

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo Indojoya
(Sumber : www.indojaya.co.id)

ZSA secara resmi berdiri pada tahun 1998 dengan nama Indojoya. Banyak hal telah dilalui sejak saat berdirinya itu, Berbekal pengetahuan mengenai kebutuhan konsumen, keterampilan pengoperasian toko dan pergeseran perilaku belanja masyarakat ke gerai modern, maka terbit keinginan luhur untuk mengabdikan lebih jauh bagi nusa dan bangsa. Niat ini diwujudkan dengan mendirikan Indojoya, dengan badan hukum PT. ZSA Indojoya yang memiliki visi “menjadi jaringan ritel yang unggul” serta moto “Belanja Cerdas dan Aman”.

Setelah menguasai pengetahuan dan keterampilan mengoperasikan jaringan ritel dalam skala besar, Manajemen berkomitmen untuk menjadikan Indojoya sebagai sebuah aset nasional. Hal ini tidak terlepas dari kenyataan bahwa seluruh pemikiran dan pengoperasian Perusahaan ditangani sepenuhnya oleh putra putri Indonesia. Sebagai aset nasional, Indojoya ingin berbagi kepada masyarakat Indonesia melalui bisnis waralaba dan juga mampu bersaing dalam persaingan global. Oleh karena itu, visi perusahaan kemudian berkembang “menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global”.

Konsep bisnis waralaba Indojoya adalah yang pertama dan merupakan pelopor di bidang minimarket di Indonesia. Sambutan masyarakat ternyata sangat positif, terbukti dengan peningkatan jumlah Terwaralaba Indojoya dari waktu ke waktu. Konsep bisnis waralaba Perusahaan juga diakui oleh pemerintah melalui penghargaan yang diberikan kepada Indojoya selaku “Perusahaan Waralaba Unggul 2003”. Penghargaan semacam ini adalah yang pertama kali diberikan kepada

perusahaan minimarket di Indonesia dan sampai saat ini hanya Indojaya yang menerimanya.

Seiring dengan pencitraan yang sangat membanggakan tersebut, secara pasti ZSA berhasil mewarnai gerak langkahnya dengan berbagai prestasi. Dari tahun ke tahun serangkaian prestasi yang berhasil diukir oleh ZSA, diantaranya adalah :

1. Perusahaan Waralaba Unggul 2003
2. Top Franchise Asean 2009
3. Superbrands 2010, 2011, 2013, 2014, 2015
4. Original Brands Top 250 Original Brands 2012
5. Roy Morgan Research 2012, 2013, 2014
6. Fapra Award Retailers Associations 2015
7. Retail Asia Pacific 2015
8. Anugerah Kekayaan Intelektual Clean Retail 2015
9. Top 500 Retail Asia Pacific 2015
10. Penghargaan Waralaba Indonesia Kategori Waralaba Utama 2016
11. Retail Asia Pacific Best of the Best 2016

2.1.1 Visi Perusahaan

Menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global

2.1.2 Misi Perusahaan

“Meningkatkan kualitas pelayanan yang terbaik sehingga kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama yang dapat terpenuhi”.

2.1.3 Moto

Belanja Cerdas dan Aman

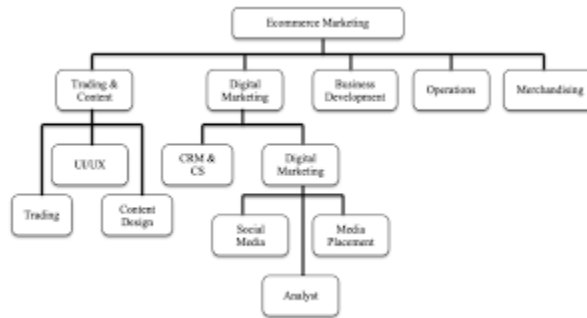
2.1.4 Budaya

Menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran, kebenaran dan keadilan, kerja sama kelompok, kemajuan melalui inovasi yang ekonomis serta mengutamakan kepuasan konsumen.

2.1.5 Esensi

Pendekatan dengan senyuman yang tulus, untuk membangun hidup lebih baik.

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi

Sumber : Dev Creative Production