

BAB II

GAMBARAN UMUM HYPERMART PARAGON MALL SEMARANG

2.1 Sejarah Hypermart

Hypermart adalah salah satu pelaku ritel hypermarket di Indonesia yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari, fashion, rumah tangga, dan lain-lain. Hypermart sendiri sudah mulai beroperasi sejak tahun 2004 yang mana awal berdirinya Hypermart ini diawali dengan berdirinya toko dengan nama “Micky Mouse” oleh Hari Darmawan di gedung dua lantai pada tahun 1958 yang berlokasi pada Pasar Baru, Jakarta. Kemudian pada tahun 1972, Matahari yang berada di bawah naungan PT. Matahari Putra Prima Tbk mampu menjadi pencetus toserba di Indonesia yang mana kemampuan ini dibuktikan dengan Matahari membuka toko Sinar Matahari di Bogor pada 1980.

Pada bulan Juli 1991, Matahari melaksanakan ekspansi pertama dengan membuka supermarket Super Bazaar yang kemudian pada tahun 2000 berubah nama menjadi Matahari Supermarket. Lalu, Matahari memisahkan bisnis inti menjadi bisnis independen/ mandiri guna memajukan perusahaan dengan mengembangkan perusahaan baru seperti Matahari Supermarket. Namun, melihat kebutuhan konsumen Indonesia yang besar, maka supermarket saja tidak cukup. Oleh karena itu, diperlukan pendirian hypermarket di Indonesia dengan mengubah *store* di WTC Serpong menjadi Hypermart pertama pada tanggal 22 April 2004. Adanya Hypermart ini disambut baik oleh masyarakat Indonesia karena Hypermart ini menawarkan kemudahan di dalam menemukan segala macam barang baik kebutuhan primer maupun sekunder dalam satu

tempat sekaligus. Selain itu, Hypermart juga menawarkan suasana berbelanja yang hangat, menyenangkan, dan bersahabat dengan harga yang kompetitif. Konsep Hypermart ini membuat pelanggan tertarik dan senang sehingga sampai saat ini Hypermart sudah memiliki 100 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia.

2.2 Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

Mewujudkan retail multi format nomor 1 di Indonesia.

2.2.2 Misi Perusahaan

Misi merupakan langkah- langkah yang dilakukan guna mencapai visi perusahaan. Hypermart memiliki misi yang wajib dilakukan yakni :

“Mentransformasikan Matahari Food Business menjadi retail kelas dunia yang bisa menghasilkan pertumbuhan penjualan dan profit secara terus menerus”

2.3.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan dasar moral yang digunakan guna memperoleh visi dan misi perusahaan yang sudah ditetapkan. Adapun nilai perusahaan Hypermart yakni:

- a. Terus menerus mencari cara dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada konsumen serta rekan kerja
- b. Menciptakan serta membantu dalam menciptakan lingkungan kerja yang bebas dari saling menyalahkan
- c. Memiliki kejujuran dan loyal pada seluruh aspek yang dilaksanakan
- d. Terus menerus berusaha dalam meningkatkan diri pada semua hal
- e. Selalu mendukung pembelajaran serta saling belajar satu sama lain.

f. Serta di atas segalanya, perusahaan mengagungkan Tuhan.

2.3 Logo Perusahaan

Logo perusahaan merupakan sebuah tanda pengenal sebuah perusahaan kepada pihak luar. Logo sendiri memiliki peran sebagai rebranding, yang mana logo dapat kita buat dengan menarik dan sederhana dengan maksud agar memudahkan orang lain untuk mengingat dan dikenali. Hypermart sendiri memiliki logo perusahaan yang telah digunakan sejak tanggal 19 Desember 2014 yakni :



Gambar 2. 1 Logo Hypermart

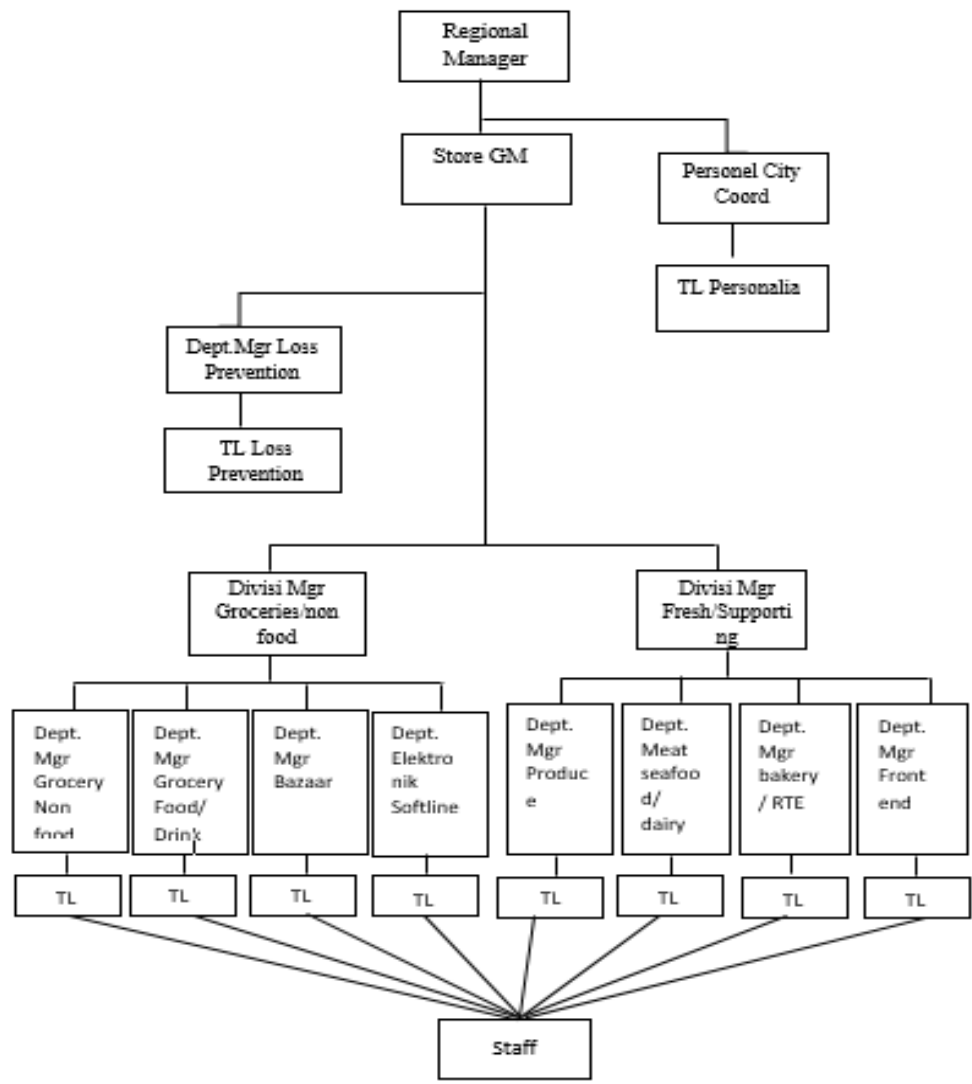
Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Pada logo Hypermart di atas, didesain dengan simple dengan huruf h kecil berwarna kuning dilengkapi dengan ilustrasi cahaya dari matahari yang menggambarkan semangat, kekuatan, serta sebuah tekad Hypermart agar membentuk pemimpin pasar ritel di Indonesia. Selain itu, pada logo Hypermart dilengkapi dengan sebuah tagline Hypermart di bawahnya yakni “*low prices and more...*” yang melambangkan focus dari pelayanan yang diberikan oleh Hypermart yakni menyediakan barang- barang kebutuhan yang lengkap dan berkualitas dengan harga yang bersaing di pasaran.

2.4 Struktur Organisasi

Setiap bidang kerja yang terdapat pada Hypermart Paragon Mall Semarang memiliki kewajiban serta tanggung jawab masing- masing yang harus dilaksanakan oleh setiap

orang yang menduduki posisi kerja tersebut. Berikut ditampilkan gambar dari struktur organisasi pada Hypermart Paragon Mall Semarang.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Hypermart Paragon Mall Semarang

a. Store General Manager (Store GM)

Memiliki tanggung jawab utama untuk mengatur operasional toko secara keseluruhan sehingga dapat memenuhi tujuannya sebagai pemimpin. Adapun tugas dari Store GM yakni sebagai berikut :

- 1) Mengontrol serta evaluasi kinerja karyawan per tahunan atau semester
- 2) Memastikan SOP berjalan sebagaimana mestinya
- 3) Mereview target dan realisasi penjualan
- 4) Memastikan *shrinkages* toko sesuai dengan budget yang ditetapkan
- 5) Bertanggung jawab pada pemeliharaan asset toko.

b. Divisi Manager

Memiliki tugas utama memaksimalkan kinerja setiap toko untuk menciptakan toko target yang bersaing dengan pedagang lainnya. Adapun tugas dari divisi manager yakni sebagai berikut ;

- 1) Saat Store GM tidak hadir, Manager membantu Store GM dalam menjalankan tugasnya.
- 2) Melakukan evaluasi rutin terhadap kinerja masing- masing jobdesc yang sudah dibagi tiap hari.
- 3) Memantau stok setiap hari dari Senin hingga Jumat untuk memastikan jumlah barang tetap konstan.

c. Departemen manager

Pada hypermart memiliki delapan departemen atau divisi. Untuk departemen manager memiliki fungsi utama di dalam menjalankan jobdesc sesuai dengan

peraturan toko serta membimbing bawahan. Adapun tugas dari departemen manager yaitu :

- 1) Melaksanakan briefing harian terhadap bawahan dan staff agar kinerja yang dilakukan berjalan semakin optimal dan baik.
- 2) Menetapkan dan kendalikan kinerja toko sesuai dengan masing-masing departemen serta melakukan evaluasi pelaksanaan.
- 3) Melakukan monitoring atas jalannya jobdesc team leader dan staff agar sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan.
- 4) Mengatur kontrak perpanjangan kerja staff.
- 5) Membuat rincian pekerjaan atau jobdesc bagi team leader ataupun staff.

d. Team leader.

Memiliki tanggung jawab utama untuk mendukung manajer departemen dalam tugasnya dan membantu personel dalam melakukan operasi ritel sesuai dengan standar toko yang ditentukan. Team leader bertanggung jawab untuk :

- 1) Menetapkan jadwal staf.
- 2) Melakukan pembimbingan terhadap staff baru sesuai dengan departemen masing-masing.
- 3) Melakukan briefing rutin dengan departemen dan juga staff.

e. Staff

Anggota staf adalah mereka yang bekerja langsung di departemen di bawah pengawasan manajer departemen dan pemimpin tim. Akibatnya, tanggung jawab

anggota staf adalah menyelesaikan uraian tugas di bawah bimbingan manajer departemen dan pemimpin tim.

2.5 Uraian Deskripsi Divisi dan Departemen Hypermart Paragon Mall Semarang

Hypermart Paragon Mall Semarang memiliki beberapa divisi yakni sebagai berikut:

1) Divisi grosir/ *groceries*

Kebutuhan sehari-hari konsumen seperti beras, minyak, makanan ringan, minuman, dan lainnya ditangani oleh sektor ini. Departemen makanan dan minuman serta departemen kosmetik kesehatan dan kecantikan juga menjadi bagian dari divisi ini.

2) Divisi non-food.

Selain makanan, bagian ini bertanggung jawab atas hal-hal seperti pakaian jadi, perlengkapan kantor, dan elektronik. Divisi elektronik, softline, stasioner, mainan, dan bazaar membentuk sektor ini.

3) Divisi food

Divisi yang bertanggung jawab atas makanan segar seperti daging dan ikan. Bagian sayuran, daging & ikan beku, dan siap saji hanyalah beberapa dari tiga divisi yang membentuk divisi ini.

4) Departemen supporting.

Divisi ini bertugas untuk mendukung semua kegiatan yang berhubungan dengan pengecekan harga, manajemen database penjualan, dan semua pelaporan yang berhubungan dengan transaksi penjualan.

5) Departemen lose prevention

Staf dan sistem keamanan lokal berada di bawah kendali departemen ini. Selain itu, bagian ini bertanggung jawab untuk menjamin keamanan konsumen saat berbelanja serta mengurangi kejahatan dan pencurian di lingkungan ritel.

6) Departemen front end

Departemen ini merupakan departemen yang berhadapan secara langsung dengan konsumen Hypermart dan biasanya dapat kita temui pada kasir ataupun customer service sesuai dengan SOP Hypermart yang ada.

7) Departemen personalia.

Agar bisnis berjalan lancar, departemen personalia selalu dituntut untuk menangani proses administrasi, mengoperasikan semua ide organisasi yang berkaitan dengan perilaku karyawan, memberikan pelatihan, dan merekrut karyawan baru.

8) Departemen back end.

Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan Hypermart, departemen ini harus menerima produk dari pemasok.

2.6 Produk yang dijual pada Hypermart

Hypermart merupakan perusahaan ritel besar atau hipermarket yang menawarkan serta menjual barang kebutuhan sehari-hari. Adapun produk yang dijual di Hypermart dapat dikelompokkan menjadi 3 bagian yakni sebagai berikut :

1. Produk *fresh* atau produk segar.

Produk yang termasuk dalam kategori segar harus disimpan dalam lemari pendingin atau refrigerator (coolroom) karena dapat dikonsumsi oleh konsumen sehari-hari dan memiliki umur simpan yang pendek dan/atau mudah menurun kualitasnya.

2. Produk *food* atau makanan.

Produk makanan adalah barang dari kategori makanan dan minuman yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan memiliki umur simpan yang lama setelah diproduksi.

3. Produk *non food* atau bukan makanan.

Produk yang tergolong non pangan adalah produk yang digunakan untuk mendukung aktivitas sehari-hari tetapi tidak dikonsumsi oleh pelanggan. Barang elektronik, mainan, peralatan rumah tangga, pakaian jadi, dan barang lainnya termasuk dalam kategori barang dagangan ini.

2.7 Identitas Responden

2.7.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Terdapat dua jenis kelamin yang menjadi responden pada penelitian ini yaitu Perempuan dan Laki-laki. Identitas responden berdasarkan dari jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. 1. Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Perempuan	39	39
2	Laki-laki	61	61

Jumlah	100	100
---------------	------------	------------

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Pada tabel 2.1, bisa dilihat bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh Laki-laki sebesar 61 orang (61%). Sedangkan untuk responden perempuan sebesar 39 orang (39%).

2.7.3 Identitas Responden Berdasarkan Usia Responden

Usia adalah kurun waktu semenjak adanya seseorang serta dapat diukur dengan menggunakan satuan waktu dipandang dari segi kronologis, individu normal serta mampu dilihat tingkat perkembangan anatomis dan fisiologis sama. Identitas responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 2. 2. Identitas Responden berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	17- 25	17	17
2	26- 35	55	55
3	36- 45	21	21
4	46- 55	5	5
5	56- 65	2	2
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Pada tabel 2.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian ini yaitu yang berusia 26 sampai 35 tahun yakni dengan 55 orang (55%). Kemudian, selanjutnya

diikuti oleh responden yang berusia 36 sampai 45 tahun sebesar 21 orang (21%). Responden dengan usia 17 sampai 25 tahun menduduki posisi ketiga paling besar yaitu dengan 17 orang (17%). Selanjutnya, untuk responden yang memiliki rentang usia 46 sampai 55 tahun ada sebesar 5 orang (5%). Sedangkan, untuk responden dengan rentang usia 56- 65 tahun pada penelitian ini hanya sebesar 2 orang (2%).

2.7.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

Pekerjaan merupakan kegiatan sehari- hari atau aktivitas utama yang dilakukan manusia dengan tujuan tertentu yang dilakukan secara baik dan benar. Adapun pekerjaan responden penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. 3. Identitas Responden berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Mahasiswa	4	4
2	Pegawai/ Karyawan	84	84
3	Wiraswasta	6	6
4	IRT	1	1
5	PNS	2	2
6	Freelance	2	2
7	Pensiunan	1	1
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2.3, diketahui bahwa pekerjaan Pegawai/ Karyawan menjadi mayoritas pekerjaan responden penelitian ini dengan jumlah sebesar 84 orang (84%), lalu disusul dengan wiraswasta sebesar 6 orang (6%), mahasiswa sebesar 4 orang (4%),

kemudian PNS dan Freelance masing- masing sebanyak 2 orang (2%), serta IRT dan Pensiunan masing- masing sebesar 1 orang (1%).

2.7.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir dari responden penelitian ini cukup beragam. Berikut adalah tingkatan dari pendidikan terakhir responden yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. 4. Identitas Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1	SLTP	2	2
2	SLTA	17	17
3	Diploma	17	17
4	S1	63	63
5	S2	1	1
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Pada tabel 2.4, dapat kita lihat bahwa yang menjadi mayoritas pendidikan terakhir pada responden penelitian ini yaitu S1 sebesar 63 orang atau 63%. Lalu disusul dengan diploma dan SLTA masing- masing sebanyak 17% atau 17 orang. Sedangkan untuk SLTP berjumlah 2 orang (2%) dan S2 sebanyak 1 orang (1%).

2.7.6 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Pendapatan merupakan penghasilan atau pemasukan per bulan yang diperoleh seseorang. Berikut adalah tabel berisikan data pendapatan responden :

Tabel 2. 5. Identitas Responden berdasarkan Pendapatan per bulan

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
1	≤ Rp 1.000.000	-	-
2	> Rp 1.000.000 - ≤ Rp 2.500.000	10	10
3	> Rp 2.500.000 - ≤ Rp 4.000.000	52	52
4	> Rp 4.000.000	38	38
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2.5 diketahui bahwa pendapatan per bulan responden penelitian ini sebagian besar berada di rentang Rp 2.500.000 – Rp 4.000.000 dengan persentase sebesar 52% atau sebesar 52 orang. Kemudian untuk pendapatan lebih dari Rp 4.000.000 sebesar 38% dan untuk pendapatan antara Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000 sebesar 10 orang atau 10%.