

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. *AEON* Indonesia diketahui sebagai anak perusahaan dari perusahaan *AEON* Co., Ltd. (ritel Jepang), yang berdiri sejak tahun 1926 dan beroperasi di Jepang dan negara-negara lain dengan berbagai lini, termasuk bisnis ritel, bisnis real estat, bisnis keuangan, hingga hiburan. *AEON* diakui sebagai salah satu grup ritel terkemuka di Asia dengan lebih dari 300 anak perusahaan di 13 negara. "*AEON*" berasal dari kata Latin yang berarti "keabadian". Magenta, campuran merah dan biru, adalah warna utama yang melambangkan perusahaan.

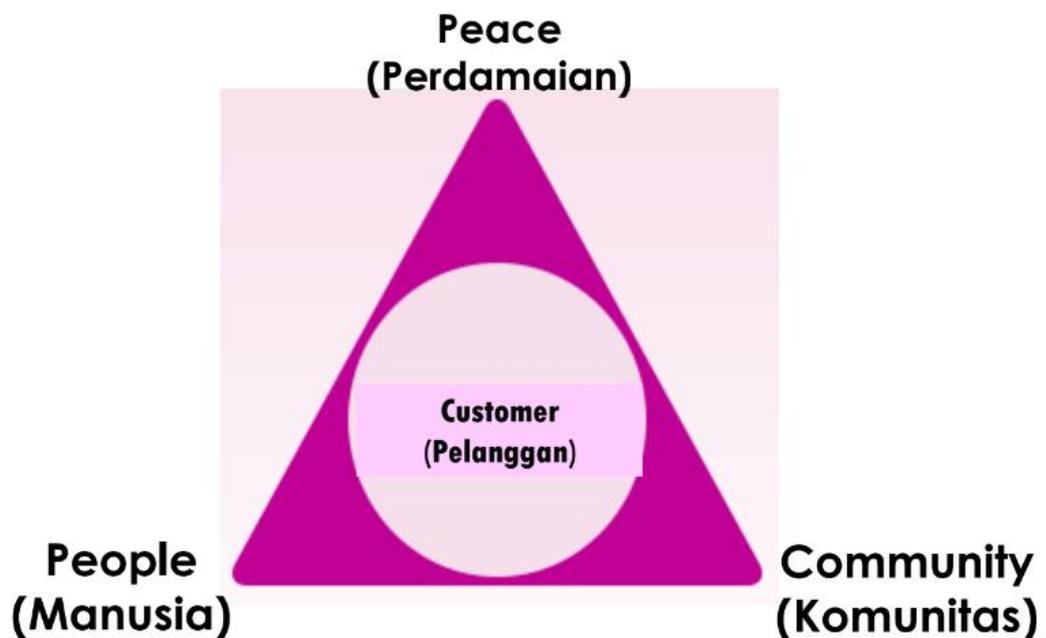


Gambar 2.1 AEON Logo

Source: PT. *AEON* Indonesia

AEON merumuskan pernyataan yang mencerminkan tujuan utama bisnis ritelnya. Dalam pernyataan ini, *AEON* berkomitmen untuk dapat menciptakan masa depan tak terbatas dalam kehidupan sehari-hari pelanggan melalui tindakan yang dilakukan dengan kepedulian serta pemikiran yang terbuka, juga semangat hidup

yang kuat. Selain itu, *AEON* juga mengikuti prinsip-prinsip inti, seperti perdamaian, kemanusiaan, komunitas, dan yang paling penting adalah pelanggan. Hal ini tercermin dalam prinsip "customer first," di mana kepuasan pelanggan selalu menjadi prioritas utama, dan kenyamanan pelanggan harus senantiasa dijaga.



Gambar 2.2 AEON Triangle Concept

Source: PT. AEON Indonesia

Dibawah ini merupakan sejarah berdirinya *AEON* antara lain:

1. Pada tahun 1758, Sozaemon Okada mendirikan toko *AEON* yang berada di Kyurakucho-Yokkaichi. Pada 1887, dia memilih untuk memindahkan toko *AEON* menjadi ke daerah Tsuji-Tokkaichi.
2. Jusco Group juga dikenal sebagai *Japan United Store Company* didirikan pada 1969.
3. *Jusco Group* berganti nama menjadi *AEON Group* pada tahun 1989.
4. *AEON Co. Ltd.* mempunyai tiga markas besar pada tahun 2010.

AEON Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang signifikan. Kesuksesan ini terutama didukung oleh keberhasilan mal *AEON*, yang dibangun di BSD pada tahun 2015. Operasi Pusat Perbelanjaan *AEON* yang terus berkembang dan pembukaan outlet baru di berbagai kota di Indonesia, seperti *AEON* Sentul City, *AEON* JGC, dan *AEON* Tanjung Barat, diawasi oleh PT. *AEON* Indonesia dan PT. *AEON* Mall Indonesia. Menariknya, *AEON* Indonesia memiliki rencana untuk memperluas keberadaannya setiap tahun dengan membuka sejumlah cabang baru yang terbagi di berbagai kota dan daerah yang ada di Indonesia.



Gambar 2.3 AEON Store BSD

Evaluasi potensi pasar yang luas dan terus berkembang di Indonesia memengaruhi keputusan *AEON* untuk membuka cabang di negara tersebut. Indonesia terkenal sebagai negara dengan populasi yang besar serta memiliki pertumbuhan ekonomi yang cepat. *AEON* melihat adanya peluang untuk memperluas bisnis ritelnya yang berada di Indonesia dengan ditawarkannya beragam barang dan jasa. *AEON* juga menyadari bahwa stabilitas politik dan kemajuan ekonomi Indonesia sangat penting untuk keputusan mereka untuk melakukan investasi di negara tersebut. Perusahaan tahu bahwa pelanggan Indonesia sangat tertarik dengan gaya hidup kontemporer, terutama berbelanja ritel. Tentu mereka ingin memanfaatkan peluang tersebut.

Dengan dibukanya cabang yang berada di Indonesia, *AEON* bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan barang dan jasa ritel berkualitas tinggi sekaligus menciptakan peluang pekerjaan bagi masyarakat lokal. *AEON* telah membuat keputusan untuk mendirikan PT *AEON* Indonesia guna membantu pertumbuhan pasar ritel Indonesia dan juga memenuhi kebutuhan konsumennya. *AEON* melakukan hal tersebut melalui adanya program tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR*) mereka.

2.1.1 Visi dan Misi

AEON bertujuan untuk menjadi pionir utama dalam industri ritel di Asia dengan moto "Pelanggan sebagai prioritas utama." Filosofi ini menjadi dasar bagi *AEON*, yang menekankan prinsip utama yang disebut "Pendekatan yang berfokus pada pelanggan." Sebagai hasilnya, misi utama *AEON* adalah memberikan kontribusi yang maksimal kepada pelanggan. Untuk mencapai tujuan ini, *AEON* telah merumuskan tiga prinsip pokok, yaitu menggalakkan perdamaian, menghargai nilai kemanusiaan, dan memberikan kontribusi positif kepada komunitas maupun masyarakat lokal melalui adanya inisiatif yang diorientasikan kepada kebutuhan pelanggan.

Melalui slogan "*AEON People*" yang menitikberatkan kepada semua anggota tim yang bekerja di *AEON*. Perusahaan juga meneguhkan komitmen melalui "Deklarasi *AEON*." Suatu kebiasaan yang telah diterapkan oleh *AEON* adalah membacakan Deklarasi *AEON* dalam berbagai kesempatan, termasuk briefing, pertemuan pagi, dan acara lainnya. Dalam Deklarasi *AEON* diungkapkan tujuan perusahaan untuk menciptakan masa depan yang tak terbatas dalam kehidupan sehari-hari pelanggan melalui tindakan yang dilakukan dengan keberanian, pemikiran terbuka, serta semangat hidup yang kuat.

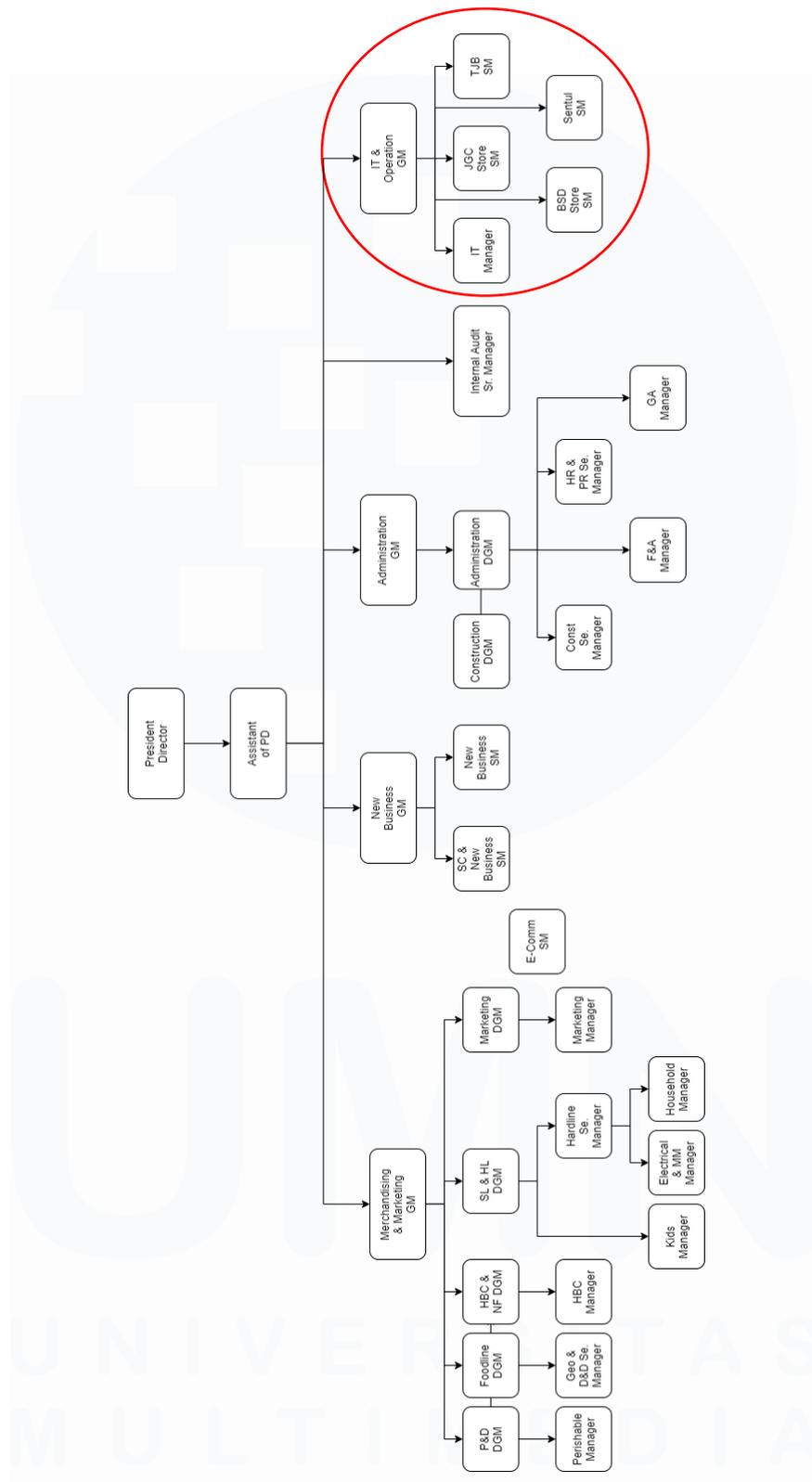
Prinsip utama *AEON People* adalah "Pelanggan adalah yang nomor 1", dan segala tindakan perusahaan selalu difokuskan pada kepuasan pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh aturan ketat yang harus diikuti oleh karyawan *AEON*,

seperti menjaga standar perawatan pribadi, seperti menjaga panjang kuku dan kebersihan seragam. Semua tindakan ini dilaksanakan untuk memastikan kualitas produk, terutama kebersihan produk, sehingga konsumen menerima produk berstandar tinggi dan baik.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT. *AEON* Indonesia adalah perusahaan ritel yang memerlukan sejumlah staf di beragam divisi untuk menjalankan operasional perusahaan dengan optimal. Berikut adalah deskripsi struktur organisasi PT. *AEON* Indonesia.





Gambar 2.4 Organization Structure AEON Head Office

Source: PT. AEON Indonesia (HR Department)