

BAB II

GAMBARAN ORGANISASI

2.1 Tentang PT Lucky Strategis (GrandLucky Superstore)



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

PT Lucky Strategis adalah sebuah perusahaan yang membawahi *GrandLucky Superstore* yang berlokasi di *Sudirman Central Business District*, Jakarta Selatan. PT Lucky Strategis didirikan pada tahun 2007 silam, yang dimana saat itu membuka gerai *GrandLucky* yang saat ini bernama *GrandLucky Superstore*. Perusahaan ini berlokasi di Kawasan Niaga Terpadu (SCBD), Lot.12, Jakarta Selatan, yang dimana menjadi satu dengan bangunan *GrandLucky Superstore*. Awalnya PT Lucky Strategis dahulunya hanya sebuah toko kelontong biasa yang berluas 25 meter persegi saja yang menjual buah-buahan dan makanan segar lainnya yang dahulunya bernama “*The Club Store*”. Namun karena inovasi dan perkembangan zaman, lahirlah PT Lucky Strategis yang secara bersamaan membuka gerai pertamanya di tahun 2007 sebagai perusahaan *Head Office* yang mengatur segala aktivitas karyawan yang terdapat di *GrandLucky Superstore*.

Menurut Dewi, Yuniarta dan Atmaja (2014) menyebutkan bahwa nilai-nilai perusahaan sangat memiliki peran yang penting untuk diperhatikan, karena nilai-nilai perusahaan sangat menggambarkan kondisi dari sebuah perusahaan itu sendiri, yang dimana hal tersebut dapat mempengaruhi pandangan konsumen, investor kepada perusahaan terkait, sehingga perusahaan sangat perlu menunjukkan kinerja yang terbaik, serta mengaplikasikan nilai-nilai perusahaan dalam kehidupannya sehari-hari.

Analisis SWOT *GrandLucky Superstore*

a. *Strength* :

- Memiliki nama besar sebagai supermarketnya orang kaya
- Memiliki konsep yang unik, yaitu *one stop shopping* yang dimana memiliki arti bahwa *GrandLucky* ingin menjadi tempat satu-satunya orang berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari.
- Menjadi satu-satunya *Supermarket* besar yang berani menjual produk-produk *import* dari berbagai Negara dengan kualitas yang baik.
- Memiliki *after sales* yang baik, sehingga *GrandLucky Superstore* dinilai memiliki citra yang baik *with quality* dari segi kualitas produk, maupun *service* yang diberikan

b. *Weakness* :

- *GrandLucky Superstore* memiliki harga yang cenderung mahal bagi SES B kebawah
- Pemasaran yang dilakukan terkesan monoton dan terpaku terhadap agensi

c. *Opportunity* :

- Memiliki lokasi yang strategis di setiap cabangnya
- Memiliki target pasar yang terarah, sehingga memiliki kesempatan untuk menarik konsumen kelas atas untuk berbelanja

d. *Threat*

- Industri ritel memiliki persaingan yang ketat untuk mengincar target *market* yang memiliki SES A-B, yang dimana konsumen sudah pintar dalam memilih kualitas dalam proses pemenuhan kebutuhan sehari-hari

PT Lucky Strategis memiliki nilai-nilai perusahaan yang menjadi pedoman, yaitu :

- **Excellence**, yang dimana mereka ingin memberikan performa yang terbaik dan sesuai standar yang tinggi. Mereka sangat mempercayai bahwa mereka tidak akan merasa puas dengan pencapaian yang mereka raih, meskipun sudah sangat baik, sehingga memicu mereka untuk terus berusaha menjadi *excellence* dengan memberikan yang terbaik untuk para konsumen mereka.
- **Customer oriented**, yang dimana segala bentuk pelayanan, pengambilan keputusan, merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik, baik dari segi produk yang berkualitas, layanan antar *customer*, dan *share-holders* mereka. Hal tersebut merupakan salah satu yang membuat GrandLucky Superstore merupakan superstore yang diminati oleh konsumen kalangan atas di Jakarta. Dalam menjaga kepuasan pelanggan, PT Lucky Strategis (*GrandLucky Superstore*) terus menjaga standar kualitas mereka dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan
- **Achievement**, yang dimana perusahaan akan terus bekerja demi tercapainya visi perusahaan, yaitu untuk diakui sebagai salah satu pengecer yang dihormati dalam bisnis ritel, sehingga perusahaan akan semakin fleksibel demi memenuhi kebutuhan pasar, seperti memberikan pengalaman berbelanja yang *enjoyable*, memberikan produk yang segar dan memiliki kualitas yang baik, dan memiliki berbagai produk lokal maupun produk *premium*, sehingga akan membuat perusahaan bisa menjadi bisnis ritel yang dihormati di pasar mereka.
- **Integrity**, yang dimana perusahaan akan terus berfokus kepada kejujuran dan sesuai dengan etika bisnis agar perusahaan memiliki integritas kepada sesama karyawan, maupun konsumen mereka sesuai standar bisnis yang berlaku. Segala sesuatu yang dilakukan PT Lucky

Strategis dalam hal manajemen *GrandLucky Superstore*, merupakan bentuk integritas mereka kepada pasar mereka, supaya sesuai dengan visi mereka, yaitu menjadi bisnis ritel yang dihormati, dan sesuai dengan integritas standar bisnis yang berlaku.

PT Lucky Strategis memiliki 7 divisi yang dimana 4 diantaranya, yaitu divisi HR, divisi *finance*, divisi *accounting*, dan divisi operasional memiliki kantor yang berbeda, yaitu diruangan sebelah *Head Office*. Sedangkan divisi *marketing*, *merchandise*, dan divisi *tax* memiliki ruangan yang sama dan memiliki lorong yang berbeda, tetapi masih dalam satu ruangan.



Gambar 2.2 Suasana Head office PT Lucky Strategis

Menurut (Sule & Saefullah, 2019) mengenai pengertian dari budaya organisasi disebutkan bahwa budaya organisasi merupakan sebuah nilai yang dijalankan oleh sebuah organisasi maupun perusahaan, yang dimana didalamnya terdapat persepsi maupun tentang bagaimana sebuah interaksi antar individu yang ada didalam organisasi tersebut (Rivai, 2020). Tak hanya mengendalikan interaksi antar individu, tetapi budaya organisasi dapat mengendalikan perilaku dalam berorganisasi dengan cara menafsirkan segala situasi dalam organisasi. Berdasarkan struktur organisasi PT Lucky Strategis, setiap divisi memiliki atasannya masing-masing. Dan masing-masing atasan akan terhubung dengan direktur utama. Berdasarkan pengamatan dari penulis selama melaksanakan magang selama 800 jam kerja, perusahaan PT Lucky Strategis memiliki budaya yang dimana setiap keputusan, setiap *management*, akan saling berkoordinasi langsung dengan *manager*, lalu akan langsung keatasan, bahwa setiap proses komunikasi akan secara bertahap dalam proses koordinasi. Setiap karyawan sangat menjunjung tinggi loyalitas yang dimiliki oleh karyawan kepada perusahaan, dan interaksi antara sesama divisi maupun karyawan, tidak terdapat saling berkonflik, karena iklim ruang lingkup kerja PT Lucky Strategis dalam ruang lingkup divisi, sangat menjunjung tinggi kekeluargaan.

2.2 Visi & Misi

PT Lucky Strategis (GrandLucky Superstore) sebagai perusahaan yang bergerak dibidang industri ritel memiliki visi & misi sebagai berikut ;

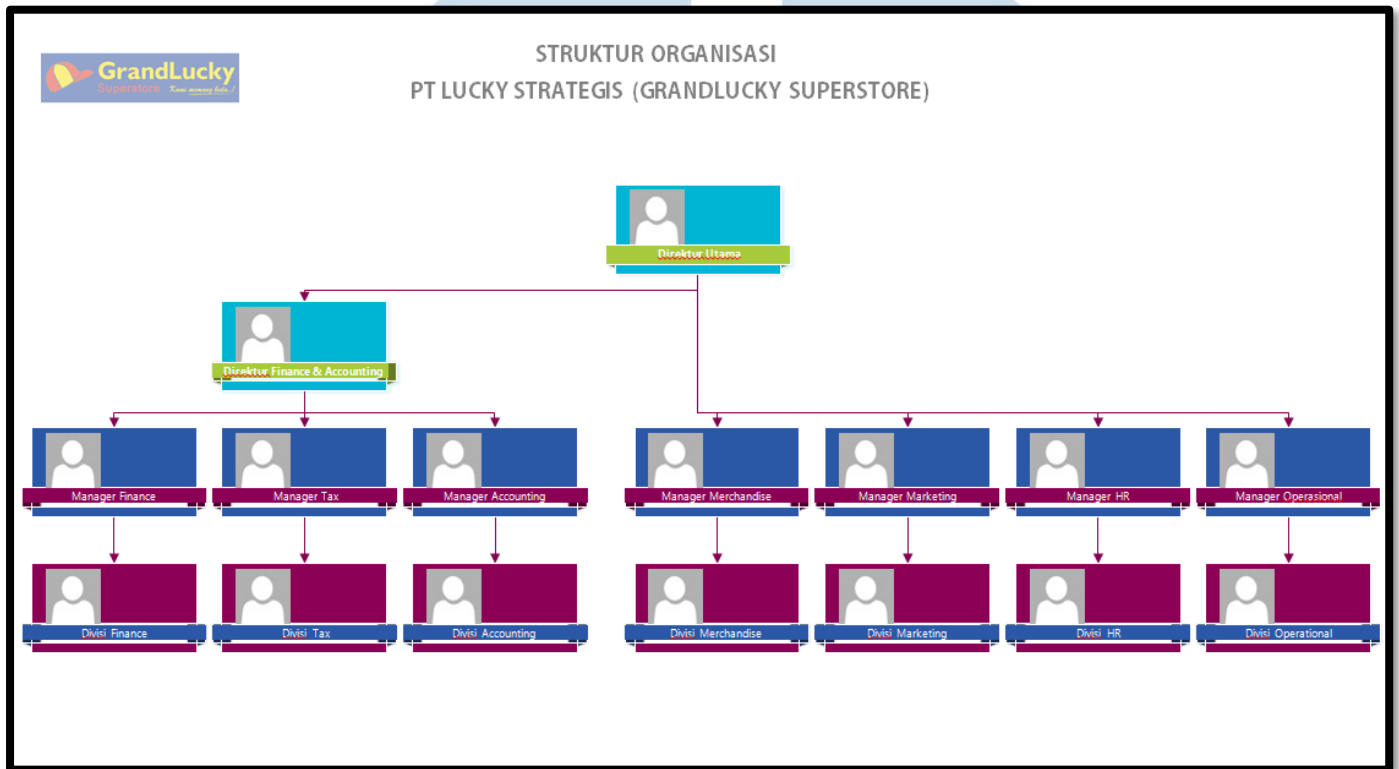
VISI

Untuk diakui sebagai salah satu pengecer yang dihormati dalam bisnis ritel

MISI

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan para pemegang saham dengan tetap menjaga nilai-nilai dan integritas perusahaan.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Lucky Strategis

Struktur organisasi merupakan sebuah gambaran yang dapat menjelaskan tipe organisasi, kedudukan, wewenang, departemen, serta hubungan pekerjaan dalam garis perintah (Ratnasari, 2019). Gambar diatas merupakan struktur organisasi perusahaan PT Lucky Strategis, berikut ini adalah *job description* dari setiap posisi :

- **Direktur utama** : Memiliki tanggung jawab dalam memimpin perusahaan dari seluruh divisi, cabang, maupun setiap manager. Direktur utama memiliki tanggung jawab dalam pengambilan keputusan yang vital demi tetap menjaga perusahaan tetap berjalan dengan baik. Dalam kehidupan sehari-hari perusahaan, direktur utama memiliki sebutan “GL 1”.

- **Direktur *Finance & Accounting*** : Direktur *Finance & Accounting* memiliki sebutan “GL 2”, yang dimana peran dan tanggung jawab lebih terfokus kepada *finance & accounting*, yang dimana mengawasi serta mengambil keputusan yang vital yang berkaitan dengan *finance & accounting*.
- **Manager *Finance*** : Tugas atau tanggung jawab yang harus dimiliki oleh *manager finance* yaitu sebagai pengawas dan pusat koordinasi dari setiap divisi *finance*, serta mengarahkan divisi *finance* agar tujuan mereka tercapai dengan baik
- **Divisi *Finance*** : Tugas dan tanggung jawab divisi *finance* yaitu sebagai divisi yang bertanggung jawab atas segala keuangan perusahaan, baik dari arus masuk atau keluarnya keuangan perusahaan dan segala perhitungan mengenai keuangan yang dihasilkan dari kasir toko.
- **Manager *Tax*** : Tugas dan tanggung jawab *manager tax* yaitu sebagai pengawas dan pusat koordinasi dari setiap divisi *tax* yang mengurus segala urusan pajak perusahaan, dan mengarahkan divisi *tax* agar dapat bekerja dengan maksimal.
- **Divisi *Tax*** : Tugas dan tanggung jawab divisi *tax* yaitu mengatur dan mengurus segala pajak yang berurusan dengan kegiatan pajak perusahaan PT Lucky Strategis, dan memiliki tanggung jawab kepada *manager* dengan melakukan koordinasi disetiap aktivitas dan keputusan.
- **Manager *Accounting*** : Tugas dan tanggung jawab *manager accounting* yaitu sebagai pusat koordinasi sesama divisi dalam pengelolaan data informasi mengenai arus keuangan perusahaan memiliki tanggung jawab untuk mengawasi setiap kinerja divisi.
- **Divisi *Accounting*** : Tugas dan tanggung jawab divisi *accounting* yaitu sebagai divisi yang bertugas untuk mengatur dan mengelola informasi mengenai keuangan perusahaan, menjaga kondisi keuangan perusahaan, serta memiliki tugas untuk membuat dan mendata laporan keuangan perusahaan PT lucky Strategis.

- **Manager merchandise** : Tugas dan tanggung jawab *manager merchandise* yaitu mengawasi, sebagai pusat koordinasi, dan pengambilan keputusan dalam satu divisi tersebut yang menyangkut segala aktivitas dalam toko, seperti produk yang disajikan, harga produk, penempatan produk, hingga tata letak toko
- **Divisi Merchandise** : Tugas dan tanggung jawab divisi *merchandise* yaitu melaksanakan apa yang menjadi *brief* dari *manager* mereka, dengan melaksanakan kegiatan mencari produk, dan melakukan tawar-menawar harga dengan *supplier* toko untuk mencapai tujuan dengan baik.
- **Manager Marketing** : Tugas dan tanggung jawab dari *manager marketing* yaitu sebagai pusat koordinasi dari divisi *marketing* dan sebagai pengawas segala sesuatu yang berkaitan dengan promosi toko. *Manager marketing* memiliki tanggung jawab atas segala aktivitas promosi yang ada.
- **Divisi Marketing** : Tugas dan tanggung jawab dari divisi *marketing* yaitu sebagai pelaksana dari seluruh kegiatan promosi toko dan melakukan koordinasi dengan *manager marketing* ketika memiliki sebuah proyek yang besar, seperti *opening outlet* cabang *GrandLucky Superstore* di BSD pada bulan November 2023.
- **Manager HR** : *Manager HR* bertanggung jawab atas segala kegiatan rekrutmen personalia, melakukan pelatihan pengembangan karyawan, serta berhubungan dengan segala kesejahteraan karyawan. *HR manager* akan mengawasi divisi *HR* dan menjadi pusat koordinasi antar sesama divisi ketika saling koordinasi.
- **Divisi HR** : Divisi *HR* akan melaksanakan pelaksanaan rekrutmen karyawan, melakukan aksi pelatihan dan pengembangan, serta mengurus segala aktivitas yang berhubungan dengan karyawan.