong praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab. Keikutsertaan perusahaan pada IGCN menggambarkan komitmen perusahaan terhadap prinsip-prinsip IGCN.
5. World Wildlife Fund / World Wide Fund for Nature (WWF)
Kelibatan perusahaan dengan WWF menunjukkan upayah perusahaan dalam mendukung keberlanjutan lingkungan. Seperti pengurangan dampak lingkungan dari kegiatan usaha yang menjadi bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan untuk menciptakan bisnis selaras dengan prinsip ekologi.

Dengan berbagai sertifikasi serta keikutsertaan pada organisasi nasional maupun internasional perusahaan menunjukkan komitmen secara nyata dalam menciptakan perusahaan yang bertanggung jawab, profesional, aman dan juga berkelanjutan. Melalui hal ini perusahaan tidak hanya menciptakan kualitas layanan yang optimal tetapi juga membangun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

2.5. Penghargaan

Reputasi dan performa yang positif PT Supra Boga Lestari tercermin dari berbagai penghargaan yang diperoleh dengan sukses. Berikut adalah beberapa contoh bukti adanya penghargaan yang diberikan atas pengalaman perusahaan dalam menciptakan nilai tambah bagi konsumen dan lingkungan.



Gambar 2.2. Penghargaan PT Supra Boga Lestari

Pada operasional perusahaan PT Supra Boga Lestari memperoleh penghargaan yaitu sebagai berikut :

1. Sustainability Initiative of The Year Indonesia – PT Supra Boga Lestari TBK
Penghargaan ini diberikan kepada PT Supra Boga Lestari TBK atas komitmennya dalam menjalankan program kegiatan berkelanjutan seperti pengurangan sampah plastik dan efisiensi energi pada setiap operasional tokonya.
2. Store Design of the Year (Large) Indonesia – Ranch Market Lippo Mall Puri
Penghargaan ini diberikan kepada label pribadi perusahaan yaitu Ranch Market Lippo Mall Puri atas desain toko yang modern, nyaman, dan etetis

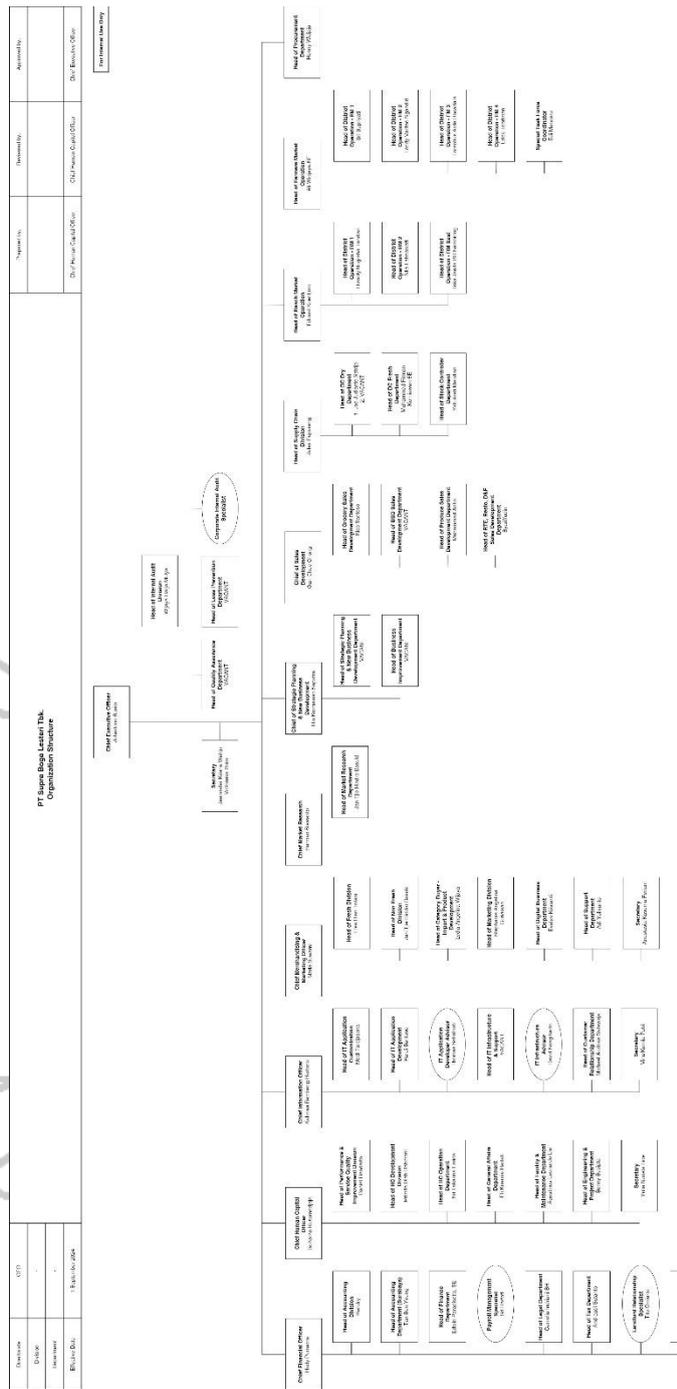
bagi konsumennya sehingga meningkatkan daya tarik serta pengalaman belanja yang premium bagi konsumen.

3. Supermarket of the Year Indonesia – Farmers Market

Penghargaan ini diberikan kepada label pribadi perusahaan yaitu Farmers Market atas kualitas produk, pelayanan yang unggul terhadap kompetitor serta inovasi dalam menghadirkan pengalaman belanja terbaik bagi konsumennya.

2.6. Struktur Organisasi

Dalam melakukan operasional dan keberlanjutan perusahaan PT Supra Boga Lestari merancang struktur organisasi secara terstruktur dan efisien yang masing-masing divisinya memiliki peran serta tanggung jawab yang mendorong keberhasilan kinerja serta pencapaian perusahaan.



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan

Berikut merupakan tugas dan tanggung jawab dari masing masing divisinya yaitu:

1. Chief Executive Officer

Memiliki peran dalam memimpin tertinggi perusahaan mengambil tugas dan tanggung jawab atas keseluruhan jalannya bisnis. Memberi arahan

serta melakukan koordinasi kepada seluruh Chief dan Head setiap divisinya demi tercapian visi dan misi perusahaan.

2. Head of Internal Audit Division

Memiliki peran untuk memastikan internal audit melakukan pengawasan serta evaluasi dalam setiap operasional perusahaan. Menganalisis potensi risiko, pelanggaran atau ketidaksesuaian yang ada dalam pengauditan.

Adapun bagian yang mendukung divisi ini yaitu :

a. Head of Quality Assurance Departement (Vacant)

Memiliki tanggung jawab atas pemantauan mutu kualitas dari produk dan setiap prosesnya. Monitoring berkelanjutan hingga monitoring tambahan terhadap mutu kualitas untuk memastikan aktivitas operasional berjalan sesuai dengan standar yang telah di tetapkan perusahaan.

b. Head of Loss Prevention Departemen

Memiliki peran dalam pengelolaan sistem perlindungan aset serta pencegahan kerugian operasional perusahaan termasuk potensi fraud dan pencurian. Peran ini mendukung efisiensi sampai keamanan dalam operasional toko dan gudang.

c. Corporate Internal Audit Specialist

Memiliki peran sebagai pengawas internal audit secara rutin dari berbagai unit kerja baik toko, gudang dan keuangan dengan memastikan seluruh aktivitas perusahaan berlangsung sesuai dengan kebijakan prosedur regulasi. Peranan divisi ini juga berkontribusi menjaga efisiensi operasional, mencegah potensi kerugian serta penerapan sistem tata kelola perusahaan yang baik.

3. Secertary

Mendukung aktivitas seperti melakukan penyusunan dokumen penting, mengatur dan menjadwalkan aktivitas harian CEO serta menjebatani komunikasi CEO dengan berbagai kepala divisi secara efisien.

4. Chief Financial Officer

Memiliki peran strategis untuk memastikan pengelolaan anggaran secara detail dan terencana, melakukan pelaporan keuangan secara transparan serta menganalisis keuangan secara mendalam demi terciptanya kesehatan keuangan yang baik bagi perusahaan.

5. Chief Human Capital Officer

Memiliki peran strategis dalam mendukung pencapaian perusahaan dengan pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) secara terencana dan tepat. Berfokus dalam proses rekrutmen, pengembangan SDM, kesejahteraan serta pengelolaan kinerja secara integrasi demi memastikan terciptanya tenaga kerja yang kompeten serta berpartisipasi positif dalam aktivitas perusahaan.

6. Chief Information Officer

Memiliki peran untuk memastikan infrastruktur dan sistem teknologi informasi berjalan dengan lancar dan aman. Mengelola berbagai aktivitas teknologi mulai dari perangkat keras, perangkat lunak, keamanan data, serta memberikan dukungan teknis ke berbagai bagian. Melakukan pengembangan serta pemeliharaan sistem operasional serta teknologi demi meningkatkan efisiensi perusahaan.

7. Chief Merchandising & Marketing Officer

Memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya tarik toko dan mendorong pertumbuhan penjualan. Bertanggung jawab atas pemilihan, penataan dan promosi produk secara relevan sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan merancang strategi pemasaran secara efektif untuk membangun brand awareness. Melalui riset pasar, pengelolaan inventaris dan display produk, serta penerapan kampanye pemasaran sesuai perkembangan teknologi untuk menciptakan pengalaman belanja yang menarik dalam mencapai tujuan perusahaan.

8. Chief Market Research

Memiliki peran serta tanggung jawab dalam bertugas pengumpulan data, penganalisaan data pasar, perilaku konsumen serta tren industri yang mampu mendukung dalam pengambilan keputusan berdasarkan data dari seluruh unit bisnisnya.

9. Chief of Strategic Planning & New Business Development

Memiliki peran navigator secara jangka panjang arah perusahaan. Pada divisi ini dilaksanakannya rancangan strategi untuk masa depan perusahaan berdasar ekspansi toko, peluang investasi hingga kolaborasi baru dengan merek-merek usaha. Divisi ini mendorong kepastian perusahaan untuk terus tumbuh serta tetap relevan dengan konsumennya.

10. Chief of Sales Development

Memiliki peran mengoptimalkan potensi penjualan serta meningkatkan perluasan pangsa pasar. Merancang strategi penjualan secara matang, jalinan kerja sama pelanggan yang baik, serta pemanfaatan data analitik. Meningkatkan performa penjualan dan memastikan kompetitif di pasar ritel yang dinamis.

11. Head of Supply Chain Division

Memiliki peran strategis dalam logistik operasional perusahaan. Divisi supply chain ini menciptakan jaminan terhadap produk yang dibutuhkan tersedia tepat waktu dan memiliki kondisi yang baik. Optimal peranan divisi ini di dorong dengan koordinasi dengan divisi merchandising, sales dan operasional toko yang menciptakan kelancaran distribusi dari waktu ke waktu.

12. Head of Farmers Market Operation

Memiliki peran memimpin merek dagang farmers market yang memiliki tanggung jawab dalam kepastian keberhasilan operasional toko-toko cabang. Bertugas dari melakukan layout produk, efisiensi kerja tim, serta pelayanan konsumen. Berperan kritis dalam menciptakan pengalaman

belanja sesuai dengan komitmen perusahaan yaitu pengalaman belanja yang premium dan lebih unggul dari kompetitor.

13. Head of Procurement Departement

Memiliki peran dalam menjaga kelancaran aktivitas operasional perusahaan melalui pengelolaan pengadaan barang serta jasa yang efektif dan efisien. Memastikan pengadaan barang dan jasa yang memiliki harga kompetitif, kualitas yang baik serta tepat waktu dalam mendukung kebutuhan operasional ekspansi serta pengembangan perusahaan.

2.7. Kegiatan Umum Perusahaan/Bagian/Divisi

PT Supra Boga Lestari Tbk merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang bisnis ritel modern memiliki fokus pada penyediaan produk makanan dengan kualitas tinggi serta memberikan pelayanan yang prima melalui beberapa label merek pribadi yaitu Ranch Market, Farmers Market, The Gourmet dan Day2Day. Pada pelaksanaan kegiatannya perusahaan mempunyai kegiatan utama meliputi pengadaan barang, penyimpanan, pengelolaan serta melakukan penjualan produk segar (buah, sayur, daging, seafood) serta kebutuhan harian lainnya bagi konsumen.

Selain kegiatan tersebut perusahaan menjalankan manajemen rantai pasok yang berintergrasi sesuai standar keamanan pangan internasional (*HACCP & ISO 22000*). Menghadirkan layanan konsumen secara profesional, merancang strategi promosi, *visual merchandising* serta dan program loyalitas pelanggan menjadi bagian dari upaya perusahaan dalam menciptakan pengalaman belanja yang berkualitas dan berkesan, sejalan dengan nilai-nilai utama yang di terapkan *TRUST*.