

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT XYZ MART

2.1 Sejarah Perusahaan



Gambar 2.1 Logo PT XYZ MART.

(Sumber : Dok. Pribadi)

PT XYZ adalah perusahaan swasta Nasional yang didirikan tertanggal 21 November 1990. PT XYZ berkantor pusat di Jakarta Utara. PT XYZ adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang usaha waralaba. Konsep bisnis waralaba adalah yang pertama dan merupakan pelopor di bidang minimarket di Indonesia. Seperti pada gambar 2.1 diatas.

Pada mulanya PT XYZ adalah hanya outlet biasa yang berada di Embalut, Kalimantan Timur kemudian PT XYZ hanya berbentuk sebuah koperasi dan hanya menjual bahan pokok sehari hari untuk para penduduk transmigrasi di Kalimantan.

Berbekal ilmu mengenai kebutuhan konsumen, kemampuan bisnis dan perubahan perilaku pembelian masyarakat terhadap toko modern, keinginan mulia untuk memberikan pelayanan menjadi lebih jelas untuk nusa dan bangsa. Tujuan ini dapat tercapai dengan membentuk badan hukum XYZ MART yang memiliki visi

“untuk menjadi jaringan ritel yang unggul dengan moto praktis dan simpel.

Awalnya XYZ MART membentuk konsep pengorganisasian bisnis yang dekat dengan perumahan konsumen, serta menyediakan berbagai kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari, melayani masyarakat umum yang jamak dan memiliki area komersial kira-kira 400 m².

Seiring dengan berjalannya waktu dan kebutuhan di pasar, XYZ MART terus meningkatkan penjualan produk toko di berbagai daerah apartemen, perkantoran, bisnis, pariwisata dan lainnya. Dalam hal ini terjadi mengoperasikan rantai ritel besar, diisi dengan berbagai pengalaman yang kompleks dan bermacam-macam.

Setelah menguasai ilmu dan keterampilan mempertahankan jaringan ritel yang luas, manajemen memiliki komitmen untuk menjadikan XYZ MART sebagai sebuah aset nasional. Hal ini tidak terlepas dari kenyataan bahwa sepanjang waktu pemikiran dan tindakan usaha perusahaan sepenuhnya diambil alih putra putri Indonesia. Sebagai sumber daya nasional, XYZ MART ingin berbagi dengan masyarakat Indonesia bisnis waralaba dan dapat bertahan melawan persaingan visi perusahaan berkembang menjadi sumber daya nasional berupa jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global.

Konsep bisnis waralaba XYZ MART adalah yang pertama dan merupakan pelopor di bidang minimarket di Indonesia. Sambutan masyarakat ternyata sangat positif, terbukti dengan peningkatan jumlah perwaralaba XYZ MART dari waktu ke waktu. Konsep bisnis *franchise* perusahaan juga diakui kepala daerah melalui penghargaan yang diberikan kepada XYZ MART sebagai Perusahaan Waralaba Teratas 2010. Semacam hadiah ini adalah pertama kalinya penghargaan itu diberikan kepada perusahaan minimarket yang ada di Indonesia dan selama ini hanya XYZ MART menerimanya.

XYZ MART berkembang sangat pesat dengan jumlah cabang pada Januari 2022 menjadi 10.000.

Sebagian besar pasokan barang dagangan untuk seluruh gerai berasal dari 30 pusat distribusi XYZ MART yang menyediakan lebih dari 3.000 jenis produk. Sekarang, keberadaan XYZ MART memperkuat keberadaan XYZ MART GROSIR, anak perusahaan dengan konsep bisnis pusat grosir. Seperti terlihat pada gambar 2.2 dibawah ini.



Gambar 2.2 Gerai Pertama.

(Sumber : Dok. Pribadi)

2.2 Struktur Organisasi

Dalam suatu perusahaan yang sedang berkembang, semua kegiatan yang dilakukan semakin luas dan kompleks, maka untuk mendukung kelancaran kegiatan dan mengatasi masalah yang dihadapi diperlukan kesatuan koordinasi dalam tindakan serta pengawasan yang lebih terjamin dalam bentuk organisasi yang terstruktur, setiap badan organisasi mempunyai tujuan yang telah ditetapkan. Langkah utama dalam mencapai tujuan tersebut adalah dengan merencanakan dan merumuskan struktur organisasi yang sesuai dengan kondisi kebutuhan organisasi serta mencerminkan unsur kejelasan atau fleksibilitas. Hal ini merupakan alat atau kerangka yang membantu organisasi dalam mencapai tujuan.

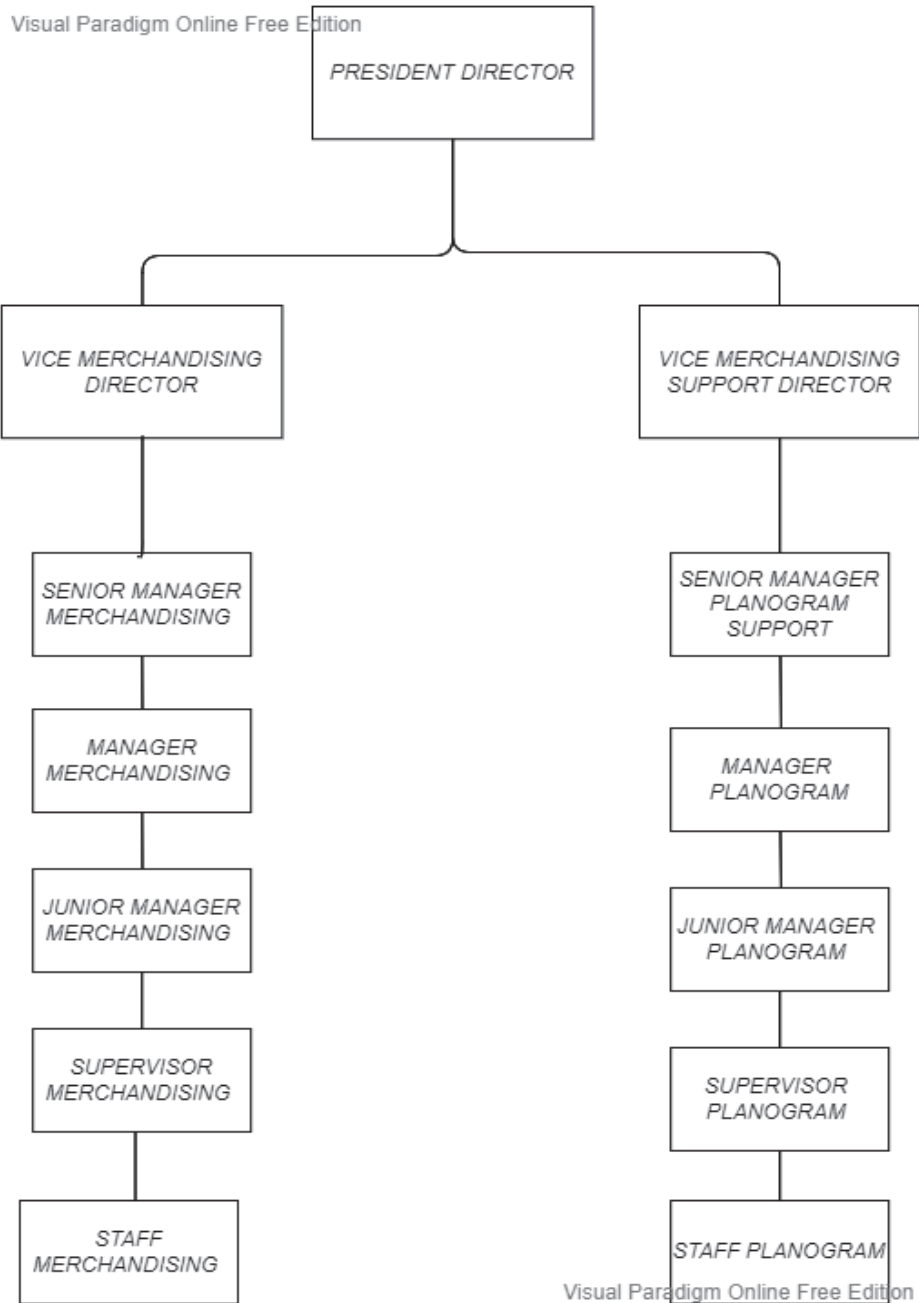
Struktur organisasi merupakan susunan atau hubungan antar komponen bagian-bagian dan kedudukan organisasi, komponen-komponen organisasi itu saling bergantung, sehingga jika ada komponen yang baik akan mempengaruhi komponen lainnya dan tentunya juga mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan organisasi tersebut.

Struktur organisasi merupakan susunan dan hubungan antara setiap bagian divisi dengan departemen. Bentuk struktur organisasi XYZ MART adalah sebuah organisasi yang merupakan hubungan, otoritas dan tanggung jawab vertikal yang terkait langsung dengan posisi dan tugas masing-masing manager. Dalam proses penawaran produk baru yang praktikan kerjakan terdapat struktur bagian organisasi yang saling berhubungan yaitu struktur organisasi *Divisi Merchandiser* dengan *Departement Merchandiser Support*. Seorang Merchandiser adalah profesi yang bekerja terutama bisnis merchandising. Adapun penjualannya sendiri, bagaimana produk tersebut disajikan di toko. Ini termasuk harga, penempatan produk di toko, pajangan produk toko, desain produk, hingga untuk acara promosi produk.

Struktur organisasi XYZ MART memiliki karakteristik bahwa memiliki pembagian tanggung jawab, wewenang, dan tanggung jawab hukum bagi anggota anggotanya, untuk mempersiapkan kegiatan tersebut, menjalankan rencana yang telah di tetapkan agar tujuan tercapai.

. Adapun struktur organisasi PT XYZ seperti gambar 2.3 dibawah ini.

Struktur Organisasi *Merchandising* PT. XYZ MART:



Gambar 2.3 Struktur Organisasi *Merchandising* HO XYZ MART.

(Sumber :Dok. Pribadi)

Setiap jabatan dan cabang bagian dalam perusahaan memiliki wewenang dan tanggung jawab masing-masing untuk menjalankan kegiatan usaha perseroan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Daftar wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian di PT. XYZ sebagai berikut:

1. Presiden Direktur

Tanggung jawab dan wewenang adalah sebagai berikut:

- a) Mengkoordinasikan semua tanggung jawab direktur di bawahnya.
- b) Memimpin dan mengontrol perkembangan perusahaan.
- c) Membuat dan mengarahkan strategi bisnis perusahaan.
- d) Mengelola dan memantau kinerja semua kegiatan operasi bisnis perusahaan.

2. Wakil Direktur *Merchandising*

Tanggung jawab dan wewenang adalah sebagai berikut:

- a) Mengkoordinasikan semua tanggung jawab senior manager di bawahnya.
- b) Membangun hubungan yang baik dengan pemasok.
- c) Lakukan riset pasar secara teratur dan terperinci, terutama di ruang ritel.
- d) Mengevaluasi pemasok potensial yang merenovasi toko.
- e) Evaluasi pemasok secara berkala.
- f) Ajukan klaim atau kembalikan produk yang tidak sesuai ke pemasok.
- g) Pelaksanaan tanggung jawab ini terus menjadi tanggung jawab departemen *Merchandising Support*.

3. *Manager Merchandising*

- a. Mengkoordinasi semua tanggung jawab *junior manager merchandising* di bawahnya.

- b. Menangani ketersediaan barang-barang dagangan berupa berbagai macam jenis produk.
- c. Mengusulkan produk baru dari *supplier*.
- d. Memantau perkembangan *sales* produk.
- e. Melakukan laporan alokasi produk kepada cabang.

4. *Junior Manager Merchandising*

- a. Mengkoordinasi semua tanggung jawab *supervisor merchandising* di bawahnya.
- b. Meneruskan usulan produk yang diajukan dari *manager merchandising* kepada *supervisor merchandising*.
- c. Mengajukan tanggal main produk.
- d. Mengikuti meeting produk.

5. *Supervisor Merchandising*

- a. Mengkoordinasi dan berkolaborasi dengan *staff merchandising* di bawahnya.
- b. Meneruskan usulan produk yang diajukan dari *junior manager merchandising* kepada *staff merchandising*.
- c. Mencari tempat produk ke *Divisi Merchandising Support (Planogram Support)*

6. *Staff Merchandising*

- a. Mengajukan penawaran produk kepada *Divisi Merchandising Support (Planogram Support Product)*.
- b. Mencari tempat produk kepada *Planogram Support Product*.
- c. Mendaftarkan produk kepada *Planogram Support Regist*.
- d. Mendaftarkan *barcode* kepada *Unit Support*.
- e. Untuk pelaksanaan tanggung jawab tersebut lebih lanjutnya ditangani oleh bagian *Divisi Merchandising Support* yaitu tim *Planogram Support*.

Departmen Planogram Support atau *Merchandising Support* merupakan bagian dari *Divisi Merchandising*. Di struktur organisasi, peran *Planogram Support* adalah untuk memberikan konsistensi antar lokasi toko, menyediakan distribusi ruang rak yang tepat, meningkatkan daya tarik visual penjualan, dan memberikan saran pemasangan produk.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Kegiatan umum perusahaan PT.XYZ bergerak di bidang usaha barang/barang eceran (convenience store) yaitu : produk pertanian (pertanian, pembibitan), obat-obatan, makanan, kosmetik, produk medis lainnya. Pembentukan usaha patungan dengan masyarakat dan pelaku usaha yang ingin mendirikan usaha retail dengan sistem waralaba dan menjual berbagai produk, jasa atau keduanya kepada konsumen. Perusahaan PT. XYZ memilih tempat penjualan berdasarkan moto praktis dan simpel, oleh karena itu, sangat mudah ditemukan di area perumahan, gedung, perkantoran, dan ruang publik.

Adapun kegiatan didalam perusahaan dimana praktikan melakukan kerja profesi sebagai berikut:

- *Divisi merchadising* berkolaborasi dengan *department planogram support* untuk menentukan produk-produk yang akan jual di toko XYZ MART.
- Mendaftarkan produk dari usulan masing-masing *divisi merchadising* kepada *departmen planogram support*.
- Menentukan alokasi produk pada setiap cabang dan menentukan tanggal main produk jual di toko.
- Menentukan target produk mana saja yang memiliki untung lebih besar atau margin yang lebih besar, sehingga alokasi produk menjadi tepat sasaran.
- Memeriksa produk yang dipajang. Sebelum produk dipajang di toko dan mengatur tata letak penjualan produk.
- Menganalisa produk baru yang masuk untuk dapat dilihat margin, sales, dan angka alokasi produk yang tersedia.
- Memastikan produk selalu terpantau dan berjalan dengan baik .
- Bekerja sama dengan tim marketing, logistik, opration, dan support unit lainnya.