

## TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

### 2.1 Sejarah Instansi / Perusahaan

Toko retail merupakan salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia yang bergerak di bidang minimarket. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1988 oleh PT XYZ. Sejak awal, Toko Retail memiliki visi untuk menjadi jaringan ritel yang unggul dengan moto "mudah dan hemat". Pada mulanya, Toko retail membentuk konsep penyelenggaraan gerai yang berlokasi di dekat hunian konsumen, menyediakan berbagai kebutuhan pokok maupun kebutuhan sehari-hari, dan memiliki luas toko sekitar 200 m<sup>2</sup>.

Konsep bisnis waralaba Toko retail adalah yang pertama dan merupakan pelopor di bidang minimarket di Indonesia. Sambutan masyarakat ternyata sangat positif, terbukti dengan peningkatan jumlah gerai waralaba Toko retail dari waktu ke waktu. Konsep bisnis waralaba Perusahaan juga diakui oleh pemerintah melalui penghargaan yang diberikan kepada Toko retail selaku "Perusahaan Waralaba Unggul 2003". Penghargaan tersebut menjadi bukti bahwa konsep bisnis waralaba Toko retail transparan, saling menguntungkan, dan saling mempercayai.

Untuk terus memberikan yang terbaik bagi para franchisee dan pelanggannya, Toko retail terus melakukan inovasi dan pengembangan. Salah satunya adalah dengan menambah jumlah produk yang tersedia di setiap gerainya, serta meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, Toko retail juga terus memperluas jaringannya hingga ke berbagai daerah di Indonesia. Hingga saat ini, Toko retail telah memiliki lebih dari 10.000 gerai di seluruh Indonesia. Dengan jumlah tersebut, Toko retail menjadi salah satu perusahaan waralaba mini market terbesar di Indonesia. Selain itu, Toko retail juga terus berinovasi untuk memberikan yang terbaik bagi pelanggannya, dengan menyediakan berbagai pilihan produk yang lengkap dan berkualitas serta memberikan pelayanan yang baik.

Toko retail juga memperluas jangkauannya dengan membuka gerai di luar negeri, yaitu di beberapa negara di Asia Tenggara. Hal ini menunjukkan bahwa Toko retail tidak hanya sukses di dalam negeri, tetapi juga mampu bersaing di

tingkat internasional. Bisnis waralaba Toko retail terus tumbuh dan berkembang hingga saat ini, dengan terus mempertahankan posisinya sebagai perusahaan waralaba mini market terbaik di Indonesia. Dengan komitmen untuk terus berinovasi dan memberikan yang terbaik bagi pelanggan, Toko retail yakin akan terus menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia dalam memenuhi kebutuhan belanja sehari-hari.

Di tahun 1997, Toko retail mengambil langkah besar dengan membuka program franchise, memberikan kesempatan bagi masyarakat Indonesia untuk berpartisipasi dalam memiliki dan mengelola cabang Toko retail sendiri. Program franchise ini merupakan bagian dari strategi ekspansi perusahaan yang melibatkan permodalan pihak lain. Selain itu, program ini juga memperkuat posisi Toko retail sebagai perusahaan yang transparan dan menciptakan sinergi yang saling menguntungkan antara pemberi franchise dan penerima franchise. Pada awalnya, Toko retail hanya memiliki sekitar 700 gerai di seluruh Indonesia. Namun, dengan program franchise yang ditawarkan, gerai-gerai Toko retail terus bertambah dan saat ini sudah mencapai lebih dari 10.000 gerai di seluruh Indonesia. Dengan jumlah tersebut, Toko retail menjadi perusahaan waralaba mini market terbesar di Indonesia.

Selain menjadi pilihan utama bagi masyarakat Indonesia dalam memenuhi kebutuhan belanja sehari-hari, Toko retail juga terus berinovasi dalam menyediakan produk dan layanan terbaik bagi pelanggan. Beberapa contohnya adalah penerapan sistem self-checkout, penambahan variasi produk seperti produk organik dan produk lokal, serta penyediaan layanan bantuan belanja online bagi pelanggan yang tidak bisa datang ke gerai. Toko retail juga memiliki program-program khusus bagi pelanggan setianya, seperti program loyalty dan program diskon untuk pembelian produk tertentu. Selain itu, Toko retail juga terus berkomitmen untuk memberikan kontribusi sosial melalui berbagai kegiatan sosial seperti donasi dan kerja sama dengan lembaga amal.

Dengan semua upayanya tersebut, Toko retail telah berhasil mengukuhkan posisinya sebagai perusahaan waralaba mini market terbaik di Indonesia. Toko retail terus berkembang dan menambah jumlah gerainya di berbagai wilayah, serta terus memperluas jangkauan layanan yang diberikan kepada pelanggan. Hingga

saat ini, Toko retail telah memiliki lebih dari 10.000 gerai di seluruh Indonesia yang tersebar di berbagai kawasan perumahan, perkantoran, niaga, wisata, dan apartemen. Toko retail terus berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia dengan menyediakan produk dan layanan terbaik bagi pelanggan setianya.

Sebagai perusahaan yang terus berinovasi, Toko retail juga memiliki program-program unggulan yang bertujuan untuk memudahkan dan menyenangkan belanja bagi pelanggan. Program-program tersebut diantaranya adalah program loyalty yang memberikan reward kepada pelanggan setia, program pembayaran yang memudahkan pelanggan dalam bertransaksi, serta program-program promosi yang memberikan harga spesial kepada pelanggan. Selain itu, Toko retail juga terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Hal ini terlihat dari adanya pelatihan yang rutin diselenggarakan bagi karyawan, serta adanya sistem yang terintegrasi untuk memantau kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Toko retail juga memiliki tanggung jawab sosial yang tidak kalah penting dari misi bisnisnya. Perusahaan ini terus memprioritaskan program-program yang bertujuan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan. Beberapa program yang telah dilakukan oleh Toko retail diantaranya adalah program donasi bencana alam, program bantuan kepada yatim piatu, serta program-program lain yang bertujuan untuk membantu masyarakat Indonesia. Kesuksesan yang telah diraih oleh Toko retail hingga saat ini tidak lepas dari kerja keras dan komitmen yang telah dilakukan oleh seluruh karyawan dan franchisee yang tergabung dalam perusahaan ini. Bersama-sama, Toko retail terus berusaha untuk memberikan yang terbaik bagi masyarakat Indonesia dan menjadi perusahaan waralaba mini market terbaik di Indonesia.”

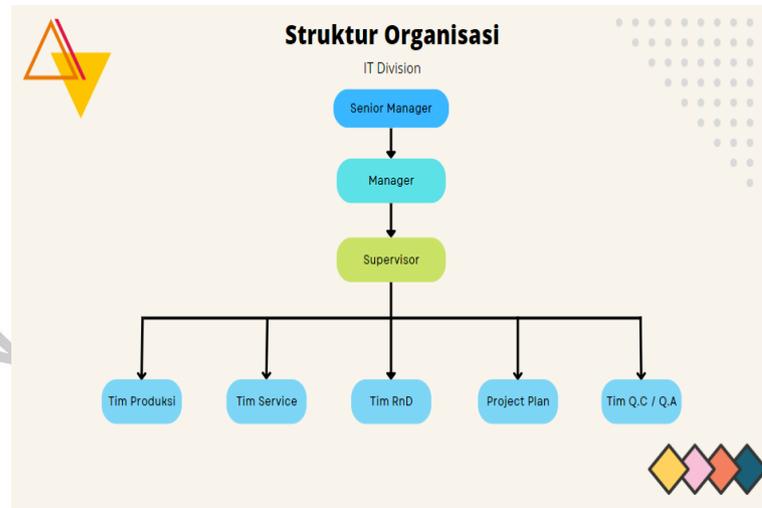
Kini, Toko retail telah menjadi salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia yang terus mengembangkan jaringannya di seluruh penjuru negeri. Menjadi pionir di bidang waralaba minimarket, Toko retail telah berhasil menciptakan sebuah sistem yang terbukti sukses dan terpercaya oleh para franchisee-nya. Bersama-sama, Toko retail dan para franchisee-nya terus bekerja sama untuk memberikan yang terbaik bagi pelanggan.

Selain menyediakan berbagai merek terkenal di setiap gerainya, Toko retail juga memiliki beberapa produk private label yang dijual di gerai-gerainya. Produk private label adalah produk yang dibuat oleh perusahaan atau vendor tertentu untuk dijual di gerai-gerai Toko retail dengan merk atau label Toko retail sendiri. Produk private label Toko retail terdiri dari berbagai macam kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman, kebutuhan rumah tangga, dan produk kecantikan. Produk private label Toko retail dibuat dengan kualitas yang sama dengan produk merek terkenal lainnya, namun dengan harga yang lebih terjangkau.

Dengan menyediakan produk private label, Toko retail bisa memberikan pilihan yang lebih luas bagi pelanggannya serta memberikan keuntungan lebih bagi para franchisee yang menjual produk tersebut. Produk private label Toko retail juga merupakan inovasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk terus meningkatkan keuntungan dan memberikan yang terbaik bagi pelanggan. Produk private label Toko retail juga mendapat sambutan yang baik dari pelanggan, terbukti dengan peningkatan penjualan produk tersebut dari waktu ke waktu. Selain itu, produk private label Toko retail juga terus dikembangkan dan diperbaharui sesuai dengan kebutuhan dan tren pasar yang berubah.

Dengan menyediakan produk private label berkualitas, Toko retail terus mempertahankan posisinya sebagai perusahaan waralaba mini market terbaik di Indonesia. Selain itu, produk private label Toko retail juga merupakan inovasi yang dilakukan perusahaan untuk terus meningkatkan keuntungan dan memberikan yang terbaik bagi pelanggan.

## 2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi divisi IT PT XYZ

### 2.2.1 Divisi IT

Penelitian terbaru yang dilakukan oleh Smith et al. (2020) menunjukkan bahwa penggunaan sistem Pick to Light dapat meningkatkan efisiensi dalam proses pengiriman hingga 30%. Selain itu, penggunaan sistem ini juga dapat memberikan manfaat tambahan seperti peningkatan keamanan dalam proses pengiriman karena tidak adanya kemungkinan terjadinya kesalahan dalam pengiriman barang.

Divisi IT di PT XYZ adalah divisi yang menangani perangkat keras dan mikrokontroler yang diperlukan perusahaan. Salah satu teknologi yang digunakan di divisi ini adalah Pick to Light System, yang merupakan sistem teknologi yang memungkinkan pemenuhan suplai barang dari gudang ke toko-toko milik PT XYZ dengan sangat cepat dan efisien. Struktur organisasi di divisi ini terdiri dari Senior Manager, Manager, Supervisor Produksi, Supervisor Perbaikan/Pemeliharaan, Supervisor Administrasi Dokumen Kantor, dan Staff.

Mahasiswa yang melakukan Kerja Profesi di divisi IT diharapkan dapat memiliki kemampuan dalam memahami dunia kerja serta dapat

mencari solusi dari masalah-masalah yang muncul dalam pekerjaan di bidang informatika. Selain itu, mahasiswa juga harus dapat mengidentifikasi permasalahan dan data yang dapat dijadikan topik dalam penulisan laporan. Dengan demikian, diharapkan mahasiswa dapat memberikan masukan dalam upaya penyempurnaan kurikulum yang sesuai dengan tuntutan dunia industri dan masyarakat.

Dalam melakukan pekerjaan harian, praktikan di divisi IT diharapkan mampu mengerjakan pekerjaan sesuai dengan kebutuhan divisi, terutama sebagai tim QC dan QA serta melakukan pengembangan prototipe. Praktikan juga harus mampu membantu tim lain dalam hal pekerjaan hariannya. Meskipun posisi praktikan sebagai staff senior, tidak menutup kemungkinan praktikan membantu tim produksi, tim perbaikan/pemeliharaan, dan tim QC dan QA. Divisi ini bertanggung jawab dalam menyuplai alat-alat checker dan picking barang yang dibutuhkan oleh seluruh cabang.

### **2.3 Kegiatan Umum Instansi / Perusahaan**

Toko retail merupakan perusahaan ritel terbesar di Indonesia yang bergerak di bidang minimarket. Selain menyediakan produk-produk kebutuhan sehari-hari, Toko retail juga menyelenggarakan berbagai kegiatan umum yang bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan serta memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia. Beberapa contohnya adalah menyelenggarakan promosi-promosi menarik, menambah jumlah produk yang tersedia di setiap gerainya, dan menyediakan fasilitas-fasilitas yang nyaman bagi pelanggan.

Selain itu, Toko retail juga sering menyelenggarakan kegiatan sosial yang bertujuan untuk memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar. Contohnya, Toko retail sering mengadakan program-program kemanusiaan seperti penyaluran bantuan bencana alam, pemberian makanan kepada anak-anak yatim piatu, dan lain-lain. Dengan demikian, kegiatan-kegiatan tersebut merupakan bagian dari komitmen Toko retail dalam memberikan yang terbaik bagi masyarakat Indonesia.

Tidak hanya itu, Toko retail juga terus memberikan kontribusi terhadap pembangunan sosial dan ekonomi di berbagai daerah di Indonesia. Salah satu contohnya adalah dengan memberikan kesempatan bagi para pedagang kecil di daerah terpencil untuk memasarkan produk-produk mereka di gerai Toko retail. Dengan demikian, Toko retail tidak hanya membantu para pedagang kecil tersebut untuk meningkatkan pendapatannya, tetapi juga membantu meningkatkan ekonomi di daerah tersebut.

Selain itu, Toko retail juga mengadakan berbagai kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat. Misalnya, Toko retail sering mengadakan talkshow dan workshop yang membahas tentang manfaat makanan sehat dan olahraga bagi kesehatan. Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan salah satu cara Toko retail untuk memperkuat posisinya sebagai perusahaan yang peduli terhadap kebutuhan masyarakat Indonesia. Toko retail juga terus berupaya meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses bisnisnya. Hal ini dilakukan dengan mengadopsi teknologi terbaru yang membantu dalam mengelola gerai-gerai, mengatur stok produk, dan memberikan pelayanan yang cepat dan efisien kepada pelanggan.

Perusahaan tersebut menjalankan program-program penjagaan lingkungan, seperti pengurangan penggunaan plastik, pengurangan sampah, dan penggunaan sumber daya secara bijaksana. Dengan demikian, Toko retail tidak hanya memperhatikan kebutuhan pelanggan dan keuntungan bisnis, tetapi juga memperhatikan dampaknya terhadap lingkungan hidup. Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan bagian dari komitmen Toko retail dalam memberikan yang terbaik bagi masyarakat Indonesia. Dengan terus berinovasi dan berkomitmen untuk memberikan yang terbaik, Toko retail yakin akan terus menjadi perusahaan waralaba mini market terbaik di Indonesia.