

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

Pada awalnya Sozaemon Okada membuka toko pertama di Kyuroku-machi, Daerah Yokkaichi pada tahun 1758, lalu pada tahun 1887 Soemon V Okada memindahkan toko ke Tsuji, Yokkaichi. Lalu JUSCO *established (Japan United Store Company) Group* pada tahun 1969 dan pada akhirnya pada tahun 1989 JUSCO Group mengubah nama menjadi AEON Group dengan motto “Give Wheels to the Central Pillar”.



Gambar 2.1 Mall AEON MALL BSD

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Aeon Co. Ltd. Berada di *Japan Head Quarter Aeon Tower, chiba*. Lalu *China Head Quarter di AEON Beijing*. Lalu *ASEAN Head Quarter di AEON Mall Taman Maluri, Kuala Lumpur Malaysia*.

Pada Merchant AEON Group menjelaskan bahwa orang yang merasakan kegembiraan dan arti dari semua yang dikerjakan dengan “menyediakan produk dan pelayanan dengan nilai tambah kepada pelanggan yang dapat membuat pelanggan merasa senang. Mengutamakan keuntungan pelanggan, tidak memikirkan keuntungan pribadi. “setiap orang harus berusaha menjadi Merchant/Shonin” (*Customer First*).

AEON menjadi group retail terbesar di Asia dengan 583 GMS(*General Merchandise Store*) lebih dari 2000 toko dengan lebih dari 580.000 karyawan yang beroperasi di 13 negara yang meliputi financial service, , services, pusat perbelanjaan, dan bisnis lainnya. AEON Group memiliki prinsip bahwa mereka melakukan untuk kepuasan para pelanggan, prinsip tersebut menjadi landasan bagi mereka. Visi AEON Group yaitu menciptakan kedamaian, menghormati nilai-nilai kemanusiaan dan memberikan kontribusi yang signifikan kepada masyarakat. Misi AEON Group yaitu menjadi perusahaan yang selalu memberikan manfaat dan keuntungan bagi para konsumen.

Tujuan perluasan AEON Group di ASEAN adalah untuk menjalin hubungan di luar sektor ritel, pengembangan properti, layanan keuangan, dan berbagai bidang bisnis lainnya, dengan pusat operasi AEON Group ASEAN, serta untuk mendukung upaya perluasan operasional mereka di kawasan ASEAN. AEON Group ASEAN melibatkan negara-negara seperti Malaysia, Thailand, Kamboja, Filipina, Vietnam, dan Indonesia.

PT. AEON Mall Indonesia, yang dibangun tahun 2012 dan mulai beroperasi tahun 2015, adalah bagian dari AEON Group Jepang dan berfungsi sebagai pusat perbelanjaan ritel. Sama seperti AEON Co. Ltd. asalnya, PT. AEON Mall Indonesia juga berfokus pada penjualan produk kebutuhan sehari-hari seperti bisnis ritel lainnya. Selama beberapa tahun terakhir, PT. AEON Mall Indonesia telah mengalami pertumbuhan dengan membuka empat cabang tambahan, selain yang berlokasi di BSD City, yaitu di Jakarta Garden City, Tanjung Barat, dan Sentul City.

2.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 2.2 Logo AEON

Sumber: Google Wikipedia

Kata Aeon sendiri jika diartikan dalam Bahasa Indonesia yang berarti suatu masa yang berlangsung berabad-abad lamanya atau bisa disebut berlangsung beribu-ribu tahun lamanya. Dalam Bahasa Yunani diartikan dalam Bahasa Indonesia yang berarti memiliki arti hidup atau keabadian. Dari latar belakang arti Aeon sendiri dipilih karena memiliki arti yang sangat penting dan mencerminkan tujuan dari PT Aeon Indonesia sendiri. *Becoming Asia's No. 1 upper Regional Retailer with Foremost Commitment to a "customer-First" philosophy.* AEON dari Bahasa Latin maupun Yunani yang jika diartikan sebagai "keabadian" itulah arti sebenarnya yang diambil oleh Aeon. Logo Aeon sendiri juga memaknai "*Unstoppable Innovation*" yang tergambar lingkaran dalam kata Aeon tersebut.



Gambar 2.3 Warna AEON

Sumber: Data perusahaan

AEON mengambil warna “magenta”, magenta sendiri dari hasil warna pencampuran merah dan biru atau merah dengan ungu. Warna magenta dulu disebut warna *fuchsine* lalu berganti menjadi magenta karena lokasi keberhasilan perang italia – prancis di kota kecil bernama magenta italia. Menurut makna dari warna magenta adalah kehangatan dan semarak karena warnanya yang mirip dengan warna merah. Warna magenta sendiri memiliki pelambangan yaitu kebaikan, cinta, pengertian dan kemurahan hati. Warna magenta juga biasa dipakai pada perusahaan untuk menginspirasi dan mencerminkan sikap giat, oleh karena itu AEON memilih warna magenta agar selaras dengan tujuan, visi dan misi AEON.

Merchant atau Shonin dari AEON sendiri adalah orang yang merasakan kegembiraan dan arti dari semua yang dikerjakan dengan “menyediakan produk dan pelayanan dengan nilai tambah kepada pelanggan, yang dapat membuat pelanggan merasa senang. Mengutamakan keuntungan pelanggan, Tidak memikirkan keuntungan pribadi. Setiap Orang Harus Berusaha Menjadi Merchant/Shonin. Dengan slogan AEON adalah “*Customer First*”, menjadikan focus utama pelayanan AEON adalah memementingkan pelanggan..



Gambar 2.4 Deklarasi AEON

Sumber : Data perusahaan

Deklarasi merupakan sebuah pernyataan kebersamaan diikuti oleh berbagai komponen-komponen yang saling menguatkan, dalam deklarasi terdapat komitmen bersama yang harus di implementasikan dalam kegiatan. Melakukan peristiwa deklarasi dari sebuah Lembaga untuk tetap berorientasi

pada kesuksesan pelaksanaannya (Triyanto, 2022). Sebuah pernyataan yang jelas dan dipegang teguh oleh AEON dari pertama berdiri hingga sekarang adalah sebuah deklarasi AEON yang berisikan “AEON mewujudkan masa depan yang tanpa batas untuk kehidupan sehari-hari yang terbuka hati dan pikiran, serta semangat hidup yang kuat”. Dengan adanya Deklarasi AEON tersebut membuat AEON Store menjadikan salah satu Retail terbesar di ASIA..

2.1.2 Prinsip dasar AEON

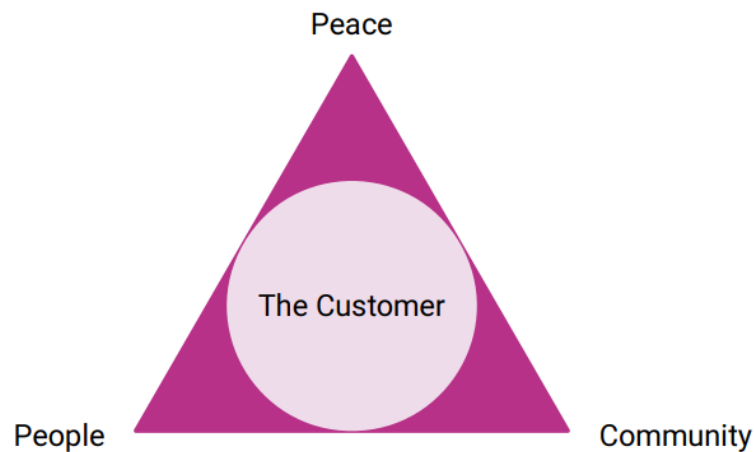
Prinsip banyak diartikan seperti sebuah asas, kebenaran yang di anut, menjadi pokok dasar berfikir, penentu untuk bertindak dan lain sebagainya. Pada umumnya prinsip merupakan sebuah aturan, penentu hukum, sebuah ketentuan keputusan, dan sebagai standar hidup. Sebuah prinsip menjadi inti dari pertumbuhan atau transformasi, mencerminkan akumulasi pengalaman atau interpretasi oleh suatu objek atau subjek tertentu. Prinsip ini bukan hanya sekedar landasan, tetapi juga panduan yang berharga dalam berbagai aspek, termasuk kehidupan sehari-hari (rifka, 2023). Adopsi prinsip dalam kehidupan membantu individu membuat keputusan yang bijak, menangani tantangan, dan mencapai tujuan hidup dengan sukses. AEON sendiri memiliki prinsip-prinsip dasar yang membuat AEON dapat terus berkembang dan bertahan hingga saat ini karena memegang teguh prinsip dasar perusahaan tersebut selalu berusaha mengutamakan kepentingan pelanggan, dengan menjunjung tinggi nilai-nilai perdamaian, kemanusiaan dan kepedulian terhadap komunitas lokal.

Prinsip-prinsip dasar tersebut sebagai berikut:

1. *Peace* : Aeon merupakan grup perusahaan yang operasinya didedikasikan untuk mencapai perdamaian melalui kemakmuran.
2. *People* : grup perusahaan yang menjunjung martabat manusia dan menghargai hubungan pribadi antar manusia.
3. *Comunnity* : grup perusahaan yang berakar dari kehidupan komunitas local dan berdedikasi untuk terus memberikan kontribusi kepada komunitas.

Harapan perusahaan jika ada prinsip adalah agar perusahaan bisa berjalan secara efisien dan efektif, serta dapat mencapai tujuannya. Prinsip-prinsip

perusahaan dapat menjadi pedoman bagi karyawan dalam menjalankan pekerjaan mereka. Prinsip-prinsip ini juga dapat membantu perusahaan untuk membangun budaya kerja yang positif dan produktif.



Gambar 2.5 AEON Basic Principle

Sumber : Data perusahaan

Bentuk yang diambil berbentuk segitiga yang mewakili arti dinamis, kekuatan, aksi, agresi dan kreatifitas. Segitiga yang diambil dapat berupa satu kesatuan yang saling terhubung yaitu antara kelompok, masyarakat dan kedamaian dengan sentral berpusat pada *customer*. Berdasarkan prinsip dasar Aeon, mempratikkan filosofi “utamakan pelanggan dengan semangat inovatif yang abadi”.

Dari kata acon (AEON) berasal dari sebuah filosofi yang berasal dari Bahasa latin yang memiliki arti “keabadian” keyakinan dan keinginan pelanggan menjadi dasar utama dari filosofi tersebut. Di Aeon, misi abadi sebagai grup korporat adalah memberi manfaat bagi pelanggan dan dengan demikian operasi berfokus kepada pelanggan hingga tingkat tertinggi.

2.1.3 Tujuan AEON

AEON memiliki tujuan utama yaitu terkait dengan filosofinya yang berhubungan dengan pelanggan yaitu "*customer First*". AEON berpandangan bahwa jika pelanggan semakin senang Aeon pun juga semakin senang untuk melayani dan bahkan mencari jalan agar pelanggan tetap senang belanja di Aeon. Memberikan pelayanan terbaik sangat di perlukan bagi Aeon karena *customer* semakin cerdas dan selektif, harapan pada *customer* tinggi, bersaing dengan kompetitor juga semakin banyak, kualitas *service* membentuk image perusahaan serta *service* adalah iklan gratis dari perusahaan.

Aeon people selalu mempersiapkan diri mereka untuk menyambut pelanggan dengan senang hati, setiap orang yang bekerja di aeon adalah perwakilan perusahaan, Kerjasama antar pegawai sangat penting, mematuhi aturan dan tata krama, bertindak disiplin dan akurat, perlunya pengembangan diri dan inisiatif yang tinggi. Dengan begitu Aeon people mampu memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan serta seragam dalam melayani pelanggan.

2.1.4 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi merupakan hal penting bagi banyak organisasi, termasuk perusahaan – perusahaan. Sebagai bagian dari perencanaan yang strategis, jadi visi dan misi harus dibuat dengan sungguh-sungguh karena memuat gambaran dan tujuan masa depan yang ingin diraih. Visi dan misi yang baik merupakan tertulis dan disosialisasikan kepada seluruh pemangku kepentingan organisasi, yakni kesadaran akan masa depan yang diaharapkan tidak hanya menjadi pedoman bagi para pemimpin organisasi, tetapi juga menjadi arahan bagi seluruh yang ada di organisasi (Hamdan, 2001).

Visi PT. AEON Indonesia

1. PT. AEON Indonesia ingin menjadi perusahaan retail yang terdepan di Indonesia dengan mengutamakan kepuasan pelanggan.
2. PT. AEON Indonesia ingin menjadi perusahaan retail yang selalu mengusahakan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Misi PT. AEON Indonesia

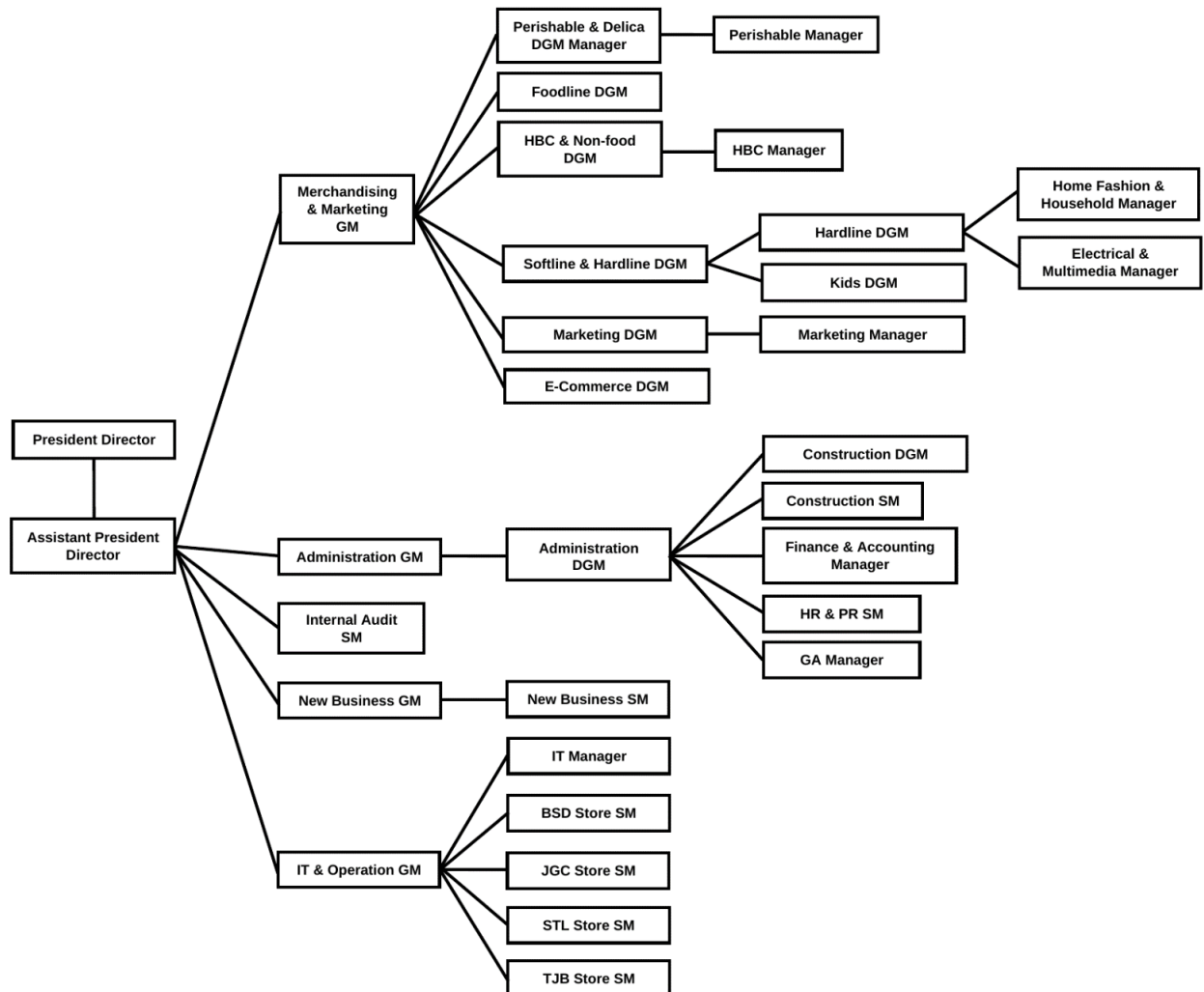
1. PT. AEON Indonesia bertujuan menjadi perusahaan retail yang paling diutamakan oleh pelanggan.

2. PT. AEON Indonesia ingin menjadi perusahaan retail yang menjadi pilihan pertama bagi pelanggan.

2.2 Struktur Organisasi

Sumber daya manusia adalah asset penting bagi organisasi yang terdiri dari individu-individu dan kelompok yang bekerja sama untuk mencapai tujuan. Struktur organisasi adalah rancangan dari pemimpin organisasi yang menentukan peran dan tanggung jawab individu-individu dan kelompok-kelompok dalam tujuan organisasi (Gammahendra et al., 2014). Struktur organisasi adalah cara bagaimana tugas dan pekerjaan dikelompokkan dan diatur secara formal, dengan mengacu kepada enam unsur kunci, yaitu spesialis pekerjaan, departementalisasi, rantai komando, rentang kendali, desentralisasi, sentralisasi, dan formalisasi. Struktur organisasi dapat didefinisikan sebagai jaringan kerja yang menghubungkan berbagai tugas, komunikasi antar individu dan kelompok serta system pelaporan kerja (Bagenda & MH, 2022).

Struktur organisasi dapat digambarkan berupa bagan yang menunjukkan hubungan antara berbagai posisi dan fungsi dalam organisasi. Struktur sebuah organisasi digambarkan susunan teratas hingga paling bawah adalah struktur organisasi yang umum di gunakan. Karena struktur tersebut memiliki hierarki yang jelas dengan posisi tertinggi berada di puncak dan posisi terendah berada dibawah. Ada pun variasi gambaran struktur organisasi, struktur organisasi Aeon digambarkan dari kiri ke kanan sebagai berikut yang akan digambarkan melalui bagan berikut :



Gambar 2.6 Struktur Organisasi PT. AEON Indonesia

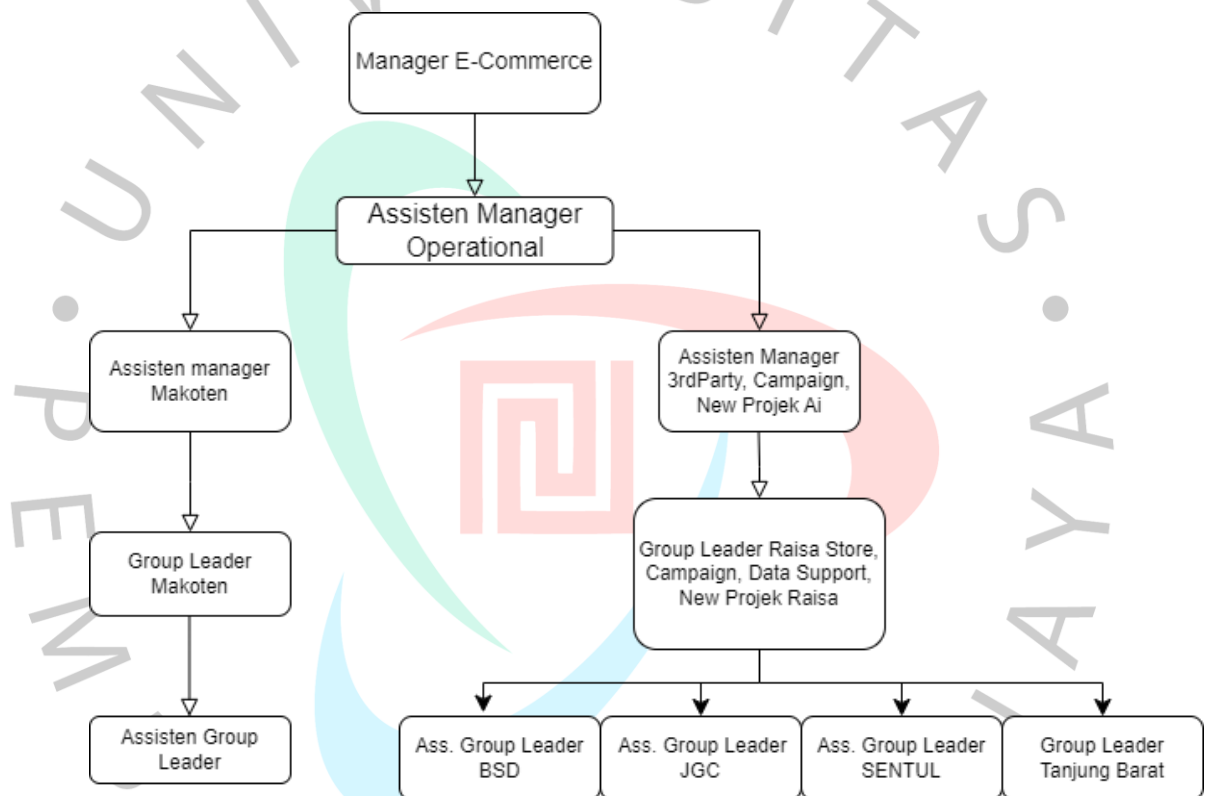
Sumber : Manager E-commerce

PT. AEON Mall Indonesia, memiliki struktur organisasi yang mengatur dalam pembagian tanggung jawab karyawannya. Struktur organisasi ini terdiri dari tingkatan-tingkatan jabatan, mulai dari Direktur hingga *Intern*. Dari tingkatan pemangku jabatan tertinggi di PT. AEON Mall Indonesia yaitu direktur yang bertanggung jawab atas keseluruhan operasional perusahaan. Di bawah Direktur terdapat *General Manager* yang bertanggung jawab atas beberapa departemen.

2.2.1 Struktur Organisasi IT and E-commerce

AEON Store sendiri memiliki divisi *E-commerce* yang terkait dengan transaksi belanja online. *Website* Raisa yang dimiliki oleh AEON Store dikelola oleh divisi *E-commerce* ini. *E-commerce* membuka peluang bagi siapa saja untuk dapat berbisnis atau melakukan belanjaan secara online. Dengan koneksi internet dan media pencarian, *e-commerce* dapat diakses dari mana saja serta kapan saja.

Berikut adalah struktur dari organisasi E-commerce:



Gambar 2.7 Struktur Organisasi Divisi E-commerce

Sumber : Manager E-commerce

Divisi E-commerce memiliki tanggung jawab yang luas karena harus memantau dan memperbaiki semua Aeon Store yang ada, serta Aeon BSD menjadi pusat kontrol kegiatan Aeon Store di berbagai tempat. E-commerce sendiri juga tidak hanya membuat website store tetapi memiliki tanggung jawab lainnya yang membuat divisi E-commerce banyak bagan yang diisi posisi yang berbeda-beda. Setiap Divisi memiliki bagannya sendiri dengan berisikan tugasnya masing-masing. Setiap orang yang terlibat didalam divisi tersebut

memiliki tanggung jawabnya masing-masing dengan hierarki yang sesuai dengan jabatannya. Berikut tugas yang dimiliki divisi *E-commerce*:

1. *Manager*

Seorang yang bertanggung jawab untuk mengarahkan dengan tujuan untuk mencapai sasaran organisasi. Manager berfungsi sebagai mengorganisasikan, memimpin tim, merencanakan dan mengendalikan.

2. *Assisten Manager*

Tugasnya yaitu Menyusun serta merancang rencana dan strategi Bersama manajer. Assisten bekerja untuk membantu mengerjakan dan menyampaikan strategi yang disusun dari manajer kepada anggota divisi.

3. *Assisten Manager Makoten*

Assisten manager makoten sama halnya seperti asisten manager seperti biasa, tetapi bagian makoten yaitu market place. Lingkup kerjanya seperti membantu Menyusun market place, Menyusun strategi Bersama manager di market place, menata dan mengerjakan bagian market place.

4. *Group Leader Makoten*

Tim leader yaitu seseorang yang memiliki peran penting dalam memimpin suatu proyek, memberikan arahan serta instruksi, hingga memantau kinerja kelompok. Leader makoten bertugas untuk mengarahkan dan bertanggung jawab kepada tim market place untuk bekerja sesuai tujuan dalam market place tersebut.

5. *Assisten Leader Makoten*

Tujuannya membantu leader makoten dalam memberikan arahan proyek market place, membantu tim dalam menjalankan tanggung jawabnya.

6. *Assisten Manager 3rdParty, Campaign, New Projek Ai.*

Membantu manajer menjalankan proyek pemasaran untuk produk dan layanan kepada konsumen, melalui platform digital yang dapat memberdayakan perusahaan dapat memanfaatkan data yang ada. Berkolaborasi dengan pemangku kepentingan internal serta eksternal beserta pihak ketiga.

7. *Group leader Raisa Store, Campaign, Data Support, New Projek Raisa.*

Memimpin dan mengarahkan dalam mengelola website Raisa Store, analisis data, proyek baru dalam website raisa, dan berkolaborasi dengan market place yang lain.

8. *Ass. Group Leader BSD, Acting ass. G. Leader JGC, Ass. G. Leader SENTUL, Group Leader Tanjung barat.*

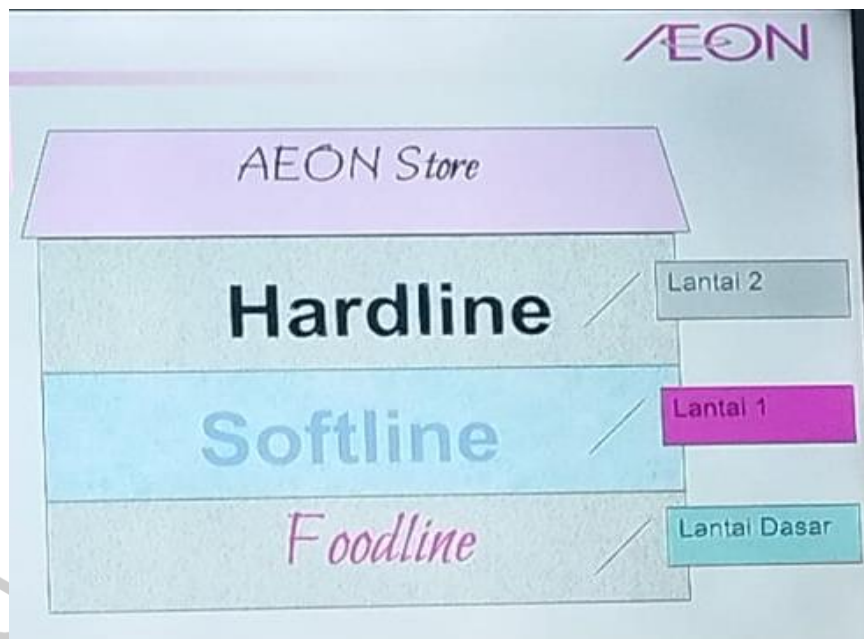
Tujuan utamanya membantu manager dan mengarahkan tim dalam mengelola *market place* dan *website* raisa di masing masing tempat AEON Store.

Tujuan dibuatnya divisi e-commerce merupakan mengelola dan mengembangkan bisnis e-commerce. Dengan bertanggung jawab untuk berbagai aspek bisnis dari pengembangan produk sampai pelayanan pelanggan. Dengan mengelola divisi E-commerce yang baik, tentunya akan meningkatkan pencapaian tujuan perusahaan. Secara spesifik, pada umumnya tujuan divisi e-commerce untuk:

1. Meningkatkan penjualan perusahaan secara digital
2. Memperluas jangkauan pangsa pasar perusahaan
3. Meningkatkan kepuasan pelanggan
4. Meningkatkan efisiensi operasional perusahaan

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

AEON MALL adalah pengembang pusat perbelanjaan spesialis. Filosofi yang digunakan dalam memfokuskan pada pelanggan telah mengarahkan upaya berkelanjutan untuk menciptakan mall yang meningkatkan kualitas hidup, dengan toko utamanya yaitu AEON BSD *City Store*.

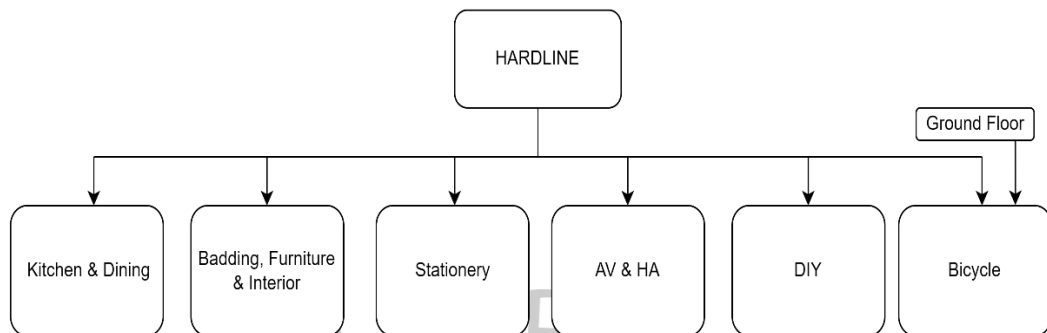


Gambar 2.8 Area Perbelanjaan

Sumber : Data perusahaan

Dalam mall Aeon BSD, tentunya setiap lantainya memiliki kategori agar mudah di golongan sesuai dengan bentuk, ukuran, dan kegunaannya. Shop category seperti food, service, goods, fashion, entertainment. Aeon mall sendiri memiliki total keseluruhan lantai ada 5 yaitu GF, 3MF, 3F, 2F, dan 1F. lantai paling atas yaitu lantai aeon store dimana di lantai tersebut terdapat ruangan PT AEON Indonesia dimana praktikan menjalankan kerja profesi. Pada lantai yang sama juga terdapat tempat *spa and sauna* dan peralatan music.

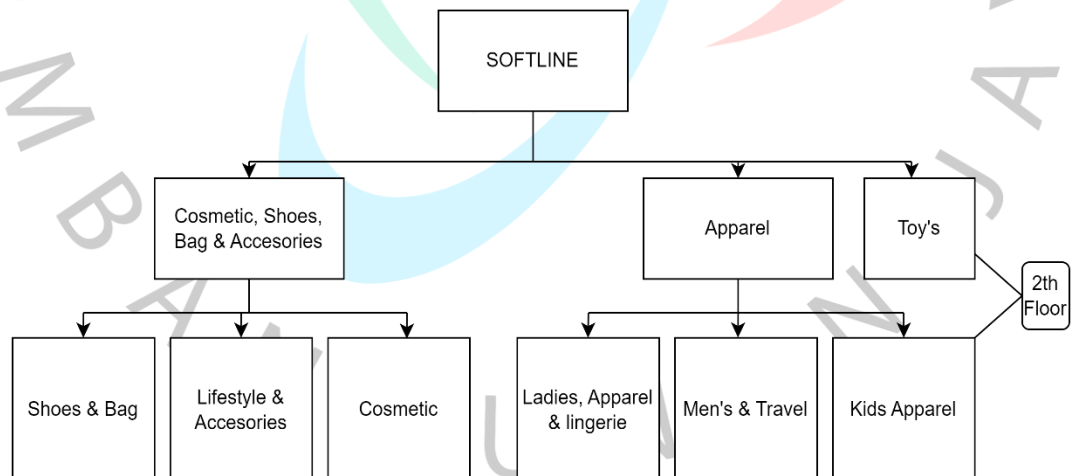
Gambar berikut ini dapat memberikan gambaran terdapat 3 area perbelanjaan yang disediakan oleh AEON ini sendiri yang disebut sebagai *General Merchandise Store (GMS)*, antara lain *Softline*, *Hardline*, dan *Foodline*. Khusus untuk lantai paling atas adalah lantai khusus untuk AEON Store yang mengelola store AEON.



Gambar 2.9 Struktur hardline

Sumber : Data perusahaan

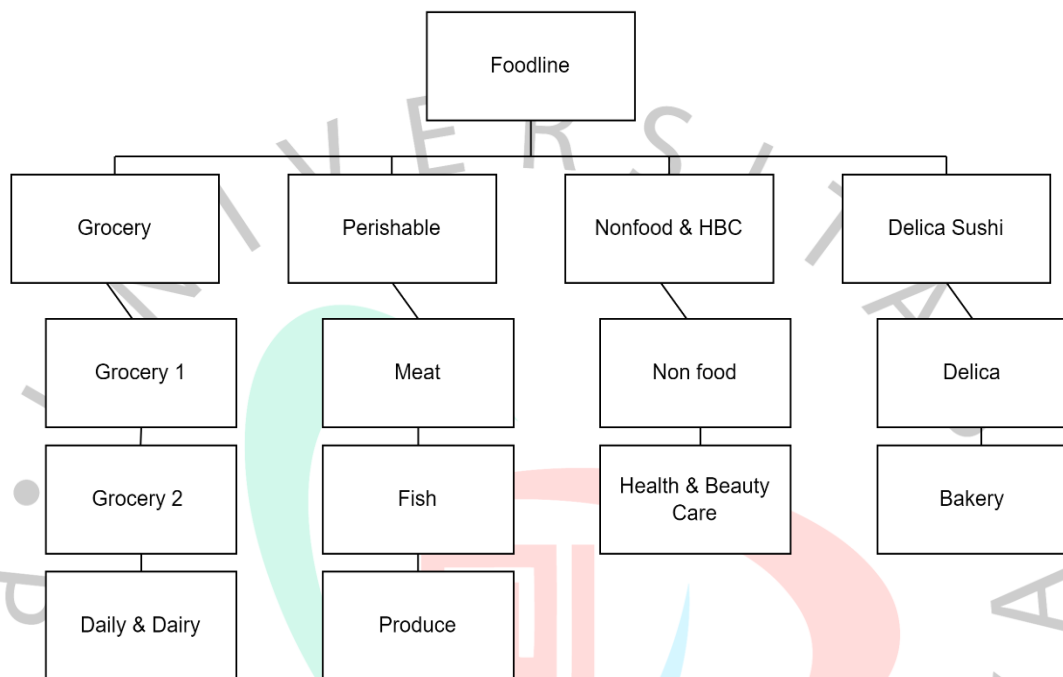
Hardline : Menjual barang-barang secara fisik “*hard*” yaitu kebutuhan rumah tangga seperti perabotan rumah, barang elektronik, alat tulis, tempat tidur, alat olah raga, perkakas, peralatan, dan lain sebagainya. Biasanya barang-barang ini tergolong besar dan berat yang membutuhkan mobil pengangkut. Pada layout lantai mall AEON BSD, terdapat *hardline* yang terpisah yaitu pada lantai paling atas dan lantai paling bawah. Lantai paling atas bukan hanya *hardline* saja tetapi ada juga *food court* yang terletak dekat lantai aeon store.



Gambar 2.10 Struktur Softline

Sumber : Data perusahaan

Softline : Menjual barang “soft” dengan kategori barang kecil yaitu barang-barang kebutuhan harian yang terdiri dari aksesoris, kebutuhan anak-anak, pakaian, sepatu, perhiasan dan lain sebagainya.



Gambar 2.11 Struktur Foodline

Sumber : Data perusahaan

Foodline : *Foodline* Delica yang menawarkan berbagai pilihan makanan olahan segar, mulai dari makanan mentah hingga siap saji, termasuk sushi, ramen dan berbagai makanan khas jepang lainnya.

Selain *General Merchandise Store* (GMS) AEON juga memiliki beberapa unit bisnis. Unit bisnis digambarkan sebagai divisi yang semi-otonomi dalam perusahaan yang lebih besar. Unit bisnis berjalan secara independent, memiliki sumber daya, memiliki strategi sendiri dan tujuan bisnis sendiri, namun semua itu masih sejalan dengan visi dan misi perusahaan utama secara menyeluruh. Unit bisnis memberikan hasil yang spesifik seperti meningkatkan pangsa pasar atau kualitas produk. Memiliki strategi yaitu memecah perusahaan menjadi bagian yang lebih kecil, unit bisnis tersebut memiliki entitas bisnis yang terpisah-pisah

serta mengambil keputusan untuk menganalisa kinerja setiap unit bisnis dengan baik dan dapat mengambil tindakan cepat jika harus dibutuhkan.

Unit bisnis ini biasanya diciptakan berdasarkan segmen industry, produk, layanan, wilayah, dan segmen pelanggan (Hitesh Bhasin, 2023). Aeon tentunya memiliki beberapa unit bisnis, tidak sedikit unit bisnis yang di Kelola oleh Aeon mulai dari *store* yang menjual berbagai kebutuhan belanja bulanan, ada minitop seperti indomaret atau alfamart, ada juga Aeon mengelola keuangan seperti kartu kredit, mall Aeon, Aeon property dan lain sebagainya. Aeon memiliki beberapa unit bisnis diantara lain:



Gambar 2.12 AEON Style

Sumber : aeonstores.com

1. *General Merchandise Store*

Dapat disebut AEON Store adalah salah satu unit bisnis yang berada dalam tanggung jawab PT AEON Indonesia, unit bisnis tersebut bergerak dalam bidang ritel yang menjual berbagai jenis perabotan rumah tangga, makanan, dan keperluan lainnya yang berisikan *supermarket* pada umumnya. AEON Store terdapat pada AEON mall BSD, Jakarta garden City, Tanjung Barat, AEON Store Alam Sutra, Sentul City, AEON Store JGC Cakung, AEON Mall Southgate.



Gambar 2.13 Supermarket AEON

Sumber : directory.loveindonesia.com

2. *Supermarket and Discount Store*

Merupakan supermarket yang dikelola oleh AEON Bernama MaxValu yaitu mengembangkan dan mengoprasikan pusat pembelajaran ramah masyarakat di Jepang, negara Asia dan Kawasan lainnya. Bekerja sama dengan Grup lainnya untuk memberikan layanan dan meningkatkan fasilitas sesuai dengan perkembangan kebutuhan masyarakat.



Gambar 2.14 Team Strategic AEON

Sumber : tribunnews.com

3. *Strategic Store Business*

Komite Manajemen AEON yang di ketuai oleh CEO dan Presiden untuk mempertimbangkan dan memutuskan hal-hal yang penting berkaitan dengan pengelolaan grup Aeon termasuk strategi bisnis dan rencana investasi grup.



Gambar 2.15 Pharmacy AEON

Sumber: amazonaws.com

4. *Drugstore and Pharmacy Business*

Mengoprasikan toko obat dan apotik yang membantu dalam Kesehatan masyarakat. Mengupayakan untuk meningkatkan produknya yang mencakup obat-obatan, produk makanan Kesehatan, kebutuhan sehari-hari, dan memperluas layanan hingga mencakup pemberian obat-obatan untuk pasien yang di rawat di rumah.



Gambar 2.16 AEON Credit Service

Sumber : aeonmall-jgc.com

5. *Financial Service Business*

Dapat disebut juga *Credit Service* menawarkan layanan keuangan terintegrasi dengan menggabungkan kartu kredit, perbankan, asuransi, dan *e-money*. salah satu unit bisnis yang memfokuskan unit dalam menjalankan jasa perkreditan dan *membership* pada PT AEON Indonesia.



Gambar 2.17 MaxValu

Sumber : amazonaws.com

6. *Shopping Center Business*

Dapat disebut juga AEON Mall yaitu salah satu unit bisnis yang memfokuskan pada bidang mall dari AEON Co.LTD. mall AEON telah membuka cabang di beberapa titik di Indonesia terutama daerah Jakarta yaitu Jakarta Garden City, Tanjung Barat, Southgate. Daerah Bogor yaitu Sentul City dan Daerah Tangerang yaitu BSD.



Gambar 2.18 Asbee AEON

Sumber : amazonaws.com

7. Service and Speciality Store Business

Menyediakan layanan yang membuat kehidupan biasanya jauh lebih mudah dan menyenangkan dan mengoperasikan beragam toko khusus yang disesuaikan dengan berbagai kebutuhan. Toko khusus antara lain juga AEON *Fantasy* yaitu unit untuk area bermain anak-anak, unit bisnis ini berfokus pada bidang rekreasi dan hiburan, AEON *fantasy* tersebut termasuk *Kidzoona*.



Gambar 2.19 Website AEON Digital

Sumber : aeondigital.in

8. *Digital business*

Teknologi informasi telah berkembang, AEON mendirikan perusahaan yang berfungsi sebagai basis peralihan Grup ke pasar digital. AEON mendorong peralihan ke pasar digital dengan tujuan memperkenalkan *system digital* yang dikembangkan di Tiongkok ke ASEAN dan Jepang. Pada 2017, AEON mengumumkan kebijakan manajemen jangka menengah grup Aeon yang menetapkan empat transformasi yang menyerukan untuk beralih ke pasar digital, ke pasar regional, dan ke pasar Asia serta peralihan investasi untuk mendukung peralihan lainnya. AEON digital sendiri memiliki website sendiri yaitu <https://aeondigital.in/index.php>. Pelayanan yang di berikan pada AEON Digital antara lain yaitu design thinking yang berfokus pada membangun solusi yang benar terpusat pada manusia yang bekerja untuk orang-orang yang di randang dengan mengerti tantangan, kenyataan, Tindakan dan lingkungan mereka. Kecerdasan kontekstual untuk memainkan peran kunci dalam memahami tahapan apa yang mereka ambil untuk sebuah keputusan. Dari mendefinisikan persona berdasarkan peralanan pembelian hingga mengembangkan konten yang menarik sesuai dengan target di setiap tahap perjalanan pembelian pembeli, dasar tersebut menggunakan dasar dari Design Thinking.



Gambar 2.20 Logo AEON Internasional

Sumber : aeon-international

9. *International Business*

Unit ini mengoperasikan toko barang dagangan umum, supermarket, toko diskon dan lain sebagainya. Unit bisnis ini menawarkan produk dan layanan yang sesuai dengan beragam kebutuhan dan gaya hidup masing-masing wilayah negara yang ditempati. AEON memainkan peran strategi sebagai perantara, agen, dan perantara komoditas internasional dalam rantai nilai perdagangan komoditas pertanian mentah dan olahan termasuk pemrosesan, branding, merchandising dan distribusi, sehingga menghasilkan sinergi operasional dan efisiensi biaya yang mentransfer manfaat akhir kepada pengguna akhir. Memanfaatkan jaringan hubungan global dengan pembeli dan pemasok komoditas pertanian untuk melaksanakan semua perdagangan komoditas secara lancar dengan pemahaman menyeluruh tentang saling ketergantungan yang rumit di pasar global dan kesenjangan pasokan permintaan. Dengan hati-hati menilai paparan risiko yang ada di lapangan dan pasar lokal dengan tujuan dapat mengidentifikasi hubungan sebab akibatnya. Aeon International menjalankan bisnis Perdagangan Fisik Berbasis Aset Internasional dengan Rantai Pasokan Terintegrasi dan Mekanisme Manajemen Risiko menyeluruh yang diterapkan di semua tingkatan.