

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Perusahaan

Lebih dari 50 tahun silam, terdiri sebuah toko grosir kecil bernama Mickey Mouse oleh perusahaan multinasional konglomerat, PT Lippo Karawaci. Yang kini kerap dikenal sebagai PT Matahari Putra Prima Tbk (MPPA), yang sudah beroperasi sejak tahun 1986. Sebagai perusahaan ritel pertama dan salah satu terbesar di Indonesia, PT MPPA menaungi 6 multi-format FMCG antara lain adalah Hypermart, Foodmart, Hyfresh, Primo, Boston, dan FMX (Matahari Putera Prima Tbk, 2023).

PT MPPA mencatat sejarah di Indonesia dengan Hypermart berhasil mengenggam sertifikat ISO 2200:2005 pada tahun 2009, yang menunjukkan Hypermart sebagai pelopor hypermarket di Indonesia pertama yang mengkampanyekan produk-produk yang berkualitas, aman, sehat dikonsumsi di masyarakat Indonesia. Pada tahun tersebut pula, PT MPPA meraih “Top Brand Award 2009” untuk kategori Department Store & Hypermarket dari Majalah Marketing & Frontier Consulting Group. Juga di skala internasional, Hypermart meraih “Top Ritel Award” selama 5 tahun berturut-turut dari tahun 2004, dari majalah Ritel Asia. Dari riset yang diselenggarakan oleh pihak Metro TV kepada 1000 responden di 15 kota urban di Indonesia, Hypermart masuk dalam kawasan “9 Perusahaan Paling Membanggakan di Indonesia,” yang menunjukkan kemampuannya untuk bersaing dalam lingkungan ritel internasional (Matahari Putera Prima Tbk, 2023).

Perolehan dan penghargaan tidak kunjung lepas dari nama Hypermart, dengan pada tahun 2014, Hypermart dijuluki sebagai “The Fastest Growing Hypermarket” berdasarkan data dari Compound Annual Growth Rate (CAGR). Dikarenakan Hypermart berhasil mencapai pertumbuhan hingga 30% per tahunnya selama jangka periode 6 tahun. Dan dinyatakan berkontribusi sebesar 85.7% pada total pemasukan dari PT MPPA per tahun 2022 (Hypermart, 2023). Karena berbagai

pencapaian dan dominasi pemasukan yang diperoleh dari Hypermart. Karena itu PT MPPA, sebagai induk perusahaan, fokus dalam menjalankan aktivitas bisnis mereka utamanya untuk Hypermart, dengan berbagai materi komunikasi dan aktivitas bisnis yang diintegrasikan untuk anak perusahaan lainnya.

Hypermart secara khusus didirikan dengan tujuan untuk menyediakan segala kebutuhan yang diperlukan untuk kelangsungan manusia terutama dalam produk komoditas. Variasi produk yang disediakan dalam usaha bidang ritel ini adalah seperti bahan sembako, kebersihan rumah dan tubuh, peralatan rumah, elektronik, kecantikan dan kesehatan, hingga pakaian. Produk-produk ini disediakan terkhususnya untuk pangsa konsumen tingkat menengah hingga menengah atas, baik di area metropolitan maupun kota-kota kecil. Karena itu toko ritel Hypermart berada di berbagai pusat perbelanjaan dan stand-alone stores (Matahari Putera Prima Tbk, 2023).

Salah satu fenomena bersejarah untuk PT MPPA adalah pada 23 Juli 2022, Hypermart menjadi hypermarket pionir di Indonesia yang pertama kali mengantongi sertifikasi Halal BPJPH, pada 139 fasilitasnya (toko, kantor pusat, dan pusat distribusi). Sertifikasi ini diberikan langsung oleh Bapak Dr. H. Muhammad Aqil Irham M.Si, selaku Kepala BPJPH (Hypermart_id, 2023).

2.2 Visi Misi

PT MPPA memegang erat nilai “FLOWING” yakni singkatan dari *customer Focus - continuous Learning - achievement Orientation - teamWork - INteGrity*. Karena itu mereka memiliki pedoman untuk mengoperasikan usaha tersebut dengan memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

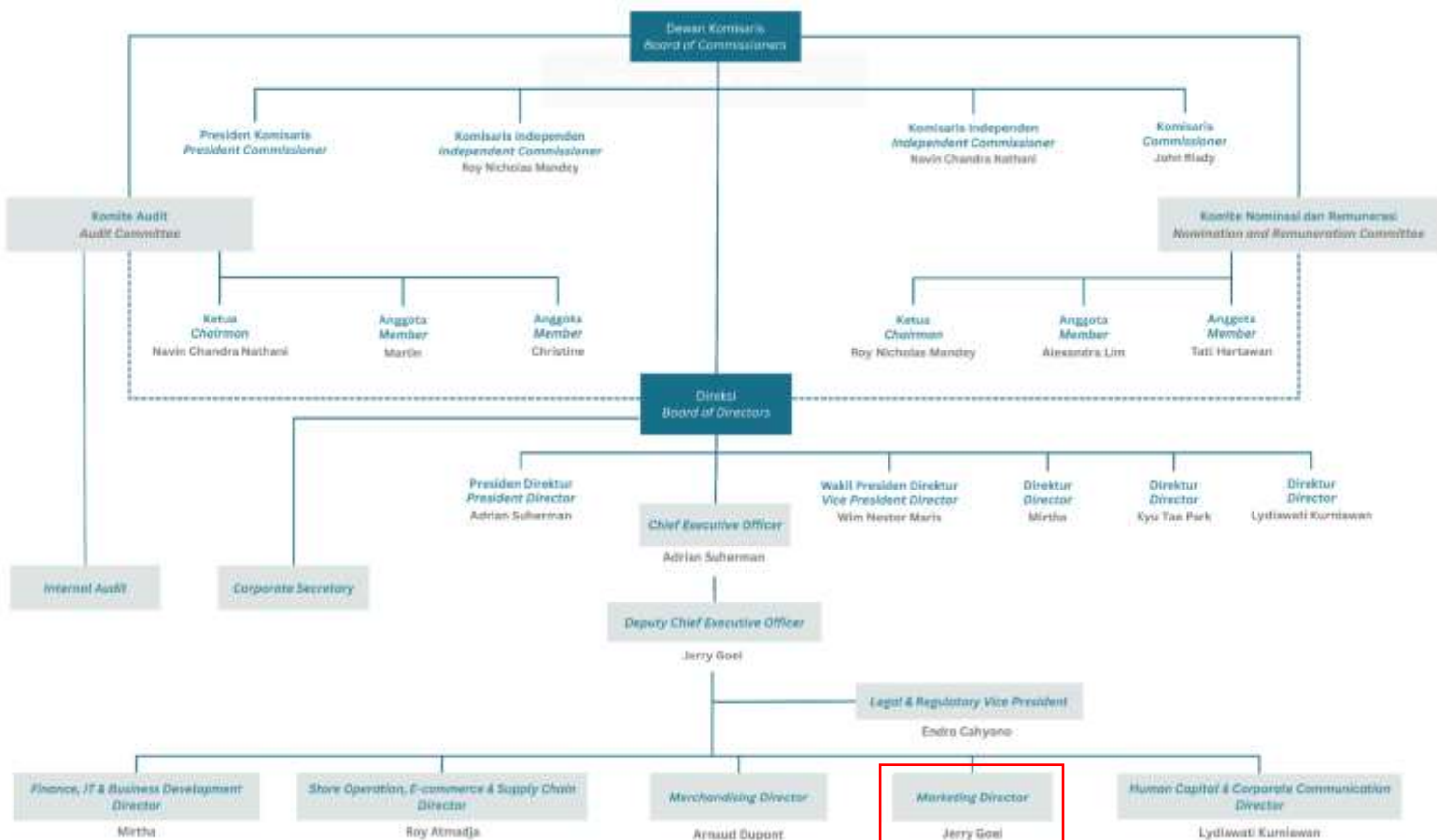
Menjadi korporasi FMCG terkemuka di Indonesia yang berorientasi pada pelanggan.

MISI

Menjadi peritel multi-format yang menyediakan produk-produk berkualitas standar tinggi, tetapi dengan harga bersaing kepada masyarakat di Indonesia. Karena itu PT MPPA mengimplementasikan budaya *CUSTOMER FOCUS* dan *CONTINUOUS LEARNING* agar terus dapat berkembang dan memperbaiki diri sebagai retail yang ingin menyediakan yang terbaik untuk pelanggannya (Matahari Putera Prima Tbk, 2023).

2.3 Struktur Organisasi

PT MPPA yang sudah bergelut dalam dunia retail dan penyediaan jasa ini sejak 11 Maret 1986 tersebut, memiliki struktur organisasi secara utamanya sebagai berikut pada Gambar 2.1:



Gambar 2.1 Struktur Organisasi MPPA

Sumber: (MPPA, 2023)

Dalam departemen *marketing* di PT MPPA, memiliki 4 divisi utama, yaitu *Marketing Communication and Digital Media*, *Marketing Service*, *Loyalty Program* dan *Partnership & Loyalty*. bertanggung jawab terhadap pembuatan materi periklanan mulai dari perencanaan dan strategi sampai dengan tahapan eksekusi dan evaluasi. Pada Gambar 2.2 memvisualisasikan struktur masing-masing peran dari setiap posisi dan hubungannya dalam proses kerja magang, secara khusus untuk unit kerja departemen *marketing* di PT MPPA:



Gambar 2.2 Struktur Departemen *Marketing and Promotion*

Sumber: Data Pribadi

1. Marketing Communication & Digital Media

Divisi *Marketing Communication & Digital Media* yang berperan untuk menyampaikan segala komunikasi dari aktivitas perusahaan yang disampaikan pada media digital. Divisi ini juga bertugas untuk membangun dan mempertahankan interaksi dengan publik/pelanggan via daring. Di PT MPPA, divisi ini memiliki empat posisi jabatan, yaitu *Communication & Media SPV*, *Digital Content Development SPV*, *Digital Activation & Social Media Accounts*, dan *Social Media Special Accounts & Administration SPV*, yang dinaungi oleh *Marketing Communication & Digital GM*. Posisi magang yang diberikan kepada saya untuk divisi ini, berada di bawah peran *Communication & Media SPV* (atau *Digital Analyst Specialist*) dan *Digital Content Development SPV*.

2. Marketing Service

Subdivisi ini berperan dalam mempresentasikan segala komunikasi korporat yang ingin disampaikan kepada khalayak secara cetak. Yang bertanggung jawab pada menghasilkan materi komunikasi cetak termasuk koran, *billboard*, *banner*, *flyer*, katalog, poster, label/tag, dan sebagainya. Subdivisi ini yang dipegang kendali oleh Marketing Service GM, didukung oleh dua bagian utama yakni dari bagian Graphic Design yang bertugas untuk menciptakan materi komunikasi cetak tersebut. Bagian ini terdapat Senior Graphic Designer dan Graphic Designer. Lalu bagian kedua adalah Coordinator Marketing Service yang bertanggung jawab untuk mengimplementasikan materi komunikasi terapkan pada gerai-gerai PT MPPA. Bagian ini menaungi Coordinator Marketing Service SPV dan Admin.

3. Loyalty Program

PT MPPA memiliki program loyalitas yang bernama HicardMore. Karena itu terdapat satu subdivisi khusus (yang masih relatif baru terbentuk) dalam departemen ini untuk bertanggung jawab terhadap operasionalisasi dan keberhasilan program tersebut. Subdivisi ini dijalankan oleh karyawan berjabatan Loyalty Program GM, Loyalty Program Assistant Manager, dan dibantu oleh Loyalty Program Intern.

4. Partnership and Loyalty

Terdapat pula subdivisi dalam PT MPPA yang bertugas untuk membangun, menjalin, dan mempertahankan relasi dengan *brand partners* yang bekerjasama dengan PT MPPA, baik untuk pelaksanaan acara ataupun untuk menaikkan eksposur merek. Subdivisi ini dipegang oleh AVP Partnership and Loyalty, dengan pembagian tiga cabang bagian. Bagian pertama dibawah oleh Partnership Promotion Manager, dengan bantuan oleh Brand Promotion SPV. Bagian kedua adalah Data Analyst Promotion SPV. Dan bagian terakhir, terdapat posisi jabatan seperti Brand Partnership Manager, yang didukung oleh bantuan Brand Partnership Intern.

2.4 Ruang Lingkup Divisi Terkait

Di dalam divisi *Marketing Communication & Digital Media* sendiri, terdapat berbagai posisi jabatan yang memiliki peran masing-masing, yaitu:

1. Communication & Media SPV (atau Digital Analyst Specialist)

Seorang Communication & Media SPV (atau Digital Analyst Specialist), bertanggung jawab dalam menjalankan kampanye proyek. Dimulai dari melakukan riset pasar, perencanaan kampanye (termasuk *media planning*), eksekusi, hingga evaluasi. Posisi ini juga tidak lepas bertanggung jawab untuk mengatur performa setiap akun media sosial milik PT MPPA (yaitu Hypermart, Foodmart, Hyfresh, Primo, Boston, dan Hypertalks). Yang pada akhirnya juga harus melakukan analisis per kampanye (dengan melakukan *review*, *analysis*, dan rekomendasi penerapan kampanye ke depannya).

2. Digital Content Development SPV

Posisi ini memiliki 2 jenis pekerjaan utama, pertama adalah untuk tugas *designing*. Yang ada tipe tugas reguler yang bertanggung jawab untuk materi komunikasi KV (*key visual*) milik Hypermart (dari menciptakan, penyuntingan, hingga finalisasi) yang bisa dalam bentuk media Koran *website* dan *Email Promotion*. Untuk jenis non reguler, bertanggung jawab untuk membuat desain *go screen*, *ad hoc design/gift in store*, *digital placement*. Selain tugas yang berhubungan dengan menciptakan ilustrasi, seorang Digital Content Development SPV juga membuat semua materi *video creative*, yang termasuk membuat *video content plan*, *script*. Dan juga tidak terlepas dari mengeksekusi acara *Live Video* melalui Instagram (untuk Hypermart atau akun lainnya jika diperlukan).

3. Digital Activation & Social Media Accounts

Untuk mayoritas akun media sosial PT MPPA, seorang Digital Activation & Social Media Accounts memimpin segala eksekusi yang dilakukan. Dan menjadi lead development untuk content plan, finalisasi, menciptakan aktivasi media sosial, dan melakukan laporan rutin kepada atasan subdivisi. Digital Activation & Social

Media Accounts membantu memberi arah kepada agensi eksternal untuk mengerjakan materi komunikasi akun media sosial PT MPPA yakni: Hypermart, Hyfresh, Hypertalks, dan Foodmart. Selain itu, seorang Digital Activation & Social Media Accounts juga bertanggung jawab untuk memberikan arahan kepada Digital Content Development SPV untuk materi Email blast promosi dari PT MPPA. Dan terakhir, mendukung promosi konten Hypermart yang termasuk promosi mengenai loyalitas program dan konten aktivasi *brand*.

4. Social Media Special Accounts & Administration SPV

Seperti tugas memimpin eksekusi konten oleh Digital Activation & Social Media Accounts, seorang Social Media Special Accounts & Administration SPV juga bertanggung jawab dan berkolaborasi dengan agensi eksternal untuk mengatur akun PT MPPA, secara khusus yaitu Boston dan Primo. Seorang Social Media Special Accounts & Administration SPV juga berperan sebagai Admin Marketing dan mendukung Marketing Director, untuk mengatur semua jadwal dari masing-masing posisi, agar setiap jadwal pertemuan dan aktivitas, dapat tersusun dengan rapi (mencegah terjadinya jadwal yang berbentur).

