

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Perusahaan Narma Toserba

2.1.1. Sejarah Narma Toserba



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan

PT. Indo Suhar Jaya adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang ritel dengan nama bisnisnya adalah Narma Toserba yang berlokasi di jalan raya Narogong. Narma Toserba sudah berdiri tahun 2015 dan sudah berdiri selama 6 tahun dibidang ritel. Hal ini Narma Toserba juga memiliki prinsip untuk memberikan harga murah kepada para *customer*. Setiap karyawan selalu berusaha untuk memberikan kenyamanan bagi customer agar dapat menarik perhatian customer dengan baik.

PT. Indo Suhar Jaya adalah perusahaan bisnis yang berfokus pada ritel untuk memberikan harga termurah dengan selalu memberikan promo-promo yang dapat menarik perhatian *customer* dan selalu mengadakan event-event kepada masyarakat di berbagai daerah yang kurang mampu. Narma Toserba juga selalu memberikan segala kebutuhan yang selalu dicari customer agar mempermudah *customer* dalam mencari segala

barang yang diinginkan. Bisnis ritel tersebut melakukan banyak cara agar dapat menarik perhatian pengunjung atau customer dengan melakukan *bazaar promotion*, *flayer promotion*, dan melakukan *event*. Hal ini dilakukan oleh pihak perusahaan agar dapat mempercepat melakukan pengenalan nama pada Narma Toserba dan menarik perhatian customer dalam jumlah yang banyak. Konsep yang diperkenalkan Narma Toserba adalah konsep “One-stop Shopping”. Konsep yang menawarkan tempat pilihan dengan produk yang beragam, harga murah, dan juga memberikan pelayanan terbaik sehingga melebihi harapan pelanggan.

2.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Sesuai dengan apa yang penulis terima dari Narma Toserba tentang visi dan misi dari perusahaan tersebut, yaitu:

A. Visi

Memberikan nilai bagi pelanggan dengan mengharapkan system *EDLP (every day low Price)*.

B. Misi

Menghemat uang konsumen agar hidup lebih baik atau lebih indah.

2.1.3. Filosofi Perusahaan

1. menghormati setiap individu.
2. melayani konsumen dengan baik.
3. *striving for excellence* (berjuang luar biasa).
4. konsep *EDLP (every day low price)*.

2.1.4. Target Opening Store

Pada saat ini Narma Toserba sudah memiliki 3 tempat yaitu di jalan raya Narogong yang merupakan pusat dari Narma Toserba sekaligus

merupakan bisnis ritel yang pertama didirikan. Selain di wilayah tersebut sudah terdapat dua store lainnya yang berhasil dibangun oleh Narma Toserba yaitu di wilayah Bekasi dan Harvest City. Narma toserba masih memiliki banyak target *opening store* yang sudah menjadi pusat perhatian dari bisnis ritel tersebut.



Gambar 2. 2 Target Opening Store

Pada gambar tersebut dapat dilihat target-target yang akan menjadi pusat perhatian Narma toserba untuk didaerah Jawa seperti Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi dan Bandung yang merupakan target berikutnya. Dalam hal ini Narma Toserba membutuhkan banyak proses agar target yang sudah menjadi pusat perhatian dari perusahaan tersebut bisa tercapai dan juga bisa berjalan dengan baik. Dalam hal ini Narma Toserba sudah mengetahui bahwa targetnya tersebut merupakan wilayah-wilayah dengan populasi yang cukup banyak dalam melakukan pembelanjaan, terlebih lagi Narma toserba selalu memberikan harga yang

murah dan terbaik sehingga customer akan terus berdatangan dan mempunyai *customer* tetap yang selalu berbelanja di Narma Toserba.

2.1.5. *Products supply* Narma Toserba

Narma Toserba merupakan supermarket dengan menjual beberapa produk atau barang yang berasal dari *supplier* yang sudah melakukan kerja sama dengan Narma Toserba, berikut merupakan beberapa *supplier* yang bekerja sama dengan Narma Toserba seperti Indomarco, Unilever, Sayap Mas Utama, Artaboga, Kino, KAO, Enseval, Mayora.

2.1.6. Produk-produk Narma Toserba

Produk atau barang yang terdapat pada Narma Toserba sangat beragam dengan jumlah yang cukup banyak. Dalam hal ini produk atau barang yang dijual oleh Narma Toserba seperti food, cleaning, electronic, seasonal product, baby gear, fashion, glassware, toys, automotif, dan accessories.

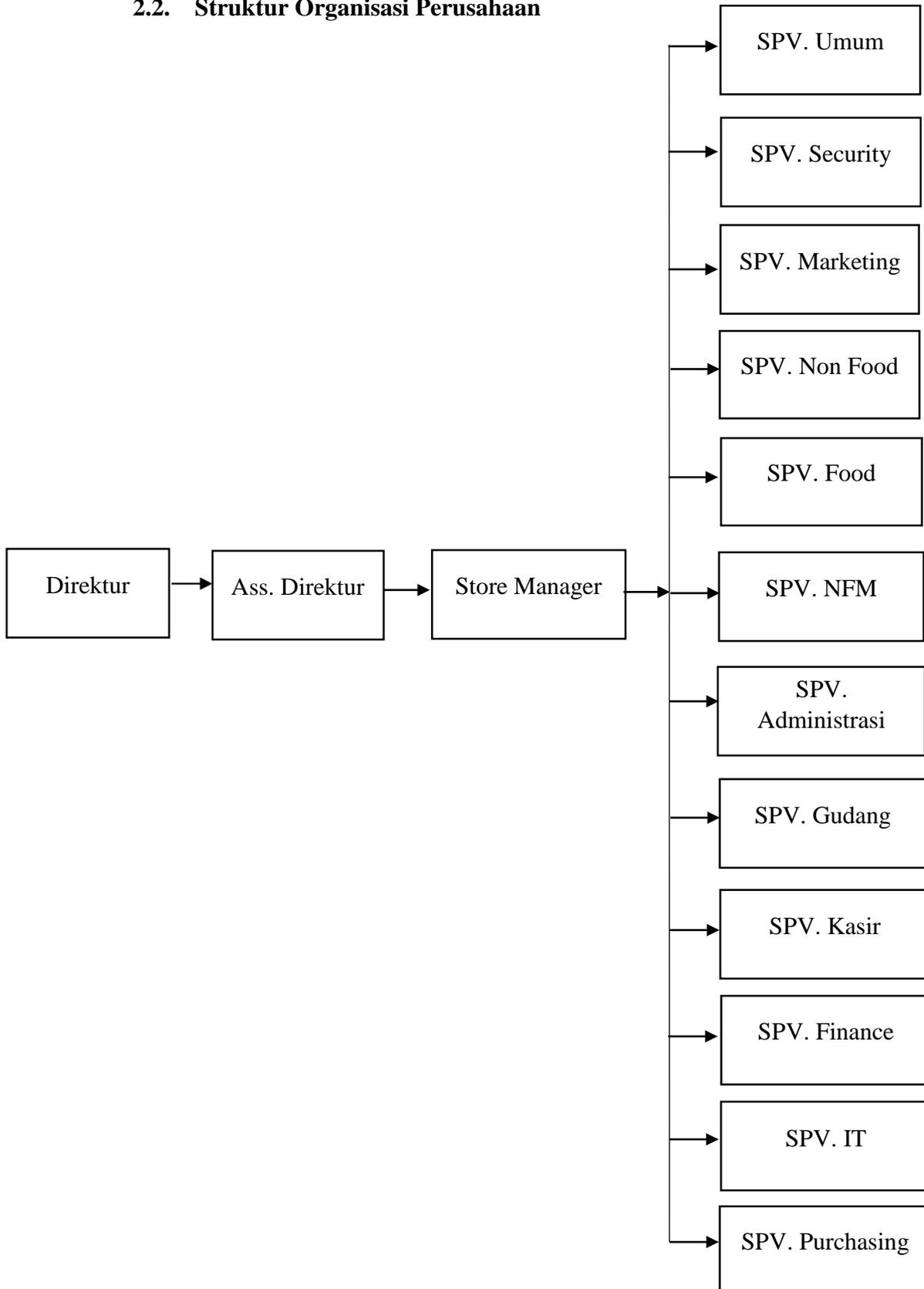
2.1.7. SOP Karyawan Narma Toserba

Dalam hal ini Narma Toserba memiliki SOP (Standar Operasional Prosedur) khususnya untuk karyawan yang bekerja di Narma Toserba. Berikut merupakan SOP karyawan di Narma Toserba:

1. Karyawan datang 30 menit sebelum jam operasional toko pukul 08.00 WIB artinya karyawandatang pukul 07.30 WIB.
2. Karyawan melakukan briefing pada pukul 07.40 WIB.
3. Karyawan harus sudah siap kerja dengan standar penampilan yang telah ditetapkan.
4. Barang bawaan karyawan seperti tas, jaket, dan lain-lain disimpan pada loker yang sudah disediakan.

5. Karyawan tidak diperkenankan membawa *handphone* pada saat jam kerja.
6. Karyawan tidak diperkenankan makan dan minum di area penjualan.
7. Karyawan wajib menggunakan kartu identitas atau *ID Card*.
8. Karyawan wajib mentaati peraturan jam kerja yang telah ditetapkan (waktu datang, istirahat, dan pada saat pulang kerja).
9. Karyawan shif 1 datang pukul 07.30 WIB, istirahat pukul 14.00 sd 15.00 WIB, dan pulang pukul 16.30 WIB.
10. Karyawan Shif 2 datang pukul 13.30 WIB, istirahat pukul 15.30 sd 16.30 WIB, dan pulang pukul 22.00 WIB.
11. Karyawan wajib mematuhi jadwal kerja yang sudah ditetapkan.
12. Karyawan wajib memberikan pelayanan dengan baik kepada konsumen dengan melakukan senyum, sapa, dan salam.
13. Karyawan tidak diperkenankan meninggalkan area penjualan pada saat operasional jam kerja kecuali atas ijin dari atasan.

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan



Tabel 2. 1 Struktur Organisasi Perusahaan

Pada gambar berikut dapat dilihat bahwa setiap perusahaan memiliki struktur organisasi yang setiap organisasi memiliki tugasnya masing-masing yaitu:

1. *Direktur* adalah seseorang yang mengelola dan mengatur jalannya suatu bisnis agar berjalan dengan baik. Direktur juga berfungsi untuk memimpin semua karyawannya agar perusahaan dapat berjalan dengan baik dan efisien.
2. *Assistant Direktur* adalah seseorang yang bertugas untuk membantu tugas dari direktur apabila ada beberapa tugas yang tidak sempat dikerjakan kepada direktur dan nantinya akan dilaporkan hasil kerjanya tersebut.
3. *Store Manager* adalah seseorang yang bertugas untuk mengatur semua alur yang terdapat di store agar dapat terorganisir dengan baik
4. *Supervisor Umum* adalah seseorang yang mengatur alur toko secara keseluruhan dan membantu tugas dari store manager seperti mengecek segala masalah yang ada di store.
5. *Supervisor Security* adalah seseorang yang bertugas untuk mengatur segala keamanan di store tersebut sehingga tidak terjadi segala hal yang membahayakan wilayah store.
6. *Supervisor Marketing* adalah seseorang yang bertugas mempromosikan barang-barang store untuk mendapatkan perhatian dari customer dari segi harga, produk-produk yang dimiliki dan lain-lain.
7. *Supervisor Non food* adalah seseorang yang bertugas untuk mengatur segala barang-barang yang berjenis sabun, pampers, shampoo dan lainnya.

8. *Supervisor food* adalah seseorang yang bertugas untuk mengontrol semua bahan makanan yang dibutuhkan oleh customer.
9. *Supervisor NFM* adalah seseorang yang bertugas untuk menjaga dan memperhatikan semua barang-barang yang menjadi alat bantu setiap masyarakat seperti mixer, panci, garpu, sendok, dispenser dan lainnya.
10. *Supervisor administrasi* adalah seseorang yang bertugas untuk memeriksa status data penjualan, menginput, dan tagihan yang terdapat di wilayah store
11. *Supervisor warehouse* adalah seseorang yang bertugas untuk mengontrol area gudang pada store tersebut seperti pada saat penerimaan hingga pada saat penyimpanan suatu barang dapat berjalan dengan alur yang benar dan baik.
12. *Supervisor cashier* adalah seseorang yang bertugas untuk mengecek segala pembayaran antara pihak store dengan customer dapat berjalan dengan baik.
13. *Supervisor finance* adalah seseorang yang bertugas untuk mengecek keuangan yang terdapat di store memiliki hasil yang benar dari penjualan hingga pendapatan dari store tersebut setiap bulannya.
14. *Supervisor IT* adalah seseorang yang bertugas mengecek segala program apabila terjadi kerusakan di wilayah store seperti adanya kemacetan pada saat penginputan data barang dan lainnya.
15. *Supervisor purchasing* adalah seseorang yang bertugas untuk melengkapi segala kebutuhan yang dibutuhkan oleh store baik itu barang ataupun jasa.

2.3. Tinjauan Pustaka

Teknik yang digunakan oleh bisnis ritel bertujuan untuk menciptakan pandangan customer terhadap perusahaan tersebut menjadi lebih baik, seperti memberikan harga terbaik untuk para customer. hal ini dilakukan agar para customer bisa memiliki daya Tarik tersendiri untuk selalu berbelanja di bisnis ritel tersebut. Dalam hal ini terdapat beberapa teori yang digunakan.

2.3.1. Management

Pengertian *management* pada umumnya dapat didefinisikan berbeda-beda oleh para ahli, menurut James A.F. Stoner (2006) Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya dari anggota organisasi serta penggunaan semua sumber daya yang ada pada organisasi untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Menurut Ahli Ibrahim (2016) Manajemen merupakan proses yang khas yang terdiri dari tindakan perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia serta sumber-sumber lain.

2.3.2. Operation Management

“*Operation Management* adalah suatu bentuk usaha dari pengelolaan yang menyeluruh dan optimal pada semua faktor produksi dalam proses transformasi sebuah masalah tenaga kerja, barang, mesin, peralatan, bahan baku atau produk apapun yang bisa dijadikan sebuah barang atau jasa yang tentunya bisa diperjual belikan” (Aulia Bella, 2021). Beberapa ahli mendefinisikan operation management seperti berikut:

1. Menurut (Handoko, 1999:3) manajemen produksi dan operasional adalah usaha-usaha pengelolaan secara optimal

penggunaan sumber daya-sumber daya (disebut juga dengan faktor-faktor produksi), tenaga kerja, mesin – mesin, peralatan, bahan mentah dan lain sebagainya didalam proses transformasi bahan mentah dan tenaga kerja menjadi berbagai produk atau jasa.

- 2 Menurut (Heizer dan Render, 2011:4) didalam bukunya menyatakan bahwa manajemen operasi (operations management) adalah serangkaian aktivitas yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output.

1.3.3. Penerapan 5S

Langkah-langkah dalam melakukan persiapan program 5S. (Cakra Wijaya, 2008).

A. Komitmen Manajemen

Suatu bentuk persetujuan atau janji dari manajemen dalam mengemban tugas dan tanggung jawabnya untuk menjadikan 5S sebagai budaya perusahaan di masa mendatang.

B. Kebijakan Manajemen

Suatu pernyataan dari standar perilaku yang diinginkan perusahaan atau prosedur yang bisa diterapkan di seluruh organisasi.

C. Sasaran Perusahaan

Menetapkan apa yang ingin coba dicapai perusahaan dalam menjalankan bisnis operasionalnya.

D. Organisasi dan Peran Karyawan

Cara sesuatu atau dibangun. Organisasi adalah suatu wadah berkumpulnya minimal dua orang untuk mencapai suatu tujuan.

E. Zona Tanggung Jawab

Penerapan 5S akan menjadi lebih efektif maka tidak diperkenankan sebuah wilayah berada dibawah tanggung jawab dua orang promotor atau lebih dari seorang.

F. Aktivitas Kelompok Kecil

Kelompok yang biasanya terdiri dari atas lima sampai sepuluh orang karyawan di tempat kerja.

G. Rencana Penerapan Induk

Lembar rencana induk penerapan 5S ini membantu dalam menetapkan langkah-langkah yang harus dilakukan dan untuk menghindari loncatan langkah tersebut seperti persiapan penerapan terlebih dahulu, kemudian melakukan pengenalan terhadap 5S seperti:

1. *Seiri*: membedakan antara suatu hal yang diperlukan dengan hal yang tidak diperlukan.
2. *Seiton*: menentukan tata rapi letak yang rapi sehingga mempermudah dalam mencari barang yang dibutuhkan.
3. *Seiso*: menghilangkan sampah kotoran dan barang asing untuk memperoleh tempat kerja yang bersih.
4. *Seiketsu*: memelihara barang dengan teratur, rapi dan bersih serta segala aspek yang dapat menyebabkan polusi.
5. *Shitsuke*: melakukan suatu hal yang benar menjadi sebuah kebiasaan untuk setiap karyawan (staff Unila, 2014).

1.3.4. Fishbone

“Salah satu alat yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan memvisualisasikan sebuah hubungan antara sebab dan akibat untuk mengidentifikasi penyebab utama dari masalah yang terjadi Umumnya *Fishbone* Diagram digunakan untuk menunjukkan faktor-faktor penyebab dan kualitas yang disebabkan oleh beberapa hal yang menjadi penyebab dari masalah yang terjadi” (Ulia Kumalasari, 2019). Dibawah ini merupakan fungsi *fishbone* diagram, yaitu diantaranya:

1. Mengidentifikasi akar penyebab dari permasalahan yang terjadi.
2. Membantu untuk mengembangkan ide pemecahan masalah.
3. Untuk melakukan penyelidikan lebih lanjut atau penentuan fakta terhadap masalah yang terjadi.
4. Mengidentifikasi tindakan (bagaimana) untuk mendapatkan hasil yang diinginkan bisa sesuai dengan tujuannya.
5. Membantu untuk mendiskusikan masalah yang terjadi dengan lengkap dan benar.
6. Untuk menghasilkan pemikiran baru.

Masalah-masalah yang sering terjadi pada diagram fishbone adalah:

1. Tingkat cacat produk yang tinggi.
2. Suatu produktivitas yang tidak mencapai tujuannya.
3. Keluhan untuk pelanggan secara berulang.

