



### **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

Penulis melakukan praktek kerja magang di perusahaan besar PT. Mathari Putra Prima Tbk (MPPA) yang didirikan pada tahun 1986 silam. MPPA merupakan perusahaan ritel besar yang menyelami berbagai jenis bidang. Visi MPPA yaitu untuk menjadi perusahaan peritel multiformat nomor 1 di Indonesia. Dibuktikan pada tahun 2012 lalu, MPPA telah menjadi operator tunggal dalam bidang *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG), hal ini mencakup Hypermart, Boston *Health and Beauty*, dan Foodmart. MPPA mendapatkan pengakuan oleh pasar internasional atas strategi bisnis yang sukses dalam bidang Perseroan dan terdaftar sebagai *Global Small Cap Outperformers*.

MPPA telah terdaftar sebagai Global Small Cap Outperformer sehingga mendapat pengakuan pasar internasional atas strategi bisnis dan keberhasilan Perseroan ([www.hypermart.co.id](http://www.hypermart.co.id)).



Gambar 2.1. Logo PT. Matahari Putra Prima Tbk.

(Sumber: [ir.hypermart.co.id](http://ir.hypermart.co.id))

#### 2.1.1. Hypermart

Hypermart merupakan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) yang menjadi bagian dari MPPA yang telah beroperasi sejak 22 April 2004 silam. Hypermart terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam berbagai macam

bidang, mulai dari peralatan rumah tangga, barang elektronik, makanan dan minuman, serta barang kebutuhan lainnya. Pada tahun 2014, telah dioperasikan sebanyak 115 gerai Hypermart di Indonesia. Hypermart merupakan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) yang menjadi bagian dari MPPA. Hypermart terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan mendasar secara umum. Suasana Hypermart yang bersih, damai, tenang, menarik, bersahabat, dan nyaman untuk berbagai kelas sosial menjadikan Hypermart sebagai tempat pilihan terbaik untuk berbelanja. Saat ini, Hypermart telah membuka gerai di 60 kota di seluruh Indonesia sebagai toko *retail* terbesar di Indonesia.



Gambar 2.2. Logo Hypermart

(Sumber: [www.hypermart.co.id](http://www.hypermart.co.id))

### 2.1.2. Hypermart Online

Mengikuti perkembangan zaman, MPPA memutuskan untuk membawa serta Hypermart ke dalam dunia *online*, memudahkan calon pembeli untuk melakukan transaksi secara *online*. MPPA mengembangkan dan memperluas jangkauan Hypermart dalam hal *e-commerce*, yaitu dengan pembuatan situs [shop.hypermart.co.id](http://shop.hypermart.co.id), untuk kemudian dikenal masyarakat dengan nama Hypermart Online. Hypermart Online menyediakan fitur berbelanja dengan mudah. Penggunaan *gadget* yang digemari dan semakin merata menjadikan Hypermart Online sebuah peluang untuk melakukan transaksi jual beli yang praktis.

Indonesia menduduki peringkat atas di pasar global dalam hal menggunakan *smartphone* untuk melakukan berbagai hal, salah satunya adalah melakukan transaksi secara *online*. Selain Indonesia, negara-negara lain di Asia Tenggara juga menunjukkan minat yang tinggi dalam transaksi secara *online*

melalui penggunaan *smartphone*. Peningkatan yang cepat dalam tiga tahun terakhir tidak disia-siakan MPPA untuk membawa serta Hypermart ke dalam dunia online. Dengan dibekali Hypermart Online, MPPA sudah siap untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih mudah.

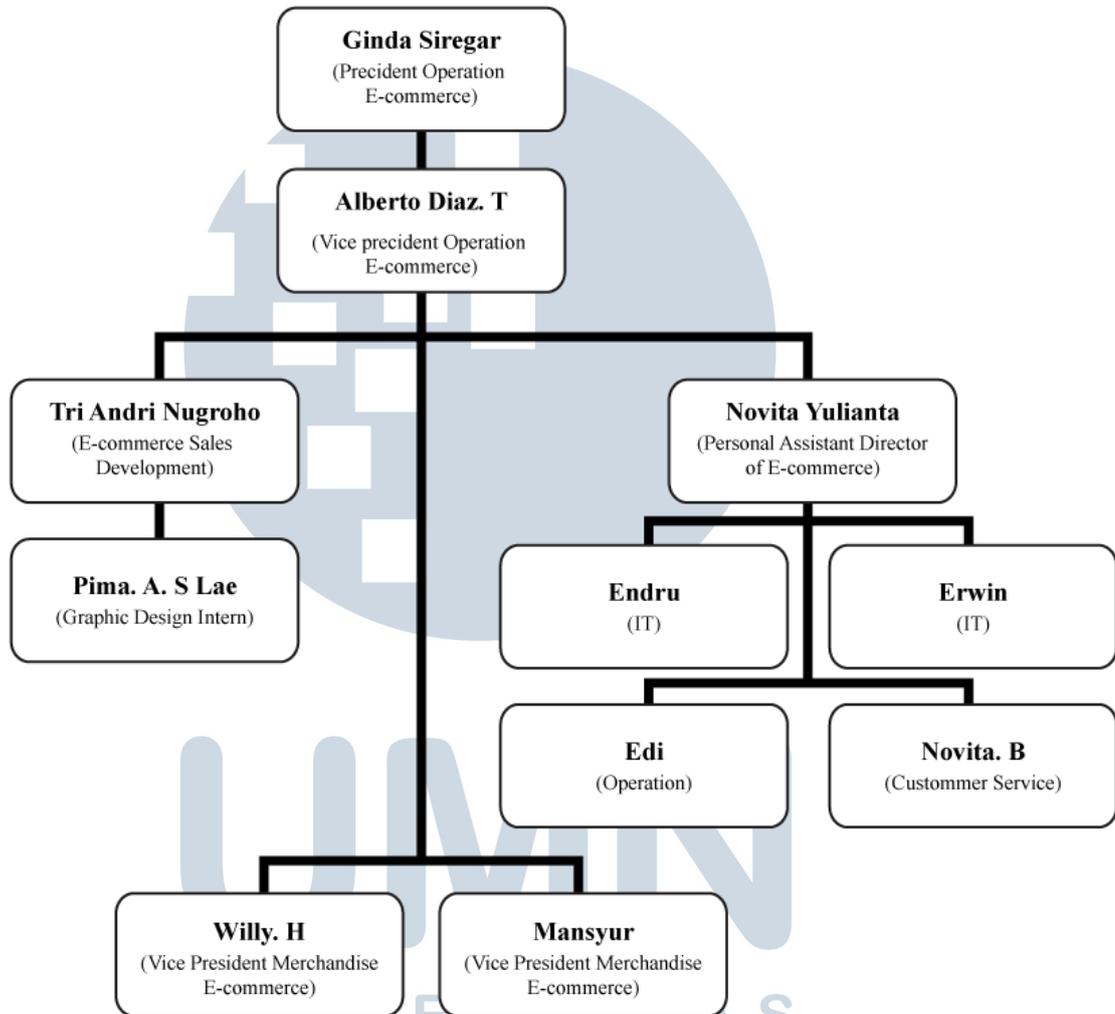


Gambar 2.3. Logo Hypermart Online

(Sumber: [www.hypermart.co.id](http://www.hypermart.co.id))

Hypermart Online disediakan dalam *web* dan juga aplikasi untuk *smartphone* yang bisa diunduh secara gratis. Hal ini menjadikan Hypermart Online semakin praktis dan dapat digunakan di manapun dan kapanpun konsumen inginkan. Melalui Hypermart Online, konsumen dapat dengan mudah mencari barang dan produk yang diinginkan dengan mudah. Setelah melakukan pembelian, konsumen dapat memulai proses pengiriman ke beberapa area tertentu ataupun mengambil barang yang sudah dipesan di gerai Hypermart yang sudah ditentukan.

## 2.2. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4. Struktur Organisasi Perusahaan  
(Sumber: Dokumentasi pribadi)