



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1. Deskripsi Perusahaan



Gambar 2.1. Logo PT. Matahari Putra Prima, Tbk  
(sumber: [ir.hypermart.co.id](http://ir.hypermart.co.id))

PT. Matahari Putra Prima, Tbk. adalah anak perusahaan Grup Lippo yang bergerak di bidang ritel di Indonesia. Kantor pusatnya terletak di Menara Matahari Lantai 17, Jalan Boulevard Palem Raya No.7, Lippo Karawaci, Tangerang. Sejak berdiri tanggal 11 Maret 1986, PT. Matahari Putra Prima, Tbk. atau yang biasa disebut MPPA telah berhasil mengoperasikan beberapa anak perusahaan yang berjalan di bidang penjualan kebutuhan sehari-hari. Bahkan sejak penawaran umum perdana di pasar modal di tahun 1992 silam, MPPA telah memberikan keuntungan yang stabil bagi para pemegang saham dengan konsistensinya mempertahankan kinerja keuangan yang positif.

Di tahun 2012, MPPA melakukan gerakan divestasi bisnis noninti seperti yang telah direkomendasikan oleh sebuah bank investasi dan perusahaan perantara saham terkenal, Merrill Lynch. Dengan itu MPPA dapat fokus dengan ritel intinya sehingga saat ini MPPA telah berhasil menjadi operator tunggal yang fokus pada *Fast Moving Consumer Goods* atau FMCG dengan adanya Hypermart, Foodmart, dan Boston Health & Beauty. Dan ditahun 2013 MPPA mendapatkan gelar *Global Small Cap Outperformer* sebagai pengakuan pasar internasional atas keberhasilan Perseroan dan strategi bisnis oleh Morgan Stanley.

Hingga pada tahun 2014, MPPA sudah meraih beberapa pencapaian penting untuk menjadikan perusahaan peritel multi-format No.1 di Indonesia. Ditahun ini MPPA juga telah berhasil membuka gerai baru sebanyak 45 gerai untuk memperkuat posisi sebagai peritel modern Indonesia dan MPPA juga akan terus berkembang dan melanjutkan ekspansinya.



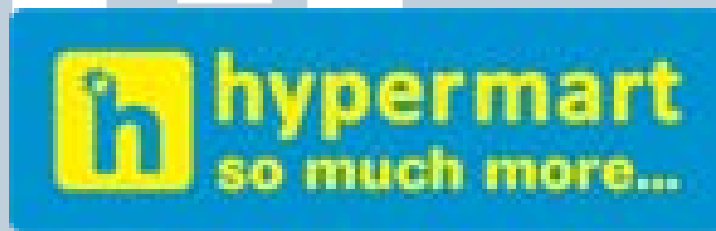
Gambar 2.2. Menara Matahari Kantor Pusat MPPA  
(sumber: dokumen pribadi penulis)

MPPA memiliki Visi yaitu “Menjadi Peritel Multi-format No.1 di Indonesia”. Sedangkan Misi MPPA adalah “Mentransformasi MPPA menjadi peritel multi-format kelas dunia yang menghasilkan pertumbuhan organik penjualan dan laba yang berkelanjutan”.

MPPA melalui Hypermart, Foodmart, dan Boston Health & Beauty telah tersebar luas di Indonesia mulai dari Kota Binjai, Sumatra Utara, Indonesia Bagian Barat, hingga ke Provinsi Jayapura, Papua, Indonesia Bagian Timur.

### 2.1.1. Hypermart

Hypermart telah hadir lebih dari 60 kota dengan jumlah total 107 gerai di seluruh Indonesia. Dengan itu Hypermart menjadi hipermarket dengan cakupan gerai terluas No. 1 di antara hypermarket lain di Indonesia. Hypermart sudah menjadi bisnis ritel inti dari MPPA dan terbukti Hypermart terbilang sangat sukses bahkan menjadi salah satu ikon di bidang hipermarket di Indonesia.



Gambar 2.3. Logo Hypermart  
(sumber: [www.hypermart.co.id](http://www.hypermart.co.id))

Hypermart pertama beroperasi pada tanggal 22 April 2004 yang terletak di WTC Serpong. Faktor terciptanya Hypermart adalah semakin besarnya kebutuhan konsumen dalam hal kebutuhan sehari-hari. MPPA sadar akan hal itu dan menggagas sebuah hipermarket yang menjual produk lebih lengkap dibandingkan dengan supermarket biasa. Bukan hanya agar konsumen dapat dengan mudah berbelanja semua kebutuhan dalam satu tempat, Hypermart juga dibangun dengan suasana hangat, menyenangkan, dan bersahabat semata-mata untuk kenyamanan konsumen saat berbelanja.

Kelengkapan produk yang dijual hingga terhitung lebih dari 30.000 jenis produk dengan harga yang lebih terjangkau, didukung dengan sumber daya manusia (SDM) yang terlatih dan dapat diandalkan, promosi yang dikemas dengan unik untuk menarik perhatian konsumen, hingga lokasi strategis yang dapat dengan mudah dijangkau oleh konsumen adalah beberapa strategi Hypermart untuk dapat menjadi bisnis ritel yang dapat memanjakan konsumen dan dapat bersaing dengan bisnis ritel dari perusahaan lain. Satu hal penting yang menjadi keunikan Hypermart adalah adanya jaminan harga termurah untuk beberapa produk. Dengan itu Hypermart ingin meyakinkan konsumen bahwa

harga yang mereka tawarkan lebih murah dibanding tempat lainnya. Sebagai jaminannya, Hypermart akan mengganti selisih harga dua kali lipat jika konsumen menemukan harga produk ditempat lain yang lebih murah. Dan untuk konsumen yang membeli produk elektronik, Hypermart juga menyediakan jasa antar di radius tertentu.

#### 2.1.1.1. Hypermart Online

Pada era modern dan serba digital saat ini, Indonesia berada diperingkat atas dalam hal pasar global menurut Nielsen. Hal tersebut berdasarkan minat masyarakat dalam jual beli online di tiga tahun terakhir. Untuk mengikuti gaya hidup modern konsumen, MPPA melakukan adaptasi pada bisnis ritel intinya. Bertujuan untuk menjadikan Hypermart sebagai bisnis peritel multiformat No.1 di Indonesia, MPPA melakukan pengembangan dan perancangan *platform e-commerce* untuk Hypermart yang disebut Hypermart Online melalui situs [shop.hypermart.co.id](http://shop.hypermart.co.id) atau aplikasi *smartphone*.



Gambar 2.4. Logo Hypermart Online

(sumber: [shop.hypermart.co.id](http://shop.hypermart.co.id))

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

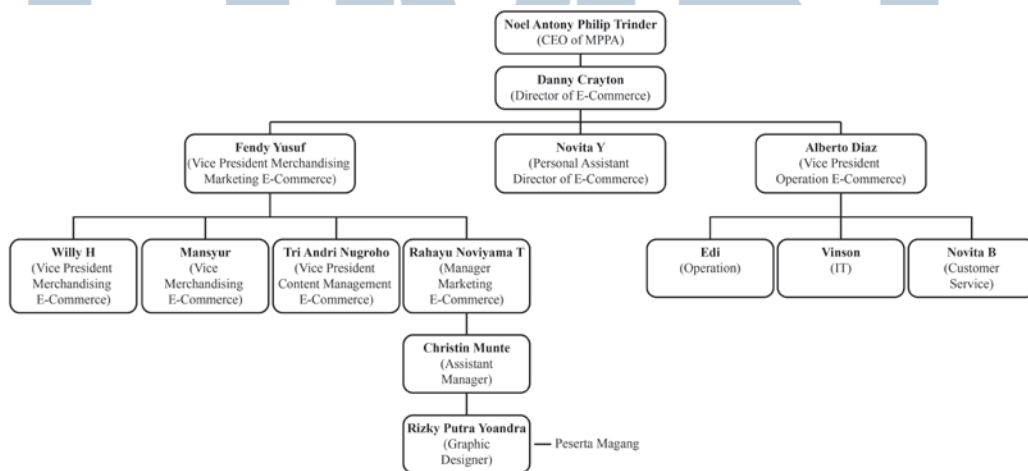
Hypermart Online adalah situs dagang yang menyajikan produk yang sama dengan toko Hypermart walaupun kelengkapannya kadang tidak sama dengan yang ada di toko. Dengan Hypermart Online, konsumen dapat berbelanja dengan lebih mudah dan hemat waktu karena konsumen dapat menemukan produk yang diinginkan lengkap dengan informasi tentang produk tersebut hanya dengan membuka situs

shop.hypermart.co.id atau membuka aplikasi Hypermart Online yang tersedia di Android dan IOS.

Cara pembayaran yang tersedia di Hypermart Online dapat melalui transfer dari bank di Indonesia atau juga bisa melalui *Cash On Delivery* (COD) yaitu konsumen dapat membayar produk yang dibeli saat produk sudah diterima oleh konsumen, baik diterima saat produk telah sampai ke alamat konsumen atau konsumen juga bisa mengambil produk yang telah dipesan di toko Hypermart tanpa harus mengantri lagi.

Belanja online melalui Hypermart Online juga memiliki keuntungan lain yaitu promo khusus yang tersedia hanya jika konsumen berbelanja online. Promo tersebut hanya dapat dilihat di situs shop.hypermart.co.id dan di aplikasi *smartphone*. Promo tersebut dapat berupa potongan harga khusus, kupon diskon, kupon potongan harga, dan promo yang dilakukan bekerja sama dengan bank tertentu. Dengan adanya Hypermart Online MPPA berusaha untuk tetap menjadikan Hypermart No.1 di mata konsumen dengan fasilitas yang mempriorotaskan kenyamanan konsumen.

## 2.2. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.5. Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

(sumber: dokumen pribadi penulis)