



## 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.

#### **BABI**

## **PENDAHULUAN**

## 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan suatu negara kepulauan terbesar di Dunia, dengan memiliki 17.504 pulau dan dengan luas wilayah 1.913.578,68 km² (Badan Pusat Statistik, 2017) yang terletak di antara dua benua yaitu Asia-Australia, dan di antara dua samudera yaitu Hindia-Pasifik. Indonesia terkenal akan keberagaman budayanya, yang tersebar di 34 provinsi yang tiap provinsi nya memiliki keberagaman budaya dan karakteristik nya sendiri. Sebagai negara kepulauan terbesar dan dengan kondisi geografis yang mendukung, membuat Indonesia memiliki kekayaan alam yang sangat melimpah. Salah satu penopang ekonomi Indonesia sendiri yaitu sektor industri.

Airlangga Hartanto selaku ketua dari mentri perindustrian mengatakan bahwa industri pengolahan tetap konsisten berkontribusi sebesar 19,89% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional (Kemenperin.go.id 2018). Berdasarkan sumber yang sama beliau mengatakan dalam mendukung *Making Indonesia 4.0* sektor industri terpilih untuk menjadi pionir dalam implementasi industri 4.0, adapun industri yang terpilih yaitu makanan dan minuman, tekstil dan pakaian, otomotif, kimia dan elektronika.

Berdasarkan gambar 1.1 dibawah dapat kita lihat pada lapangan usaha perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil , dan motor mengalami peningkatan selama 3 tahun belakangan ini terhitung dari tahun 2015 sampai 2018. Hal ini dapat kita simpulkan bahwa perekonomian Indonesia khususnya dibidang industri ritel, mengalami pengingkatan tiap tahunnya walaupun tidak meningkat secara signifikan. Kemenperin dalam gambar di bawah

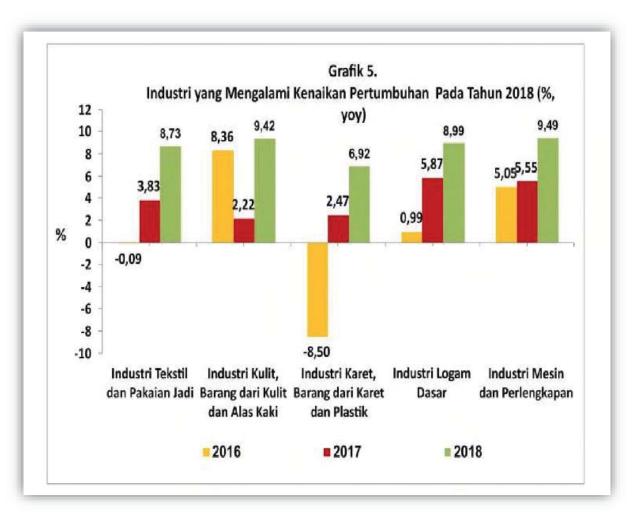
ini juga menunjukan industri tekstil dan pakaian jadi, industri kulit, barang dari kulit, dan alas kaki mengalami peningkatan di tahun 2018

Lapangan Usaha	2014	2015	2016						Persen, yo
				2017	2018				
					1	II	III	IV	TOTAL
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	4,24	3,75	3,36	3,87	3,34	4,72	3,66	3,87	3,91
Pertambangan dan Penggalian	0,43	-3,42	0,95	0,66	1,06	2,65	2,67	2,25	2,16
ndustri Pengolahan	4,64	4,33	4,26	4,29	4,60	3,88	4,35	4,25	4,27
Pengadaan Listrik	5,90	0,90	5,39	1,54	3,31	7,56	5,58	5,46	5,47
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah, dan Daur Ulang	5,24	7,07	3,60	4,60	3,65	3,94	6,20	7,92	5,46
Konstruksi	6,97	6,36	5,22	6,80	7,35	5,73	5,79	5,58	6,09
Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil, dan Motor	5,18	2,54	4,03	4,46	4,99	5,22	5,28	4,39	4,97
Transportasi dan Pergudagangan	7,36	6,71	7,45	8,49	8,56	8,70	5,65	5,34	7,01
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	5,77	4,31	5,17	5,39	5,17	5,60	5,91	5,95	5,66
nformasi dan Komunikasi	10,12	9,70	8,88	9,63	7,76	5,11	8,14	7,17	7,04
Jasa Keuangan	4,68	8,58	8,90	5,47	4,23	3,06	3,14	6,27	4,17
Real Estate	5,00	4,11	4,69	3,66	3,19	3,07	3,82	4,24	3,58
Jasa Perusahaan	9,81	7,69	7,36	8,44	8,04	8,89	8,67	8,94	8,64
Adm. Pemerintahan, Pertahanan, dan Jaminan Sosial Wajib	2,38	4,63	3,19	2,06	5,79	7,20	7,93	7,13	7,02
Jasa Pendidikan	5,47	7,33	3,80	3,70	4,84	5,04	6,60	4,97	5,36
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Lainnya	7,96	6,69	5,15	6,84	6,06	7,07	7,54	7,80	7,13
Jasa Lainnya	8,93	8,08	8,02	8,73	8,43	9,22	9,19	9,08	8,99
Pajak Dikurangi Subsidi Atas Produk	5,08	32,55	19,20	13,33	9,13	13,90	8,40	10,83	10,58
Produk Domestik Bruto	5,01	4,88	5,03	5,07	5,06	5,27	5,17	5,18	5,17

Sumber: Bank Indonesia 2018

## Gambar 1.1 PDB per Lapangan Usaha

Pada gambar 1.2 juga menunjukan jika perushaan pakaian ataupun aksesoris lainnya yang berkaitan mengalami peningkatan pada tahun 2018 sebesar 8.73%, Kemenperin mengatakan pertumbuhan terbesar terjadi pada industri pakaian jadi yang mencapai sebesar 11,02% dari pertumbuhan semula sebesar 4,48% pada tahun 2017. Kenaikan ini diiringi dengan membaiknya perekonomian negara-negara tujuan ekspor komoditi tersebut. Akan tetapi tidak hanya ekspor yang meningkat, impor pakaian jadi juga mengalami peningkatan yang cukup berarti sebesar 40,46% hanya sedikit lebih rendah dari kenaikan impornya sebesar 41,27% pada tahun 2017.



Sumber: Kementrian Perindustrian

#### Gambar 1.2 Kenaikan Pertumbuhan Pada Tahun 2018

Industri ritel sendiri memiliki peran penting dalam perekonomian di Indonesia walaupun sempat mengalami penurunan khusus nya di bidang *department store*. Ketua umum Asosiasi Pelaku Ritel Indonesia (APRINDO) Roy Nicholas, mengatakan pertumbuhan ritel pada tahun 2017 hanyalah 7,5-8% angka tersebut di bawah dengan pertumbuhan ritel pada tahun sebelumnya yang mencapai angka ≥9%. Hal tersebut diakibatkan oleh beberapa faktor, diantaranya ialah harga komoditas yang tidak bertambah, upah segmen menengah ke bawah tidak berubah, dan terjadi perubahan prilaku masyarakat dalam berbelanja. Perubahan pola belanja tersebut dapat terlihat di toko − toko ritel offline

yang jika di bandingkan dengan beberapa tahun belakangan, masyarakat berbelanja dengan menggunakan keranjang yang besar dan hampir terisi penuh, sedangkan sekarang konsumen hanya berbelanja dengan keranjang kecil itu dikarenakan sudah banyaknya layanan jemput barang.

Masyarakat sekarang ini tidak lagi datang ke toko, mereka hanya cukup pesan online atau dengan jasa jemput barang yang tersedia dalam aplikasi transportasi daring. Hal tersebut membuat pola konsumen yang tidak lagi berbelanja untuk kebutuhan bulanan, tetapi hanya berbelanja untuk kebutuhan sehari – hari yang mencukupi oleh kerena itu kunjungan ke yang memiliki kurang lebih 5000 meter persegi menurun, sedangkan hypermarket kunjungan ke *mini market* kian meningkat. Selain itu penjualan produk ritel non makanan dan non minuman mendapatkan persaingan ketat dengan e-commerce atau penjualan online, dapat dilihat dari hasil penurunan pendapatan yang cukup signifikan pada masa lebaran kemarin. Padahal momen lebaran menurut APRINDO merupakan momen yang sangat berkontribusi dalam peningkatan pendapatan. Akan tetapi hal tersebut tidak terwujudkan dikarenakan adanya e-commerce yang menjadi saingan toko tirel offline. Tidak sedikit toko – toko ritel yang mengalami penutupan gerai mulai dari toko ritel Matahari *Department* Store, yang mengalami penutupan 3 gerai di Pasaraya Blok M, Manggarai, dan Mall Taman Anggrek. Selain itu ada Ramayana Department Store, toko serba ada yang sudah berdiri cukup lama ini telah menutup 8 gerai di berbagai daera karena mengalami deficit. Lotus Department Store yang di miliki oleh MAP Group harus menutup gerainya juga, tidak hanya 1 atau 2 gerai saja, akan tetapi mereka harus menutup semua gerainya yang berada di Jakarta, Bekasi, dan Cibubur. Debenhams department store juga menghentikan operasional nya secara total, toko ritel ini merupakan lisensi dari peritel multinasional asal inggris. Tidak hanya supermarket dan department store saja yang tutup gerai, akan tetapi ritel jenis convenient store seperti 7-Eleven pun mengalami nasib yang sama, 7-Eleven harus menutup seluruh outlet yang di milikinya diakrenakan biaya operasional yang tidak tertutupi oleh pendapatannya.

APRINDO mengatakan bisnis ritel yang di jalankan harus mampu berpacu dengan perubahan-perubahan zaman dan mengadaptasi teknologi yang sedang popular di masa sekarang ini. Hal ini dikarena pergeseran pola konsumsi masyarakat yang lebiih mengutamakan kenyamanan membuat toko ritel yang ada harus dapat memenuhi keinginan masyarkat tersebut. Aprindo mengatakan ada 7 teknologi ritel popular yang dapat di terapkan, yaitu:

#### A. AR & VR

Kedua teknologi tersebut tengah popular di kalangan *retailer* di masa sekarang ini, karena hal ini dapat menghadirkan *customer experience* dan juga menarik lebih banyak pengunjung. Beberapa *retailer* yang menerapkan teknologi ini yaitu Amazon, IKEA, Zara, Adidas. Oleh karena itu diharapkan pelanggan yang berkunjung mendapatkan pengalaman baru yang menarik ketika mereka memilih suatu produk, serta dapat meningkatkan service dari toko ritel tersebut.

## B. Pelacakan pengiriman

Sudah banyak dari toko ritel *offline* yang mulai mengekspansi bisnis nya ke bidang *online* oleh karena itu, untuk para *retailer online* dapat memberikan kemudahan bagi para pelanggannya untuk melacak status pengiriman pesanaan mereka sendiri melalui aplikasi. Tidak sedikit pula di zaman sekarang toko ritel *online* yang bekerja sama dengan para ekpedisi logistic seperti JNE, J&T, TIKI, dll. Hal ini merupakan salah satu strategi yang baik untuk meningkatkan *customer experience* 

## C. Pencarian via suara

Tidak sedikit konsumen yang cenderung memilih metode berbelanja dengan cara yang praktis. Salah satu yang diminati oleh konsumen yaitu *voice-based shopping*. Melalui aplikasi seperti Google Home, Amazon Alexa, dan HomePod, konsum hanya perlu menyebutkan suatu produk yang diinginkan, dan dalam beberapa saat akan mendapatkan rujukan produk yang diinginkan.

#### D. BOPIS

BOPIS merupakan *Buy Online*, *Pick* – *up in Store* yang tidak sedikit toko ritel yang telah menerapkannya, dengan adanya fenomena tersebut yang mengizinkan konsumen untuk membeli produk di situs web yang telah di sediakan, dan dapat mengambilnya langsung di toko fisik nya tersebut. Hal ini dikarenakan berdasarkan survey yang di lakukan oleh TimeTrade, 85% konsumen lebih menyukai berbelanja di toko fisik ketimbang berbelanja online.

#### E. Self – service Kiosk

Pada era sekarang ini, bukan hanya kafe dan restoran yang menyediakan teknologi seperti ini. Penggunaan *self – service kiosk* dimaksudkan untuk memberikan pengalaman belanja yang lebih memuaskan, pelanggan dapat mengecek ketersediaan barang, menemukan ukuran atau warna produk yang tepat, dan bahkan melakukan pembayaran dengan menmasukan data kartu kredit ataupun menggunakan *m-payment* sehingga tidak lagi harus mengantri panjang di kasir.

#### F. Cloud POS

Sistem Cloud POS digunakan tidak hanya untuk membantu konsumen mempercepat proses *checkout*, tetapi juga menyimpan data penting seperti detail kartu kredit secara lebih aman.

### G. Otomatisasi Pemasaran

Sudah banyak *retailer* yang menyadari betapa signifikannya solusi otomatisasi terhadap efisiensi aktivitas bsinis mereka, termasuk juga dengan cara pemasarannya. Software otomatisasi pemasaraan ini mengizinkan *retailer* untuk mengsegmentasikan pelanggan dan membuat *campaign* yang tertarget. Campaign sendiri dapat di *custom* dan disesuaikan dengan preferensi pelanggan, begitu pula dengan *newsletter*.

Salah satu toko ritel yang belum berumur lama yaitu PT. Star Maju Sentosa atau yang lebih dikenal dengan STAR *Department Store* merupakan anak dari perusahaan Summarecon. STAR *DeptStore* di Summarecon Mall Serpong sendiri sudah berdiri sejak tahun 2008. Menariknya untuk industri ritel khususnya *deptstore* yang sedang lesu, STAR dapat bertahan dan bersaing dengan Centro di Mall yang sama. Hal ini menunjukan jika STAR memiliki *competitive advantages* yang tidak dimiliki oleh pesaingnya. Dapat dilihat dari *ambience*, *service*, *layout* dan hal lainnya yang ada di STAR menjadi suatu keunggulan, menurut Bapak Febri selaku salah satu supervisior.

STAR department store sendiri pada masa era digital ini menyikapi nya dengan lebih meningkatkan shopping experience yang tidak hanya mencakup kegiatan jual – beli saja, akan tetapi dapat memberikan pengalaman berbelanja yang lebih inovatif, interaktif, dan memberikan kepuasan emosional konsumen seperti dengan mengadakan perlombaan untuk anak-anak, ataupun mengganti tema dalam periode tertentu. Walaupun STAR sudah berusaha sebaik mungkin untuk melayani pelanggannya, akan tetapi terdapat beberapa hal yang belum dilakukan STAR yang membuatnya belum optimal, seperti halnya dimana semua toko ritel berusaha untuk mengikuti perkembangan zaman dan teknologi dengan mengekspansi bisnis nya ke lingkup online, STAR masih bertahan dengan toko ritel offline. Memang benar jika toko fisik masih di perlukan di zaman sekarang ini, dikarenakan konsumen akan tetap datang untuk mencari service yang tidak bisa mereka dapatkan di ritel online. Oleh karena itu toko ritel offline perlu mengalami transformasi untuk memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik kepada konsumen. Karena tidak dapat di hindarkan bahwa konsep toko fisik akan tetap berorientasi pada penjualan produk dan pelayanan. Sehingga ritel offline harus dapat memadukan bisnis mereka secara online maupun offline. Beberapa hal yang harus di pertahankan oleh toko ritel yaitu fokus pada kualitas, layanan, keunikan, perkembangan preferensi konsumen, meningkatkan kinerja staf dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Produk, pelayanan, *ambience*, serta hal-hal teknis di toko lah yang perlu di perhatikan STAR. *Layout* sendiri memiliki peran penting terhadap kondisi di lapangan, menurut Zimmer (2001) *store layout* menjadi efek penting dalam perilaku pembelian konsumen. Sehingga desain *store layout* sendiri harus menarik konsumen untuk menelusuri isi toko dengan harapan konsumen membeli lebih banyak produk dari yang sebelumnya telah di rencanakan. Harus diperhatikan juga dalam penempatan baik itu meja, etalase, rak, prong, dan sebagainya agar memberikan ruang yang cukup bagi konsumen untuk leluasa dalam pergerakannya. Pada masa sekarang ini dimana persaingan antara *department store* sangat ketat dan perubahan pola konsumsi masyarakat, membuat *store layout* berperan besar agar toko tersebut memiliki daya saing dengan menciptakan perbedaan dengan toko *department store* lainnya.

Dalam menciptakan *store layout* yang baik, terdapat spesifikasi khusus yaitu alokasi ruang lantai, klasifikasi yang diberikan toko, penentuan pola berjalan, penentuan kebutuhan ruangan, pemetaan di dalam toko, dan penataan produk secara individual. Hal ini bertujuan untuk mendorong pelanggan masuk dan mengitari seluruh toko, hal ini juga efektif untuk memperkenalkan produk baru dan memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk mencari barang (Bermans & Evans, 2001). Hal tersebutlah yang dapat STAR optimalkan lagi mengenai *store layout* yang telah di terapkan.

#### 1.2 Pokok Permasalahan

Pokok permasalahan yang penulis angkat untuk menjadi topik laporan magan ini, yaitu:

A. Melihat pengaruh *store layout* yang telah di terapkan oleh PT.STAR Maju Sentosa di salah satu *outlet* nya di Summarecon Mall Serpong (SMS) dalam upaya meningkatkan efisiensi dan sales terhadap *floor ladies sundries cosmetic*.

## 1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Berikut adalah maksud dari penulis yang melakukan kerja magang di PT. Star Maju Sentosa (STAR *Department Store*):

 Melakukan implementasi dari teori dan ilmu yang telah penulis pelajari selama masa perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara 2. Mendapatkan pengetahuan baru yang belum pernah penulis dapatkan pada masa perkuliahan, terutama tentang operational dan proses bisnis ritel/department

store berlangsung.

3. Memperoleh pengalaman kerja di bidang ritel *department store* yang berkaitan dengan proses dan operational bisnis yang penulis harapkan dapat menjadi bekal

nada saat masuk ka dunia karia saaara kasaluruhan satalah kalulusan

pada saat masuk ke dunia kerja secara keseluruhan setelah kelulusan

Sementara itu, tujuan penulis dalam melaksanakan kegiatan kerja magang di PT.

Star Maju Sentosa (STAR Department Store) adalah sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu mata kuliah dan menjadi syarat kelulusan S1 di Universitas

Multimedia Nusantara

2. Dapat memberikan saran ataupun masukan kepada STAR Dept Store yang

diharapkan dapat digunakan untuk menjadikan bisnisnya lebih berkembang

sesuai dengan apa yang telah dipelajari di Universitas Multimedia Nusantara

3. Memahami segala seluk – beluk kegiatan di back office karena penulis

sebelumnya hanya tahu proses membeli sebagai konsumen.

1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.4.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan ketentuan yang telah di tetapkan oleh Universitas Multimedia

Nusantara, matakuliah kerja magang (internship) minimal dilaksanakan 60 hari kerja

ataupun sesuai dengan kebutuhan perusahaan yang menjadi tempat magang tersebut.

Penulis dalam pelaksanaan kerja magang di tempatkan pada kantor cabang STAR

Department Store yang terletak pada Summarecon Mall Serpong Lt. 1 & Lt. 2, Jl.

Boulevard Raya, Gading Serpong, Tangerang. Berikut adalah data dari pelaksanaan

kerja magang yang telah di lakukan penulis:

Periode Magang : Juni 20

: Juni 2019 – September 2019

Nama Perusahaan

: PT. Star Maju Sentosa (STAR Department - Store)

9

Alamat Perusahaan : Summarecon Mall Serpong 1-2<sup>nd</sup> Floor, Jl.

Boulevard Raya, Gading Serpong. Kelapa Dua,

Tangerang, Banten 15820

Tanggal Pelaksanaan : 10 Juni 2019 – 16 September 2019

Waktu Kerja : Senin – Minggu, pukul 09.00 – 17.00 (shift

pagi); pukul 13.00 - 21.00 (shift middle); pukul 14.00 - 22.00 (shift siang); atau menyesuaikan

dengan jadwal perkuliahan yang ada

Posisi Magang : Staf Operational

## 1.4.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan prosedur kerja magang yang penulis lakukan, merupakan kegiatan yang dilakukan secara mandiri, bukan program kerja sama antara Universitas Multimedia Nusantara dengan STAR *Department Store*. Berikut merupakan tahapan yang penulis lakukan dari awal hingga akhir:

- 1. Mengirimkan CV kepada department HR STAR Department Store
- 2. Pihak *head office* HR STAR *Department Store* melakukan panggilan untuk interview yang dilakukan langsung oleh HR General Manager
- 3. Melakukan interview dengan General Manager HR
- 4. Penulis dinyatakan lolos tahap interview dan diterima untuk kerja magang di STAR *Department Store* Summarecon Mall Serpong
- 5. Penulis mengajukan form KM-01 untuk mendapatkan surat pengantar magang dari kampus (form KM-02)
- 6. Pengambilan form KM-02 yang telah di tandatangani oleh ketua program studi manajemen.
- 7. Penyerahan form KM-02 kepada pihak perusahaan, dan pihak perusahaan memberikan surat keterangan penerimaan kerja magang dari STAR Department Store

- 8. Menukarkan surat penerimaan keterangan kerja magang dengan form KM-03 hingga form KM-07
- 9. Melaksanakan kegiatan kerja magang
- 10. Membuat laporan magang
- 11. Melakukan ujian magang
- 12. Menyerahkan laporan magang yang telah di buat kepada perusahaan.