

## BAB II

### TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

#### 2.1 Sejarah Perusahaan



**Gambar 2. 1** Logo AEON  
Sumber: [www.aeon.info](http://www.aeon.info)

AEON Corporation Limited merupakan perusahaan induk yang menjalankan berbagai bisnis termasuk operasional ritel dan pusat perbelanjaan, yang berkantor pusat di Tiongkok, Jepang. AEON merupakan retailer terbesar di Jepang, bahkan di Asia. Jaringan bisnisnya yang terdiri dari 300 anak perusahaan telah melebur menjadi satu kesatuan yang kuat dan lengkap. Bentuk dagangannya bermacam-macam mulai dari department store, supermarket, toko dengan produk khusus hingga pusat perbelanjaan (mall). Dengan banyaknya label yang melekat, AEON telah menjadi pengembang dan pelaku utama pusat perbelanjaan terbesar di Jepang tersebut. Retailer raksasa Jepang ini sukses mencatatkan pendapatan tahunan sebesar 78,93 miliar dollar AS sepanjang tahun 2020, menurut daftar perusahaan terkaya Fortune Global 500. Dalam daftar itu, AEON juga duduk nyaman di peringkat 115, naik 3 posisi dari tahun sebelumnya.

Selain itu, AEON melaporkan pendapatan lainnya, seperti keuntungan 15 persen di laboratorium rapuh yang melebihi 246 juta dolar per tahun. Selain itu, ditopang oleh kepemilikan aset yang mencapai 102,57 juta dolar dan ekuitasnya yang mencapai 9,51 juta dolar. Jumlah torehan dan gelar yang dimiliki AEON tidak konsisten. Singkatnya, paten ini diajukan sebagai Shinoharaya pada tahun 1758. Pada tahun 1758, Okadaya lahir di Yokkaichi. Shinoharaya ini berdiri di awal, dimulai dengan kain dan aksesoris kimono. Selama percobaan, peritel itu sendiri tumbuh secara signifikan, membentuk 14 cabang. Okadaya pasca-perang besar melewati masa-masa yang berat.

Jauh ke belakang, Takuya Okada, pendiri Okadaya, pertama kali membahas masalah merger dengan Kazuichi Futagi, pimpinan Futagi Corporation. Futagi dikenal sebagai salah satu perusahaan tertua, didirikan pada tahun 1937 sebagai perusahaan mainan Pakistan.

Akibat perang, bisnis awal perusahaan dimulai kembali pada tahun 1945 dengan menjual bahan mentah. Sebaliknya, salah satu aktor lain dalam kemitraan AEON adalah Shiro Corporation. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1955 dengan 15 karyawan di Osaka. Ada perjanjian merger antara Okada dan Futagi, tapi Jiro Inoue sangat ingin berpartisipasi.

Kemudian, pada tahun 1969, rencana pebisnis pun berakhir. Dengan kapitalisasi pasar sekitar 150 juta yen Jepang, perusahaan yang baru didirikan ini dikenal sebagai Japan United Stores Company, atau disingkat JUSCO. Futagi menjadi ketua dewan, Okada duduk menjadi presiden perusahaan, dan Inoue menjadi wakil presiden. Lebih khusus lagi, pada tahun 1980, merek produk JUSCO sendiri yang dikenal sebagai "Merek Putih" diluncurkan. White Brand menawarkan produk berkualitas rendah namun berkualitas tinggi yang dijual di toko dengan harga pantas.

Tahun 1980an merupakan periode yang lambat bagi ritel. JUSCO berada di garis depan generasi ini dan biasanya mengamati perbedaan profitabilitas antara jaringan supermarket dalam hal harga dan yang lainnya dalam hal hasil. Kritik terhadap JUSCO banyak dilontarkan dalam upaya memperkuat jati diri mereka sebagai otoritas daerah dibandingkan dieksploitasi oleh perusahaan swasta. Hal ini memberikan banyak manfaat bagi JUSCO, seperti publisitas yang lebih baik di media lokal dan peningkatan kerja sama tim dengan rekan-rekan. Sejak tahun 1980an, strategi JUSCO ditujukan untuk mendidik konsumen tentang industri supermarket.

Perusahaan ini bekerja keras untuk menutupi kerugian pemerintah atas pembukaan supermarket baru dan memberikan pilihan yang lebih sehat kepada konsumen Jepang melalui diversifikasi. Hal ini menyoroti sejumlah bisnis yang menginspirasi, seperti Nihon Direct, bisnis berbasis pos; Gudang Besar, disko; Rumput Biru, toko remaja; dan Nishiki, toko kimono. Ada juga Autorama Life, perusahaan penjualan mobil keliling yang didirikan pada tahun 1982, dan JUSCO Car Life yang didirikan beberapa tahun kemudian untuk menyediakan layanan pemeliharaan ponsel. Bisnis JUSCO lainnya, Mini Stop, adalah toko serba ada yang menawarkan tidak hanya fasilitas lingkungan dunia 24 jam, tetapi juga pengiriman makanan cepat saji dan beberapa layanan keuangan untuk biaya utilitas publik. JUSCO juga mulai memperluas operasi restoran dan jaringan makanan cepat sajinnya untuk memanfaatkan semakin populernya makanan Jepang di luar Jepang. Restoran pertama, Gourmet D'Or Co Ltd, yang pada akhirnya menjadi bisnis yang sangat signifikan, dibuka pada tahun 1979 dan awalnya dikenal sebagai Coq D'Or JUSCO Co Ltd. Kelompok karyawan restoran Jepang yang ramah yang melayani pelanggan dan pengunjung.

Pada tahun 1980-an juga terjadi ekspansi nyata bisnis JUSCO ke luar negeri. Pada tahun 1988, Financial Times menggambarkannya sebagai "satu-satunya perusahaan Jepang dengan reputasi internasional terbesar". Selama tahun 1980-an, JUSCO memperluas aktivitas pembelannya melalui apa yang dikenal sebagai Ekonomi Industri Baru (NIEs), dengan menerapkan strategi "pertumbuhan dan dampak" di mana JUSCO

akan menjalin hubungan dengan NIEs, seperti City Knitting, produsen pakaian rajut asal India, pada tahun 1988 dengan tujuan mengembangkan produk yang cocok untuk konsumen Jepang yang pilih-pilih kualitas.

Pada tahun 1987, *The Economist* mengatakan bahwa meskipun department store merupakan sumber utama ekspor Jepang 15 tahun lebih awal dari sekarang, sumber terbesar saat ini adalah jaringan supermarket dengan JUSCO di wilayah luar. Penulis mengaitkan kesuksesan supermarket besar dengan pesatnya pemanfaatan teknologi informasi. Mengenai JUSCO, dua dekade pertama tahun 1980an ditandai dengan meningkatnya kecenderungan untuk memanfaatkan teknologi informasi dalam setiap aspek bisnis. Total On- Line Merchandising and Management, atau TOMM, adalah sistem informasi berbasis toko yang diterapkan pada tahun 1986 sebagai bagian dari sistem informasi perusahaan yang pada akhirnya gagal pada tahun 1989.

Pada akhir tahun 1980-an, kelompok ini semakin bersatu dalam keinginan mereka untuk menampilkan diri mereka sebagai "mitra bisnis" yang memiliki kesadaran sosial dalam skala global. Pada tahun 1990, klub mengadakan program pertukaran ke Jepang untuk pelajar "duta muda" Malaysia. Pada tahun 1991, Takuya Okada, kepala cabang eksekutif dan penerus Hidenori Futagi sebagai presiden pada tahun 1984, melakukan perjalanan ke London selama Festival Jepang untuk mempromosikan skema sebagai sarana pendidikan bagi tiga puluh anak sekolah berbahasa Inggris. Seperti diungkapkan Takuya Okada, industri ritel Jepang telah mengalami perubahan yang signifikan, namun sejauh mana perubahan tersebut tidak sebesar apa yang ia perkirakan. Pada akhir tahun 1990an, tentara Jepang menghadapi persaingan tekanan yang belum pernah mereka alami sebelumnya.

Perlindungan serupa yang menghalangi investor asing memasuki pasar Jepang sudah tidak ada lagi. Pesaing asing, seperti Carrefour, yang berbasis di Prancis, dan Wal-Mart Stores, yang berbasis di AS, mulai dibuka di Jepang dan membawa tantangan baru yang signifikan bagi konsumen Jepang. Anekdote ini dipatahkan oleh Putra Okada, Motoya Okada, yang menggantikannya sebagai presiden pada tahun 1997. Ekspansi agresif adalah tanggapan terhadap serbuan pesaing asing, sebuah rencana aksi yang diketahui oleh Okada secara semangat mudah. Lulusan Babson College di Massachusetts, Okada, menerapkan strategi yang tidak umum digunakan di sektor pendidikan Jepang. Pada tahun 1997, Takuya Okada mengakuisisi jaringan toko kelontong yang hampir bangkrut dan diberi nama Yaohan, pembelian yang mencakup toko grup AEON 36.

Pada titik ini, buruh Jepang tidak menyadari keadaan bisnis yang gagal atau gagal; sebaliknya, Motoya Okada berpartisipasi dalam ayahnya dan secara bertahap meningkatkan ukuran bisnisnya melalui mempekerjakan pekerja dengan latar belakang campuran. AEON, yang berganti nama menjadi perusahaan pada tahun 2001, mengalami

peningkatan peritel terbesar di Jepang sejak akhir tahun 1980an. Pada tahun 2000, perusahaan ini naik ke posisi nomor dua dalam industri ini. Setelah analisis keuangan Mycal Ltd. mengungkapkan kombinasi yang menghasilkan total 1.053 toko kelontong pada bulan Desember 2003, perusahaan ini menjadi yang terbesar di Jepang, melampaui Ito-Yokado Co. dalam volume penjualan.

Banyak analisis dan ekspansi internal telah menyebabkan dominasi AEON dari nomor delapan ke posisi nomor dua di pasar. Namun, ambivalensi Motoya Okada tidak bertahan dalam situasi tersebut. CEO AEON sangat yakin bahwa perusahaan ini adalah salah satu dari enam perusahaan ritel global teratas pada saat itu, setelah menetapkan tujuan yang mencakup berbagai akuisisi, merger, dan divestasi bisnis Patungan di tahun-tahun berikutnya. Pada awal abad ke-21, AEON terdiri dari beberapa perusahaan yang berkolaborasi untuk mencapai kekuatan finansial yang signifikan. Seiring berjalannya waktu, perusahaan akan terus tumbuh dan mencapai kedudukan yang sangat tinggi sebagai bisnis terpenting di dunia.

Pada tanggal 1 Maret 2011, semua gerai JUSCO dan Saty yang berlokasi di jaringan pembayaran AEON Jepang berhasil mengubah nama mereka menjadi AEON. Sementara itu, semua gerai dan perusahaan JUSCO di Malaysia berhasil mengubah nama mereka menjadi AEON mulai bulan Maret 2012. Namun, JUSCO's operasinya sekarang terbatas pada wilayah Tiongkok Raya dan beberapa wilayah lainnya.

## 2.2 Pertama Membuka Cabang Di Indonesia

PT. AEON Indonesia merupakan kantor wilayah dari AEON CO. Ltd yaitu salah satu perusahaan retail terbesar di dunia dengan total perusahaan lebih dari 179, baik yang berada di Jepang ataupun diluar Jepang. Perusahaan ini memiliki sejarah terpanjang sebagai pedagang di Jepang. AEON memulai perjalanannya pada tahun 1758 ketika pendirinya, Sozaemon Okada, mendirikan kantor pusatnya di Kyurokumachi, Yokkaichi. Sebelum mendirikan toko, Sozaemon Okada menyediakan perlengkapan militer yang diangkut dari satu desa ke desa lain. Usaha Sozaemon Okada di tokonya berjalan lancar. Dijalankan dari generasi ke generasi, di tahun 1887 Soemon V Okada memutuskan memindahkan tokonya ke Tsuji, Yokkaichi. Pemindahan toko ini dikarenakan lokasi tersebut memiliki potensi perdagangan yang tinggi. Perkembangan yang dilakukan membuat AEON Co. Ltd mendirikan cabang serta menciptakan moto yang berbunyi "*Give Wheels to the Central Pillar*" yang memiliki makna roda sebagai anak perusahaan AEON dan pilar (*pillar*) sebagai pusat AEON sehingga berarti bahwa seberapa besar pun perkembangan yang dihasilkan, fondasi pilar utama akan selalu kuat selama roda-roda tersebut kembali ke pilar tersebut.

Pada tahun 1969, terjadi penggabungan bisnis dari perusahaan dengan atas nama Futagi dan Shiro dengan Okada menjadi AEON Co. Ltd. Berganti menjadi *Japan United*

*Stores Company* (JUSCO). Penggabungan ini membuat JUSCO menjadi perusahaan retail tersukses di Jepang dan berhasil membangun beberapa cabang hingga pada akhirnya pada tahun 1989, JUSCO kembali mengganti namanya menjadi AEON Group. Pada tahun 2010, AEON Group sudah memiliki 3 kantor pusat yang telah tersebar di Jepang (Chiba), China (Beijing), dan ASEAN yang berlokasi di Malaysia (Kuala Lumpur).

Pertama AEON hadir di Indonesia pada tahun 2006, di mulai dengan PT. AEON *Credit Service* Indonesia yaitu salah satu bagian dari AEON Group yang bergerak pada bidang *financial service*, yang berlokasi di Kuningan, Jakarta. Tahun 2012, kemudian berdiri PT. AEON Mall dan PT. AEON Indonesia secara bersamaan. PT. AEON Mall bergerak dibidang *Shopping Center Development*, PT. AEON Indonesia yang bergerak di bidang retail. Berbeda dengan PT. AEON Mall, PT. AEON Indonesia ini dapat menjual barang langsung terhadap pelanggan. Selain fokus pada perusahaan ritel untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari pelanggan, grup AEON didirikan pada tahun 2015 AEON Fantasy, ini dibuat dengan penekanan pada area bermain anak-anak. Pada tahun 2019, berdirilah PT. AEON Delight Indonesia yang bergerak pada *management facility*.

### 2.3 Visi, Misi, dan Makna Logo AEON

Perusahaan ini memiliki misi mampu mengembangkan gaya hidup masyarakat lokal sekitar dengan menyediakan pusat perbelanjaan yang mampu meningkatkan kualitas hidup bagi masyarakat, dengan menggunakan visi menjadi perusahaan retail yang mampu menyentuh hati 5 miliar pelanggan di seluruh Asia. Lambang AEON diambil dari bahasa lain "*eternity*" yang berarti keabadian. AEON disebut "ION". Lingkaran yang terdapat antara huruf E dan O melambangkan inovasi tanpa henti yang akan terus di lakukan oleh tanpa henti untuk merealisasikan bisnis yang abadi. Penggunaan warna magenta berasal dari perpaduan warna merah yang berarti semangat dan warna biru yang berarti kedamaian.

Memulai perdamaian, meningkatkan harga diri, dan berpartisipasi dalam komunitas lokal sementara secara konsisten menjaga sikap sopan seperti selalu. Istilah "AEON" berasal dari Bahasa Latin itu berarti "keabadian" meskipun itu tertulis dengan huruf A, E, O, dan N itu tidak tidak dibaca sebagai "AEON" tetapi lebih tepatnya "ION" Akhirnya, itu dapat dilihat itu di sana ada sebuah baris itu mewakili vokal "E" dan "O," yang meningkatkan inovasi non-heteronormatif . Hal ini dikarenakan adanya perubahan akan selalu terjadi, kita harus terus menjadi inovatif dalam urutan untuk menyesuaikan dengan itu. Magenta peringatan bahwa sedang digunakan juga serta memiliki fungsi, yakni menjadi sebuah kombinasi dari peringatan merah, yang memperkuat moral, dan biru peringatan, yang memperkuat keteguhan hati.

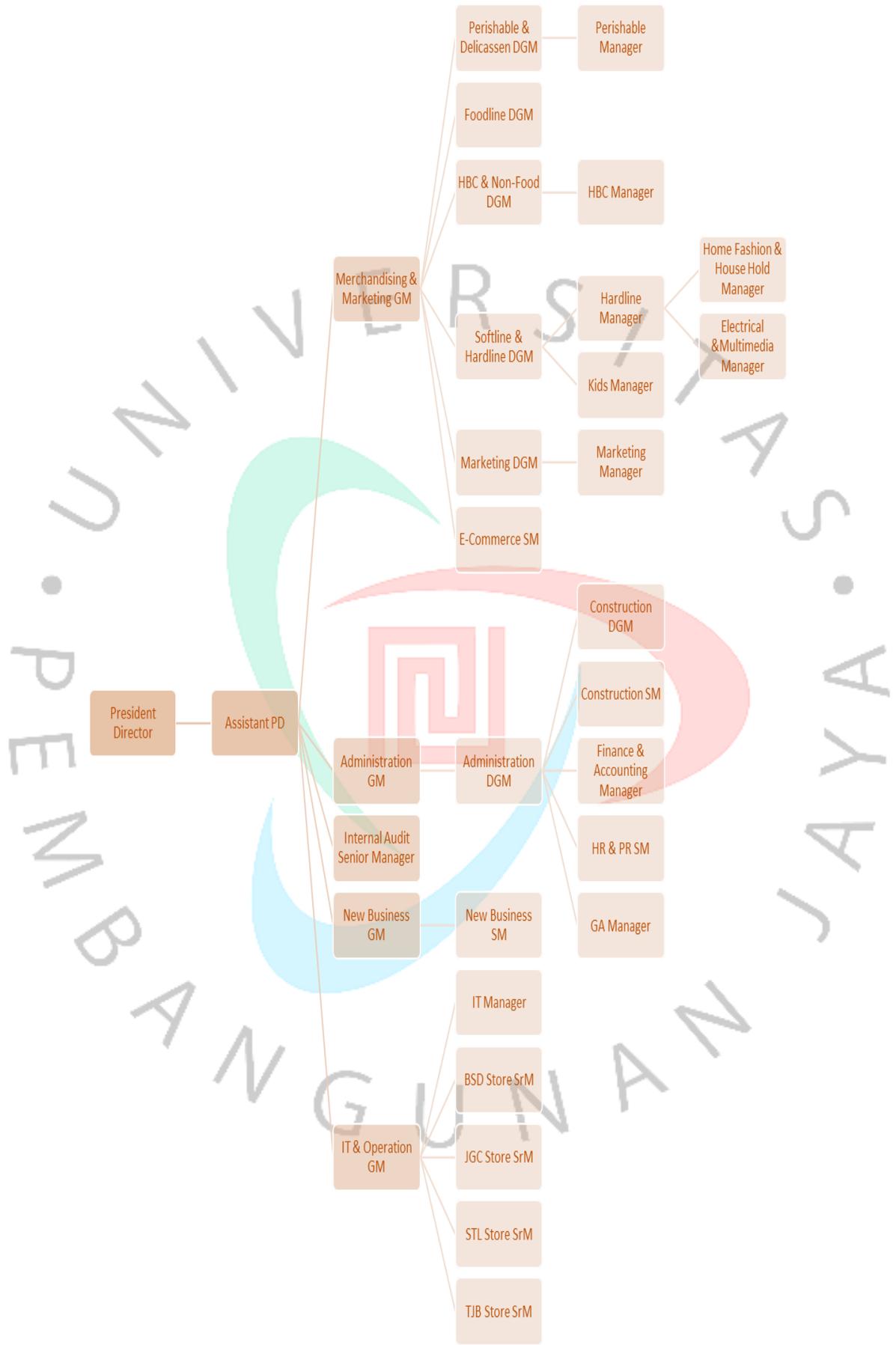
### 2.4 Struktur Perusahaan

Pada tahun 2012, PT. AEON Indonesia yang merupakan perusahaan ritel didirikan dengan bentuk Perseroan Terbatas (PT). PT. AEON Indonesia memiliki struktur organisasi

yang terdiri dari Presiden Direktur, *General Manager* (GM), *Deputy General Manager* (DGM), *SeniorManager* (SM), *Manager*, dan *Staff*. PT. AEON Indonesia memiliki empat departemen utama yaitu Departemen *Merchandising & Marketing*, *New Business*, *Administration*, dan *IT & Operation*. Keempat departemen tersebut memiliki General Manager masing-masing.

Praktikan berkesempatan untuk melaksanakan Kerja Profesi didepartemen *Administration* tepatnya pada *Human Resouce Department*. Struktur organisasi PT. AEON Indonesia dapat dilihat pada gambar 2.3 berikut:





### **Gambar 2. 3**

#### Struktur Organisasi PT. AEON Indonesia

Berdasarkan struktur organisasi tersebut dapat dilihat bahwa Presiden Direktur adalah Jabatan tertinggi yang ada di dalam struktur organisasi PT. AEON Indonesia. Dalam menjalankan tugasnya Presiden Direktur mendapatkan bantuan dari *Assistant President Director* atau Asisten Presiden Direktur. PT. AEON Indonesia memiliki empat departemen utama, yaitu :

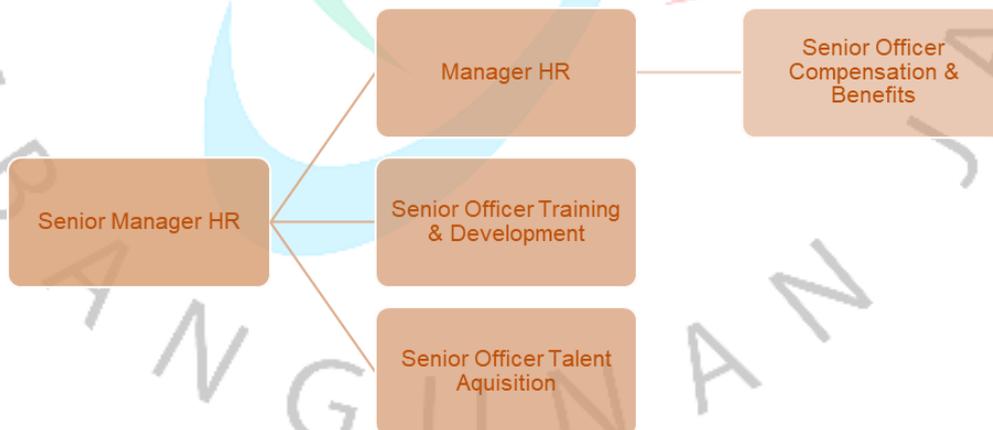
- 1) **Merchandising & Marketing:** Dalam dunia ritel dan penjualan yang saling terkait tetapi memiliki tanggung jawab yang berbeda. Berikut adalah penjelasan singkat tentang tugas masing-masing:
  1. **Merchandising:** Perencanaan Produk, Pembelian dan Pengadaan, Penataan dan Penempatan Produk, Harga dan Penawaran, Analisis Penjualan.
  2. **Pemasaran (Marketing):** Penelitian Pasar, Branding, Periklanan dan Promosi, Pengembangan Produk. Strategi Harga dan Penawaran, Media Sosial dan Pemasaran Digital.
- 2) **New Business:** Mengidentifikasi, pengembangan, dan peluncuran inisiatif atau proyek baru yang dapat memberikan nilai tambah atau pertumbuhan bagi perusahaan. Dengan penugasan yakni Analisis Pasar, Evaluasi Potensi Proyek, Pengembangan Strategi Bisnis, Identifikasi Peluang Kemitraan dan Kerjasama, Pengembangan Produk dan Layanan, Pengembangan Model Bisnis, Peluncuran dan Implementasi, Pengukuran Kinerja, Pengelolaan Proyek, Inovasi dan Riset.
- 3) **Administration:** Menjaga kelancaran operasional perusahaan. Melalui manajemen efisien dan efektif dalam hal administrasi, organisasi dapat bekerja secara lebih efisien dan fokus pada tujuan inti bisnisnya. Manajemen Fasilitas, Manajemen Inventaris, Pengelolaan Dokumen, Menangani penataan, penyimpanan, pengarsipan dokumen, Manajemen Jadwal dan Ruang, Menyusun jadwal penggunaan ruangan kantor, Pelayanan Pelanggan Internal, Komunikasi Internal, Pengelolaan Teknologi Informasi, Pengelolaan Perjalanan dan Akomodasi, Pematuhan Peraturan, dll.
- 4) **IT & Operation:** Menjalankan dan mendukung operasi sehari-hari perusahaan. Kedua departemen ini bekerja bersama untuk memastikan bahwa teknologi

informasi mendukung operasional perusahaan secara efisien, dan operasional perusahaan berjalan dengan lancar sesuai dengan tujuan bisnis dan kebijakan perusahaan. Berikut adalah beberapa tugas umum yang mungkin dilakukan oleh departemen IT & Operasional:

1. **Tugas Departemen IT:** Pengelolaan Infrastruktur IT, Pengelolaan Sistem, Pengelolaan Basis Data, Dukungan Teknis, Pengembangan Aplikasi, Inovasi Teknologi, *Manajemen Proyek IT*.
2. **Tugas Departemen Operasional:** Manajemen Rantai Pasok, Manajemen Produksi, Manajemen Persediaan, Pengelolaan Kualitas, Pemeliharaan Fasilitas dan Inventaris, Manajemen Layanan Pelanggan, Manajemen Proses Bisnis, Keberlanjutan dan Kepatuhan.

Setiap departemen tersebut berada dibawah pimpinan *General Manager* masing-masing. Setiap *General Manager* departemen membawahi beberapa *Deputy General Manager*, *Senior Manager* dan *Store Manager* divisi berbeda *Manager* menyesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.

## 2.5 Struktur Organisasi Human Resource Department PT. AEON Indonesia



**Gambar 2. 4**

Struktur organisasi  
Human Resource Department PT. AEON Indonesia

Pada struktur organisasi *Human Resource Department* PT. AEON Indonesia, posisi *Senior Manager HR* adalah jabatan tertinggi yang memimpin beberapa posisi di bawahnya yaitu *Manager HR*, *Senior Officer Training & Development*, *Senior Officer Talent Acquisition*, *Senior Officer Compensation & Benefits*. Secara singkat, berikut adalah penjelasan terkait beberapa posisi yang ada pada struktur :

**1) Senior Manager HR**

Peran seorang Senior Manager HR dalam pengelolaan sumber daya manusia suatu organisasi. Berikut adalah beberapa tugas umum yang biasanya diemban oleh seorang Senior Manager HR:

1. Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia
2. Rekrutmen dan Seleksi, Manajemen Kinerja
3. Manajemen Gaji dan Tunjangan
4. Manajemen Konflik dan Penyelesaian Sengketa
5. Pengembangan Karyawan
6. Kepatuhan Hukum dan Kebijakan
7. Hubungan Karyawan, Analisis Data dan Pelaporan
8. Perencanaan Suksesi
9. Budaya Organisasi
10. Manajemen Perubahan
11. Diversitas dan Inklusi.

Senior Manager HR berperan sebagai pemimpin strategis dalam mengelola sumber daya manusia dan memastikan bahwa kebijakan dan praktik HR mendukung tujuan dan visi organisasi secara keseluruhan.

**2) Manager HR**

Memiliki tugas untuk membantu *Senior Manager HR* mengawasi, dan mengkoordinasi segala kegiatan yang berlangsung di *Human Resource Department*. Serta mewakili *Senior HR Manager* apabila berhalangan untuk melakukan suatu tugas. Manager HR berperan sebagai pemimpin operasional dalam fungsi sumber daya manusia, membantu menciptakan lingkungan kerja yang produktif, mendukung perkembangan karyawan, dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan dan kebijakan perusahaan.

**3) Senior Officer Training & Development**

Memiliki tugas dalam membantu karyawan baru mengenal budaya perusahaan dan proses pekerjaan, dan menetapkan program pelatihan

untuk karyawan. Peran Senior Officer Training & Development sangat penting dalam membantu organisasi membangun keterampilan dan pengetahuan karyawan, meningkatkan kinerja, dan mencapai tujuan pengembangan sumber daya manusia. Analisis Kebutuhan Pelatihan, Manajemen Vendor Pelatihan, Pelatihan Onboarding, dll.

#### **4) Senior Officer Talent Acquisition**

Memiliki tugas untuk merekrut karyawan baru, mulai dari interview hingga *job offering*. Peran Senior Officer Talent Acquisition sangat penting dalam memastikan organisasi mendapatkan bakat berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan bisnis. Selain itu, mereka berkontribusi pada citra perusahaan sebagai tempat kerja yang menarik dan mendukung pertumbuhan organisasi melalui pengadaan bakat yang efektif.

#### **5) Senior Officer Compensation & Benefits**

Memiliki tugas dalam mengurus hal administrasi, kompensasi, dan tunjangan karyawan. Berperan krusial dalam memastikan bahwa kebijakan dan program kompensasi serta manfaat mendukung tujuan organisasi, menjaga keseimbangan internal, dan menciptakan lingkungan kerja yang memotivasi karyawan. Penugasan posisi ini adalah Pelibatan Karyawan, Kepatuhan Data, Edukasi Karyawan, dll

### **2.6 Kegiatan Umum Perusahaan**

Kegiatan umum perusahaan mencakup aktivitas apa pun yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan utama yaitu menghasilkan keuntungan. Ini adalah istilah umum yang mencakup semua kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perusahaan selama menjalankan bisnis.

PT. AEON Indonesia memiliki kegiatan umum perusahaan yaitu menjual berbagai macam produk yang merupakan kebutuhan primer dan sekunder masyarakat. Karena PT. AEON Indonesia menyewa tempat kepada PT. AEON Mall Indonesia, area penjualan terbagi menjadi 3 bagian yaitu *Foodline*, *Hardline*, dan *Softline*.

#### **1) Foodline**

Pada area ini PT. AEON Indonesia menjual berbagai jenis makanan siap saji yang terletak di *ground floor* atau lantai dasar AEON Mall Indonesia. Berbagai jenis makanan yang dijual antara lain adalah roti, kue kering, kue,

sushi, takoyaki, bento, snack ringan, *ice cream*, dan lain sebagainya.

## **2) Hardline**

Pada area ini PT. AEON Indonesia menjual berbagai jenis barang-barang kebutuhan rumah tangga pada area yang terletak di lantai 2 (dua) AEON Mall Indonesia. Contoh barang atau produk yang dijual pada area ini adalah peralatan pembersih rumah, peralatan masak, mainan untuk anak, alat-alat menulis, dan lain sebagainya.

## **3) Softline**

Pada area ini PT. AEON Indonesia menjual berbagai macam kebutuhan sekunder yang merupakan atribut pakaian, area ini terletak di lantai 1 (satu) AEON Mall Indonesia. Contoh dari barang atau produk yang dijual pada area ini antara lain adalah sepatu, tas, pakaian, aksesoris, dll.