



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.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

PT. Indomarco Prisamatama berdiri pada tahun 1988 bergerak di bidang retail minimarket modern yang sampai hari ini memiliki beberapa kantor cabang di ibukota Provinsi dan kota besar di Indonesia, di mana kantor pusat berlokasi di Jakarta Pusat.

Pada tahun 1997 perusahaannya menyediakan peluang bisnis gerai Waralaba pertama di Indonesia, hingga lebih dari 230 gerai Indomaret. Menurut indomaret.co.id (2013), perusahaannya berkonsep mengenai hal bisnis Waralaba mendapatkan penghargaan yang diberikan kepada Indomaret selaku “Perusahaan Waralaba Unggul 2003”. Perusahaannya berkonsep Indomaret yang menciptakan sebuah gerai berupa berlokasi di dekat perumahan, perkantoran, perhotelan, perbelanjaan, dan di mana-mana lain konsumen, membuka berbagai kebutuhan sehari-hari, melayani masyarakat umum, serta permukaan luas toko sekitar 200 m². Gerai Indomaret telah berkembang pesat dan mengoperasikan lebih dari 12.800 gerai hingga tahun 2016 yang tersebar di Jawa, Bali, Madura dan Sumatra. Pada Februari tahun 2018 kenaikan gerai Indomaret adalah 15.456 gerai. Indomaret memiliki 22 pusat distribusi dan lebih dari 11.000 gerai Indomaret yang berada di Jakarta, Bogor, Tangerang, Bekasi, Parung, Bandung, Cirebon, Purwakarta, Semarang, Yogyakarta, Surabaya, Jember, Malang, Lampung, Palembang, Medan, Samarinda, Pontianak, Pekanbaru, Makassar dan Denpasar. Pada setiap gerai Indomaret menyediakan lebih dari 5.000 produk makanan, *nonfood*, general media pendukung, *fresh product* dengan harga hebat dengan promo untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen.

PT. Indomarco Prisamtama menjalankan bisnis dan memberikan terbaik bagi pelanggan yang bertanggung jawab terhadap masalah sosial. Menurut indomaret.co.id (2014-2018), dalam beberapa berita mengenai Indomaret membantu korban banjir, mempercantikan Jakarta, menyumbangkan, menciptakan

lingkungan dan peduli. Kesuksesan dan mengasah kemampuan perusahaan PT. Indomarco Prismatama hingga titik Indomaret Group berkembang pesat melalui beberapa sektor bisnisnya antara lain ritel dibagi empat, yaitu Indomaret Fresh, Indomaret Point, Indomaret Plus, dan Ceria Mart, grosir (Indogrosir), pusat perbelanjaan yaitu BSD Plaza, makanan dan minuman dibagi beberapa, yaitu Yummy Choice, Mr. Bread, Iko Bento, Washo sato, Saka Food, Primer Bread dan Mister Donut, Indopaketa, Indolaundry, OMI, dan konsultan IT yaitu AGC. Indomaret membuka layanan, yaitu I-Tiket, I-Payment, Token/Voucher, T-Cash, Rekening Ponsel, dan ATM. Indomaret masa depan yang menjanjikan semangat, rasa bangga, karir cemerlang, hasrat, dan warisan.

Dua jenis toko IDM (Indomaret), yaitu standar dan khusus dibagi 4 yaitu *Hybrid*, *Plus*, *Fresh*, dan *Point*. IDM *Hybrid* merupakan mirip standar, jumlah sedikit produk *RTE (Ready to Eat) / RTD (Ready to Drink)*. IDM *Plus* merupakan mirip *hybrid*, jumlah produk *RTE / RTD* lebih banyak, dan bentuk mini *kitchen*. IDM *Fresh* merupakan banyak buah-buahan segar, *RTE / RTD*, mini *kitchen*, dan ditambah lebih dari 1000 *item premium* (produk impor). IDM *point* merupakan tempat *coffee* dan *sitting area*.

2.2. Visi dan Budaya Perusahaan

2.2.1. Visi

“Menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global.”

2.2.2. Moto

“Mudah & Hemat.”

2.2.3. Budaya

“Menjunjung tinggi nilai –nilai kejujuran, kebenaran dan keadilan, kerja sama kelompok, kemajuan melalui inovasi yang ekonomis serta mengutamakan kepuasan konsumen.”

2.2.4. Esensi

“Pendekatan dengan senyuman yang tulus, untuk membangun hidup lebih baik.”

2.3. Logo Perusahaan



Gambar 2.1. Logo Indomaret Lama (1998 hingga 2010)



Gambar 2.2. Logo Indomaret Baru (2010 hingga sekarang)

Pada tahun 1988 logo lama hingga tahun 2010 perusahaannya Indomaret membarui logo baru hingga sekarang berubah di dalam kotak dibagi tiga warna yaitu merah, biru, dan kuning.

2.4. Maskot



Gambar 2.3. Si Domar Maskot resmi Indomaret

2.5. Target Perusahaan

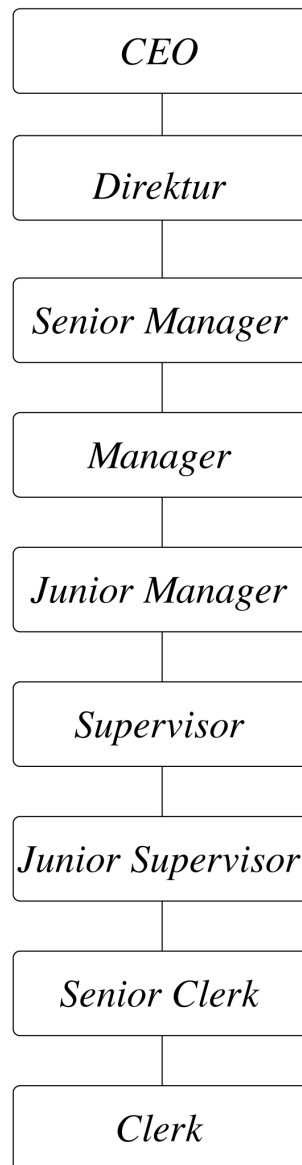
Target pasar Indomaret adalah semua masyarakat di Indonesia. Strategi pemasaran Indomaret disatukan dengan kegiatan promosi yang dijalankan dengan jenis produk dan fokus target pasarnya. Strategi jangka pendek yang dijalankan Indomaret antara lain:

- a. Harga Heboh merupakan promosi mingguan yang memberikan harga murah sekali bagi produk-produk kebutuhan sehari-harian.
- b. Super Hemat merupakan dua mingguan yang mempromosikan produk-produk dengan harga hemat.
- c. Promosi Bulan Ini merupakan promosi bulanan atas produk tertentu dalam bentuk pemberian hadiah langsung atau potongan harga.

Strategi jangka panjang yang dijalankan Indomaret merupakan program yang berkaitan dengan loyalitas konsumen serta pembentukan komunikasi.

2.6. Struktur Organisasi Perusahaan

Menurut carrer.indomaregroup.com, beberapa departemen di PT. Indomarco Prisma, yaitu *Peration/area, Merchandising, Policy and System, procurement, Human Resource, General Affair, Marketing/Development, Bussiness Development, Audit, Location, Art and Design, Finnanuce / Tax / Virtual / Inventory Control, Information Technology / Entry Data Process, Project / Maintenance, Legal / License, Logistic / Distribution Center, dan E-Commrce.*



Gambar 2.4. Bagan Struktur Organsiasi