

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan



Gambar 2 1 Logo Perusahaan
Sumber: loker BUMN

AEON Ltd. dibangun pada tahun 1758 oleh Sozae Okada, yang toko pertamanya berlokasi di Kyuroku-Machi, Yokkaichi. Pada awalnya Okada lakukan perdagangan secara pergi dari satu desa ke desa lain, dan telah dilakukan sejak lama. Pada tahun 1887, Seomon V. Okada memindahkan bisnisnya ke Tsuji Yokkaichi, daerah yang menjanjikan untuk dikembangkan. Motto AEON yang masih digunakan hingga saat ini adalah "Give Wheels to the Central Pillar" artinya menempatkan roda pada pilar utama. Pilar AEON yang paling penting adalah fondasi bisnis, dan jika pilar tersebut kuat maka akan tetap kokoh meskipun terjadi perubahan.

Pada tahun 1969, perusahaan Futagi dan Shiro bergabung dengan keluarga Okada dan berganti nama menjadi JUSCO (Japan United Store Company). Pada tahun 1989, JUSCO berganti nama menjadi AEON karena bisnis ritel Futagu dan Shiro. Mereka adalah pendiri utama JUSCO dan AEON, dan sejak tahun 2010, AEON memiliki tiga kantor pusat: AEON Toyosuna Chiba di Jepang, AEON Beijing di Tiongkok, dan AEON Mall Taman Maluri di Kuala Lumpur, Malaysia. Indonesia yang termasuk dalam AEON ASEAN yaitu (Malaysia, Indonesia, Kamboja,

Thailand, Vietnam). Pada bulan Oktober 2020, Akio Yoshida ditunjuk sebagai direktur, presiden, dan wakil eksekutif eksekutif AEON Co.Ltd.

AEON pertama kali masuk ke Indonesia bersama PT AEON Credit Service Indonesia asal Jepang yang berpusat di Kuningan, Jakarta dan bergerak di sektor jasa keuangan. Selain itu, pada tahun 2012 PT. AEON Indonesia didirikan dan bergerak dalam bisnis ritel yaitu menjual produk langsung ke pelanggan. PT AEON Fantasy Indonesia didirikan pada tahun 2015. Ini adalah arena bermain anak-anak. Pada tahun 2019, PT AEON Delight Indonesia, yang bergerak dalam bidang fasilitas manajemen.

AEON bercita-cita untuk menjadi penjual nomor satu di Asia dengan motto "Customer First", atau pelanggan yang utama. AEON berasal dari kata "Eternity" yang berarti keabadian dan disebut juga "ION", berbentuk lingkaran dengan huruf E dan O yang melambangkan inovasi berkelanjutan untuk kesuksesan bisnis. Warna "Magenta" AEON berasal dari kombinasi warna merah dan biru, melambangkan gairah dan kedamaian. AEON PEOPLE diharapkan menjadi "Pedang", orang-orang yang menikmati pekerjaannya dengan menghadirkan barang dan jasa yang fokus pada keuntungan pelanggan dan penciptaan nilai bagi pelanggan.

Ada berbagai jenis bisnis yang dijalankan AEON, yaitu ritel, keuangan, pengembang, dan jasa. Bisnis *retail* AEON diawali dengan menjual kebutuhan pelanggan dengan banyak macam, seperti *General Merchandise Store, Supermarket & Discount Store, Strategic Sized Store Business, Drugstore & Pharmacy business*. Di bidang keuangan, berbagai layanan keuangan yang terkait erat dengan gaya hidup nasabah diciptakan melalui platform ritel, seperti bisnis jasa keuangan. Dalam bisnis pengembang, AEON bekerja sama dengan grup korporasi untuk membangun dan mengelola pusat perbelanjaan, seperti pembangunan dan pengoperasian pusat perbelanjaan seperti Shopping Center Dev. Bisnis, Bisnis Internasional. Bisnis jasa AEON menyediakan layanan seperti taman hiburan dalam ruangan, kompleks bioskop, budaya minat, perawatan hewan peliharaan, keamanan, layanan pembersihan dan pemeliharaan.

PT. AEON Indonesia adalah Perusahaan yang berjalan di sektor ritel dengan menjual berbagai macam kebutuhan pelanggan serupa dengan Perusahaan ritel lainnya. Tetapi tentu saja PT. AEON Indonesia memiliki keunikan yang tidak dimiliki Peritel lain yang terdapat di Indonesia. Barang-barang Pada PT. AEON Indonesia

dibagi menjadi 3 kategori yaitu, *Softline*, *hardline*, *foodline*. Pembeda PT AEON Indonesia dengan yang lain terdapat pada bagian Foodline Delica. Foodline Delica adalah tempat dimana tersajinya berbagai hidangan segar siap saji, terutama makanan khas Jepang seperti aneka sushi, bento, taiyaki, dessert Jepang, dan lainnya. Ini adalah satu dari daya tarik PT. AEON Indonesia yang tidak dimiliki Perusahaan ritel lainnya.

Saat ini AEON Mall BSD City merupakan kantor pusat PT AEON Indonesia. Lalu, pada tahun 2017 PT. AEON Indonesia membuka cabang ke dua di AEON Mall Jakarta Garden City (JGC) yang terletak di Cakung, Jakarta Barat. Berikutnya PT. AEON Indonesia membuka cabang ke tiganya di AEON Mall Sentul pada tahun 2020 yang berlokasi di Kecamatan Babakan Madang, Kabupaten Bogor. Disusul oleh pembukaan cabang ke empat di AEON Mall Tanjung Barat pada 2021 yang berlokasi di Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan. Cabang yang baru saja di buka pada bulan September 2023 berlokasi di Mall Alam Sutera dalam bentuk gerai AEON STORE dan pada bulan November 2023 pertama kalinya PT AEON Indonesia membuka gerai AEON Health & Beauty di Mall Lotte Shopping Avenue yang berlokasikan di Kuningan, Jakarta Selatan.

2.2 Profile Perusahaan

2.2.1 Visi dan Misi Perusahaan

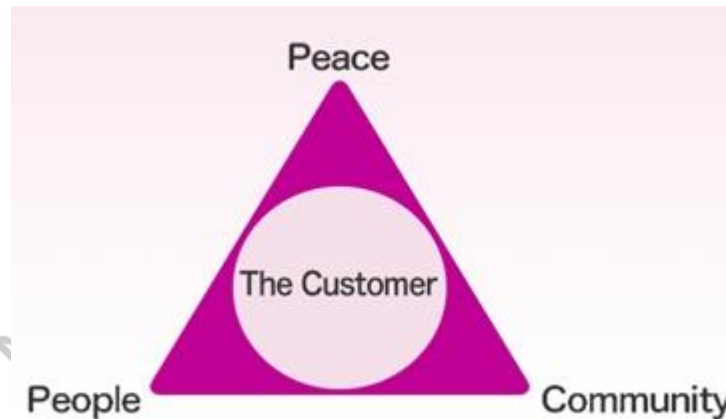
PT. AEON Indonesia bertujuan untuk menjadi pionir dalam industri ritel di Indonesia dengan kepuasan pelanggan terhadap barang dan jasa yang diberikan sebagai prioritas utama. Sedangkan misi PT. AEON Indonesia ingin menjadi pionir dalam industri ritel di Indonesia.

PT. AEON Indonesia berupaya menjadi perusahaan ritel terdepan di hati pelanggan, bertujuan untuk menciptakan era kehidupan tanpa akhir melalui sikap, hati, dan pikiran yang terbuka dan antusias.

2.2.2 Prinsip Dasar AEON

Kata AEON yang datang dari Bahasa Latin “Eternity” yang memiliki arti kekal abadi, prinsip dasar AEON adalah menciptakan perdamaian, menghormati kemanusiaan, dan ikut berkontribusi kepada komunitas lokal, selalu dengan sudut pandang pelanggan sebagai dasarnya. Hal ini adalah dasar yang penting dari “customers first” yang memperlakukan pelanggan sebagai prioritas utama,

mendahulukan pelanggan berarti tidak mengutamakan pribadi dengan tidak berpikir dan bertindak berdasarkan keinginan pribadi. Keinginan dan keyakinan pelanggan merupakan inti utama filosofi AEON.



Gambar 2 2 prinsip dasar AEON
Sumber: 2015 AEON CO., LTD

2.2.3 Strategi AEON

AEON berfokus pada manajemen operasi pusat perbelanjaan sebagai bisnis inti, dengan dua strategi utama demi meraih perkembangan yang berkelanjutan: pertumbuhan organik dan kemitraan.

General Merchandise Stores (GMS), supermarket, department store, specialty store, dan berbagai cabang lainnya Untuk memastikan kesinambungan pertumbuhan perusahaan, AEON berusaha menciptakan sinergi yang baik di antara unit bisnisnya.

2.2.4 Tujuan AEON

AEON bertujuan untuk menjadi retailer super regional nomor satu di Asia, terkenal dengan keunggulannya di Jepang dan di seluruh Asia. AEON juga mendapatkan pengakuan internasional.

AEON tidak hanya berfokus pada pencapaian kuantitatif seperti ukuran, pertumbuhan, dan keuntungan, tetapi juga berusaha bersaing secara global dengan mempertimbangkan hal-hal seperti kepuasan pelanggan dan tanggung

jawab sosial perusahaan. AEON juga berkomitmen pada "Manajemen Kualitas" untuk meningkatkan kemampuan perusahaan.

2.2.5 The AEON Code of Conduct Commitment

AEON mempunyai pedoman perilaku dan komitmen perusahaan yang kuat. Pedoman perilaku ini membantu karyawan memahami prinsip-prinsip dasar AEON dan bagaimana mereka diterapkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Komitmen ini juga dapat membimbing dan mengarahkan para karyawan saat menciptakan sistem dan sejalan dengan strategi Perusahaan yang berfokus pada tujuan agar dapat bertransformasi "*Shift to Asian Market*" menyesuaikan dengan perencanaan manajemen dan pedoman "*Everything We Do, We Do for Our Customers*". Berikut merupakan muatan dari "*The AEON Code of Conduct Commitment*":

1. *AEON people are always grateful to the many other individuals who provide support and help, never forgetting to act with humility.*
2. *AEON people value the trust of others more than anything else, always acting with integrity and sincerity in all situations.*
3. *AEON people actively seek out ways to exceed customer expectations.*
4. *AEON people continually challenge themselves to find new ways to accomplish the AEON ideals.*
5. *AEON people support local community growth, acting as good corporate citizens in serving society.*

The AEON Code of Conduct Commitment ini terdapat pada setiap belakang kartu karyawan dan juga dilakukan penyebutan bersama pada *morning briefing*.

2.2.6 Unit Bisnis

AEON memiliki beberapa unit bisnis yang telah berdiri di Indonesia yaitu:

1. AEON STORE

PT. AEON Indonesia mengelola AEON Store yang berbeda dari pengelola Properti AEON Mall. AEON Store berfokus pada bidang ritelnya dalam menjual berbagai kebutuhan pelanggan. Didalam AEON Store terdapat Supermarket, dan Departement Store.



Gambar 2 3 Logo AEON Store
Sumber: aeonstore.id

2. AEON Credit Service

PT AEON Credit Service Indonesia merupakan perusahaan yang menyediakan pendanaan untuk konsumen. Perusahaan ini memulai bisnis Kartu Kredit pada tahun 2013. Indonesia, mengikuti langkah-langkah perusahaan afiliasinya di Jepang PT AEON Credit Service Indonesia adalah anak perusahaan dari AEON Financial Service Co, Ltd., yang beroperasi di bawah AEON Group (AEON Co, Ltd.).



Gambar 2. 4 Logo AEON Credit Service
Sumber: aeon.co.id

3. AEON Fantasy

PT AEON Fantasy Indonesia adalah perusahaan bergerak di bidang hiburan keluarga misalnya pusat permainan dan taman hiburan yang berasal dari Jepang yang mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 2014. AEON Fantasy ini berada dalam pusat perbelanjaan.



Gambar 2. 5 Logo AEON Fantasy
Sumber: aeonfantasy.co.id

4. AEON DELIGHT Indonesia

AEON Delight adalah unit bisnis dari AEON Group yang bergerak di bidang jasa pelayanan kebersihan, keamanan dan jasa lainnya untuk manajemen Gedung-gedung komersial di Indonesia.



Gambar 2. 6 Logo AEON Delight
Sumber: sjsfs.co.id

5. AEON Mall

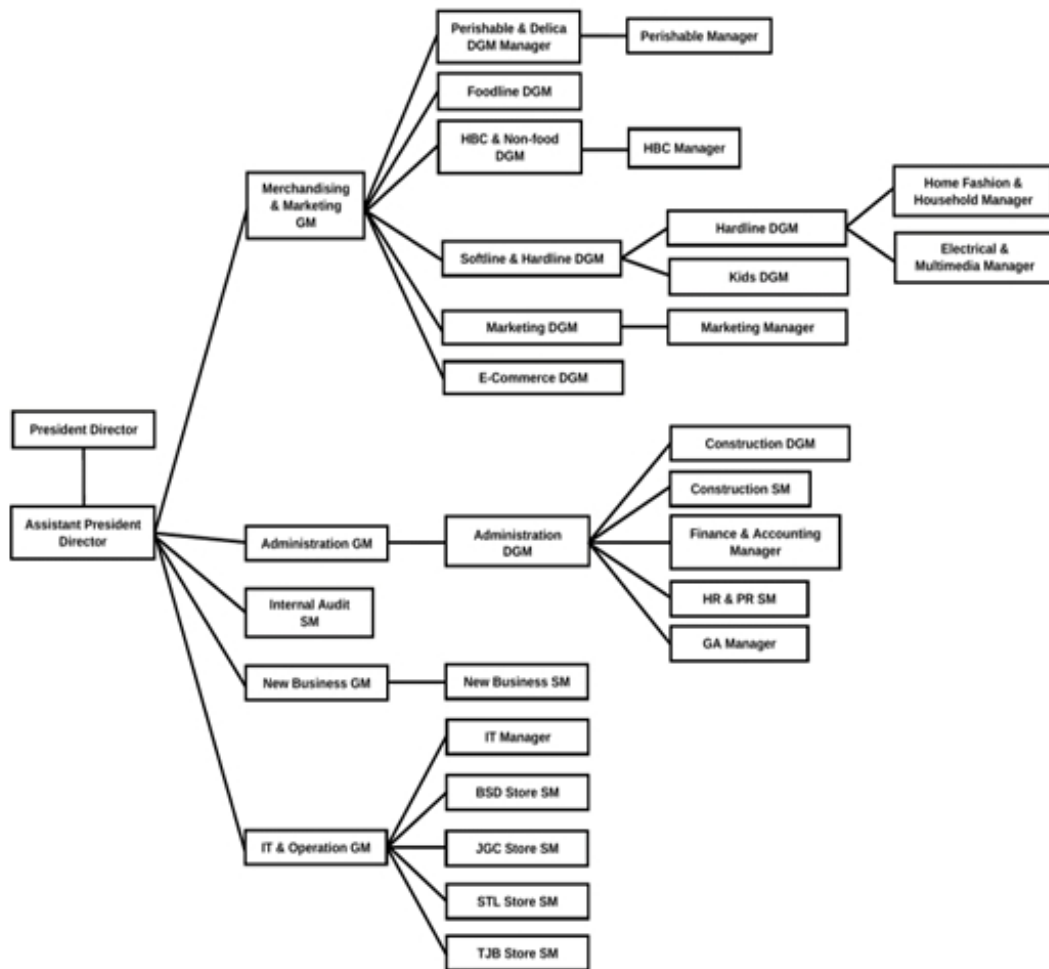
PT AEON Mall merupakan salah satu unit usaha AEON Company yang mengoperasikan gedung pusat perbelanjaan AEON Co, Ltd. Saat ini terdapat empat AEON Mall di Indonesia yaitu AEON Mall BSD City, AEON Mall Jakarta Garden City, AEON Mall Sentul City, dan AEON Mall Tanjung Barat.



Gambar 2. 7 AEON Mall
Sumber: aeonmall-tanjungbarat.com

2.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan kerangka atau tata susunan yang digunakan untuk mengorganisir dan mendefinisikan hubungan antara berbagai bagian atau unit dalam suatu entitas, seperti perusahaan, organisasi non-profit, atau lembaga lainnya. Struktur organisasi mencerminkan cara bagian-bagian atau unit-unit tersebut berkolaborasi. Biasanya, struktur organisasi perusahaan digambarkan dalam bagan yang menunjukkan fungsi dan tugas masing-masing bagian organisasi.



Gambar 2 8 Struktur Organisasi PT AEON Indonesia
 Sumber: data Perusahaan 2021

Pada bagan yang sudah lampirkan pada **Gambar 2.5** maka dapat diketahui bahwa kepala dari PT. AEON Indonesia dikepalai oleh *President Director* dimana saat ini kepemimpinan ini dipegang oleh Takashiro Osugi. *President Director* juga mendapat sokongan oleh seorang *Assistant President Director* dalam kepemimpinannya. Setelah itu diikuti oleh jabatan dibawahnya yaitu General Administration, General Manager IT & Operations, dan General Manager Merchandising & Marketing. Seorang manajer senior atau manajer senior bertanggung jawab atas tiap divisi atau departemen ini.

Berikut adalah tugas-tugas yang dikerjakan oleh karyawan di berbagai bagian PT. AEON Indonesia:

1. President Director:

- a. Menetapkan strategi dan arahan umum perusahaan.
- b. Mengambil keputusan strategis untuk mencapai tujuan bisnis.
- c. Bertanggung jawab atas kesehatan keuangan dan kinerja keseluruhan perusahaan.
- d. Mewakili perusahaan di tingkat eksekutif dan menjalin hubungan bisnis yang strategis.

2. Assistant to President Director:

- a. Memberikan dukungan eksekutif kepada Presiden Direktur.
- b. Melaksanakan tugas administratif tingkat tinggi.
- c. Mengelola jadwal dan komunikasi Presiden Direktur.
- d. Membantu dalam proyek-proyek khusus dan penelitian.

3. General Administration:

- a. Menangani tugas administratif dan operasional kantor pusat.
- b. Mengelola kebijakan dan prosedur internal.
- c. Bertanggung jawab atas fasilitas kantor dan manajemen inventaris.
- d. Menangani masalah administratif sehari-hari.

4. General Manager IT & Operations:

- a. Memimpin dan mengelola tim IT dan operasional.
- b. Menentukan kebutuhan sistem IT dan infrastruktur.
- c. Bertanggung jawab atas keamanan data dan sistem.
- d. Memastikan operasional perusahaan berjalan efisien.

5. General Manager Merchandising & Marketing:

- a. Merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran dan pemasaran produk.

- b. Bertanggung jawab atas pengembangan produk dan strategi harga.
- c. Mengelola hubungan dengan pemasok dan merancang portofolio produk.
- d. Membimbing tim pemasaran dan merchandising.

Untuk struktur divisi marketing PT. Aeon Indonesia meliputi GM Digital Transformation, Deputy GM Marketing, Event Marketing, Patnership Marketing, Digital Marketing, Visual Merchandiser, Data Analyst. Berikut bentuk struktur Divisi Sumber Marketing:



Gambar 2.9 struktur Divisi Marketing PT AEON Indonesia

Sumber: data Perusahaan 2023

Berikut adalah definisi tugas untuk peran-peran tertentu yang disebutkan:

1. GM Digital Transformation:

- a. Mengarahkan dan mengelola inisiatif transformasi digital perusahaan.
- b. Menyusun strategi digital untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional.
- c. Bertanggung jawab atas adopsi teknologi baru dan pengembangan solusi digital.

2. Deputy GM Marketing:

- a. Mendukung dan melibatkan diri dalam pengembangan strategi pemasaran perusahaan.
- b. Mengelola tim pemasaran dan mengawasi pelaksanaan kampanye pemasaran.

c. Bertanggung jawab atas pelaporan dan analisis kinerja pemasaran.

3. Event Marketing:

- a. Merencanakan, mengelola, dan melaksanakan kegiatan promosi dan acara khusus.
- b. Mengembangkan konsep acara dan mengelola aspek logistik.
- c. Berkolaborasi dengan tim pemasaran untuk memastikan keberhasilan kampanye.

4. Partnership Marketing:

- a. Membangun dan menjaga kemitraan strategis dengan mitra eksternal.
- b. Merancang program-program pemasaran bersama untuk saling menguntungkan.
- c. Menilai potensi mitra baru dan mengelola hubungan bisnis.

5. Digital Marketing:

- a. Merancang dan melaksanakan strategi pemasaran digital.
- b. Mengelola kampanye iklan online, media sosial, dan pemasaran konten digital.
- c. Menganalisis data untuk mengevaluasi kinerja kampanye dan menyempurnakan strategi.

6. Visual Merchandiser:

- a. Membuat tata letak visual toko atau ruang pameran untuk meningkatkan penjualan.
- b. Mengelola presentasi produk dan display di toko.
- c. Memastikan konsistensi merek dan estetika visual di seluruh titik penjualan.

2.4 Kegiatan Umum Perusahaan

PT. AEON Indonesia adalah peritel ternama yang menyediakan barang kepada pelanggannya melalui kegiatan promosi di setiap department store guna menarik minat pelanggan. Selain itu, PT. AEON Indonesia, sebagai department store, juga menjalankan bisnis tambahan untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya. Beberapa bisnis yang dijalankan oleh AEON Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Menjual makanan siap saji

PT. AEON Indonesia mempunyai Delica area yang berlokasi di lantai dasar (*Ground Floor*) AEON Mall. Area ini dimanfaatkan untuk menjual makanan siap saji. Produk siap saji yang dijual kebanyakan makanan khas Negara Jepang seperti, aneka ragam sushi, onigiri, bento, taiyaki, gorengan jepang, eskrim, pudding, dan masih banyak lagi.

2. Menjual produk kesehatan dan kecantikan

PT. AEON Indonesia juga menawarkan beragam produk kesehatan, perawatan, dan kecantikan di area Health and Beauty Center (HBC) yang berada di lantai dasar AEON Mall. HBC sendiri menjual produk-produk seperti obat-obatan, vitamin, skincare, makeup, pasta gigi, alat-alat kecantikan, dan ada juga produk impor Jepang.

3. Menjual barang *grocery*

PT. AEON Indonesia terdapat area yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari di lantai dasar (*Ground floor*) AEON Mall. Penjualan barang Grocery yang dimaksud merupakan makanan dan bukan makanan. Contoh produk makanan yang dijual seperti, ayam, daging, susu, telur, bumbu dapur, frozen food, ikan, dan masih banyak lagi. Sedangkan, produk yang tergolong bukan makanan contohnya seperti pewangi, detergen, cairan pencuci piring, peralatan masak, peralatan pembersih rumah, peralatan rumah lain, dan masih banyak lagi.

4. Menjual barang kebutuhan sekunder

PT. AEON Indonesia memiliki area softline yang terletak di lantai 1, yang menjual kebutuhan sekunder seperti pakaian, sepatu, tas, dan aksesoris.

5. Menjual kebutuhan rumah tangga

PT. AEON Indonesia memiliki hardline di lantai 2 yang menjual produk-produk rumah tangga. Contoh barang rumah tangga yang dijual adalah barang elektronik, alat masak, tempat tidur, sofa, perkakas, alat tulis, sepeda dan masih banyak lagi barang lainnya.