

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

Bermula dari ide untuk memudahkan memenuhi kebutuhan sehari-hari karyawan, pada tahun 1988 dibentuk gerai bernama PT XYZ. Seiring dengan pengembangan operasional, perusahaan tertarik untuk lebih memahami kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Untuk mencapai tujuan ini, beberapa karyawan ditugaskan untuk mengamati dan meneliti perilaku belanja masyarakat. Hasilnya menunjukkan bahwa masyarakat lebih memilih gerai modern karena kelengkapan produk berkualitas, harga bersaing, dan suasana yang nyaman.

Dengan pengetahuan tentang kebutuhan konsumen, keterampilan operasional toko, dan perubahan perilaku belanja masyarakat, muncul keinginan untuk berkontribusi lebih dalam pada pembangunan nusa dan bangsa. Inilah yang mendorong pendirian PT XYZ.

Pada awalnya, PT XYZ mengembangkan konsep gerai yang terletak dekat dengan hunian konsumen, menyediakan berbagai kebutuhan pokok, dan memiliki luas toko sekitar 200 m². Seiring waktu dan perubahan pasar, PT XYZ terus menambah gerai di berbagai lokasi seperti perumahan, perkantoran, niaga, wisata, dan apartemen, memperluas jaringan ritelnya.

Setelah menguasai pengetahuan dan keterampilan dalam mengoperasikan jaringan ritel besar, manajemen berkomitmen menjadikan PT XYZ sebagai aset nasional. Visi perusahaan berkembang menjadi "menjadi aset nasional melalui jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global". Konsep bisnis waralaba PT XYZ, yang pertama dan menjadi pelopor di bidang minimarket di Indonesia, mendapat sambutan positif dari masyarakat, terbukti dengan peningkatan jumlah Terwaralaba PT XYZ dari waktu ke waktu.

Sebagai salah satu jaringan minimarket terbesar di Indonesia, PT XYZ memiliki sejarah yang panjang dan mengalami perkembangan yang signifikan sejak berdiri pada tahun 1988. PT XYZ terus menjadi pemimpin di industri ritel Indonesia dengan strategi pemasaran yang efektif, fokus pada inovasi, dan adaptasi terhadap kebutuhan konsumen yang terus berkembang. Sejarahnya

mencerminkan perjalanan yang sukses dari warung kelontong ke jaringan minimarket terkemuka di Indonesia.

2.2 Struktur Organisasi

Dalam perkembangan suatu perusahaan yang semakin meluas dan kompleks, diperlukan koordinasi yang terpadu dan pengawasan yang terjamin untuk mengatasi masalah yang timbul. Untuk itu, organisasi perlu memiliki struktur yang terstruktur dengan tujuan yang telah ditetapkan. Langkah awal untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan perencanaan dan formulasi struktur organisasi yang sesuai dengan kebutuhan dan fleksibilitas organisasi.

Struktur organisasi merupakan susunan dan relasi antar bagian-bagian serta posisi dalam suatu organisasi. Setiap komponen dalam organisasi saling bergantung, sehingga kinerja satu komponen dapat memengaruhi yang lain, berdampak pada pertumbuhan dan perkembangan organisasi. Struktur organisasi PT XYZ adalah hubungan vertikal yang menetapkan wewenang dan tanggung jawab, terkait dengan jabatan dan tugas atasan. Organisasi ini memiliki karakteristik dengan pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang dilegalisasikan kepada anggota, serta mempersiapkan kegiatan untuk menjalankan rencana dan mencapai tujuan.

Struktur organisasi PT XYZ mencakup:

1. Branch manager
2. Deputy branch manager
3. Manager departemen di bawah pengawasannya
4. Supervisor
5. Officer
6. Clerk

Departemen dalam struktur organisasi PT XYZ melibatkan:

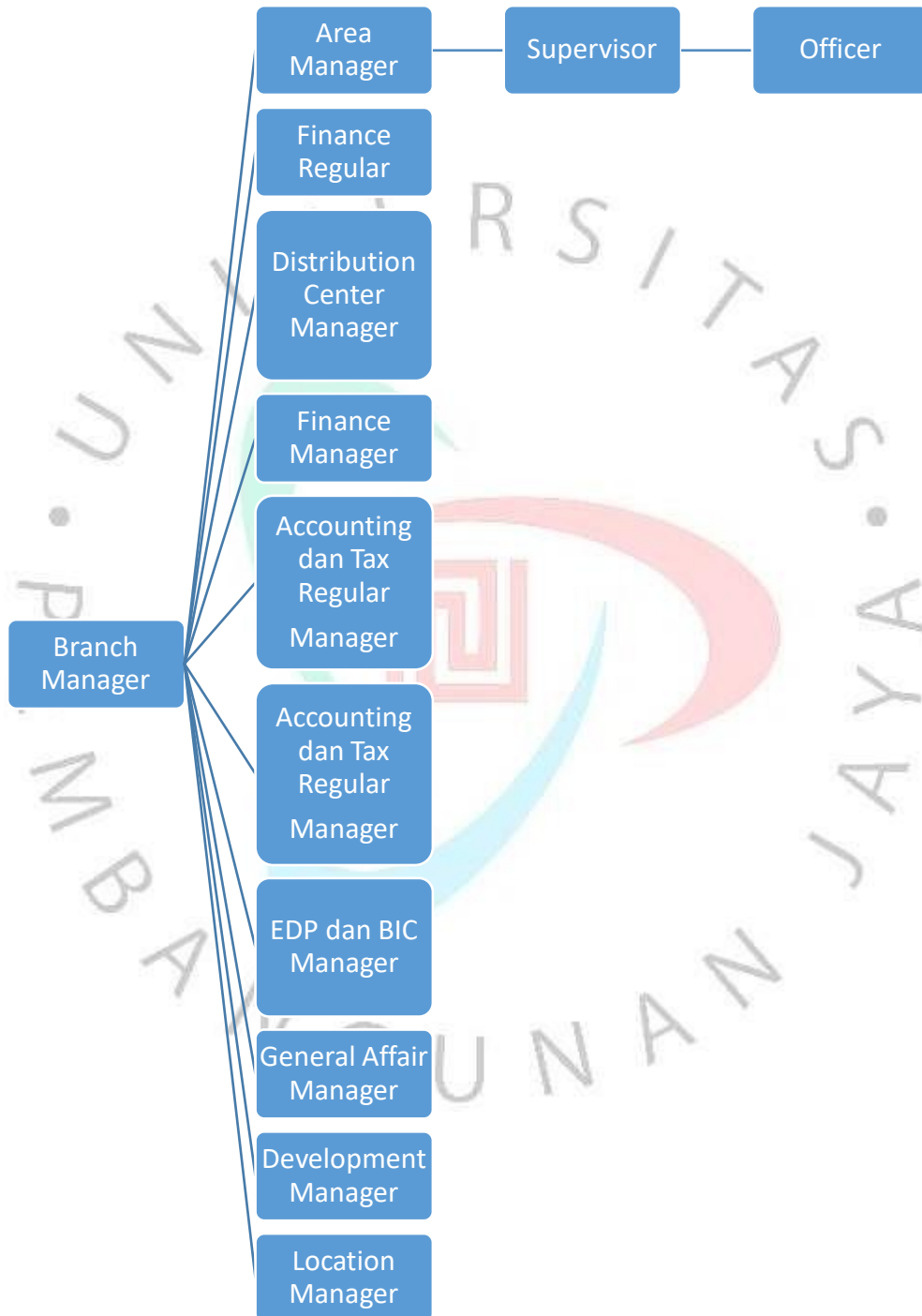
1. Distribution center
2. Area
3. Finance regular
4. Finance franchise
5. Accounting and tax franchise

6. EDP dan BIC
7. Personal dan general affair
8. Development
9. Location.



2.2.1 Bagan Struktur Organisasi

Struktur Organisasi Cabang PT XYZ



Bagan 2 1 - Struktur Organisasi Cabang PT XYZ

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Kegiatan umum perusahaan PT XYZ melibatkan sejumlah aktivitas yang mendukung operasional dan pertumbuhan bisnisnya. Beberapa kegiatan umum yang sering terkait dengan operasional PT XYZ meliputi:

1. **Pembukaan Gerai Baru:** PT XYZ terus melakukan ekspansi dengan membuka gerai-gerai baru di berbagai lokasi, termasuk perumahan, perkantoran, pusat perbelanjaan, dan wilayah-wilayah strategis lainnya. Proses ini melibatkan pemilihan lokasi yang tepat, desain gerai, dan persiapan infrastruktur untuk memastikan efisiensi operasional.
2. **Operasional Toko:** Kegiatan sehari-hari melibatkan operasional toko, termasuk pengelolaan stok barang, penataan produk, layanan pelanggan, dan pemeliharaan toko. Hal ini mencakup juga manajemen kebersihan, keamanan, dan ketersediaan produk yang diperlukan oleh pelanggan.
3. **Inovasi Produk dan Layanan:** PT XYZ terus mengembangkan dan memperbarui produk dan layanannya untuk tetap relevan dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Ini bisa termasuk penambahan produk baru, pengenalan promo khusus, serta peningkatan layanan seperti pembayaran tagihan dan isi ulang pulsa.
4. **Pemasaran dan Promosi:** Kegiatan pemasaran dan promosi dilakukan untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Ini melibatkan kampanye iklan, diskon, program loyalitas, dan aktivitas promosi lainnya.
5. **Manajemen Rantai Pasok:** PT XYZ memastikan pasokan barang yang memadai dengan melakukan manajemen rantai pasok yang efisien. Hal ini mencakup kerjasama dengan pemasok, manajemen persediaan, serta distribusi barang ke gerai-gerai di seluruh Indonesia.
6. **Pengelolaan Sumber Daya Manusia:** Manajemen SDM melibatkan perekrutan, pelatihan, dan pengembangan karyawan. PT XYZ berkomitmen untuk memberdayakan dan memotivasi karyawan untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas layanan.
7. **Kegiatan Corporate Social Responsibility (CSR):** PT XYZ melibatkan diri dalam kegiatan sosial sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat. Ini bisa mencakup program-program amal,

dukungan terhadap pendidikan atau kesehatan masyarakat, dan upaya lainnya untuk memberikan dampak positif.

8. Pengelolaan Teknologi Informasi: Teknologi informasi berperan penting dalam operasional PT XYZ. Hal ini mencakup sistem pembayaran, manajemen inventaris, dan pengelolaan data pelanggan untuk mendukung kegiatan analisis dan pengambilan keputusan.
9. Pengembangan Waralaba: PT XYZ terus mengembangkan bisnis waralabanya dengan membuka peluang bagi pihak yang tertarik untuk bergabung dalam jaringan bisnisnya.

Semua kegiatan tersebut diarahkan untuk mencapai visi dan misi perusahaan, yaitu menjadi jaringan ritel unggul yang memudahkan dan memberikan layanan hemat kepada pelanggan di Indonesia.

