



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 PT INDOMARCO PRISMATAMA

2.1 Profil PT Indomarco Prismatama

2.1.1 Sejarah Singkat PT Indomarco Prismatama

PT Indomarco Prismatama (Indomaret Group) merupakan perusahaan ritel nasional dan ritel waralaba minimarket pertama dan terbesar di Indonesia. Berdirinya Indomaret berawal dari pemikiran untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari. Melihat perilaku belanja masyarakat yang cenderung memilih berbelanja di tempat yang memiliki kelengkapan produk, kualitas yang baik, harga yang pasti dan bersaing, serta suasana yang nyaman, maka berdirilah Indomaret sebagai perusahaan *pioneer* di bidang retail minimarket.

Pada awalnya Indomaret hanya tersedia di dekat hunian konsumen untuk menyediakan berbagai kebutuhan pokok maupun kebutuhan sehari-hari. Namun seiring perkembangan zaman dan kebutuhan pasar, akhirnya Indomaret memperluas pasar hingga menjangkau ke seluruh lapisan masyarakat. Terbukti dari gerai-gerai yang menjangkau seluruh lokasi, seperti bandara, *apartment*, stasiun kereta api, kompleks perumahan, area kampus, pedalaman, pinggiran jalan, dan lain sebagainya.

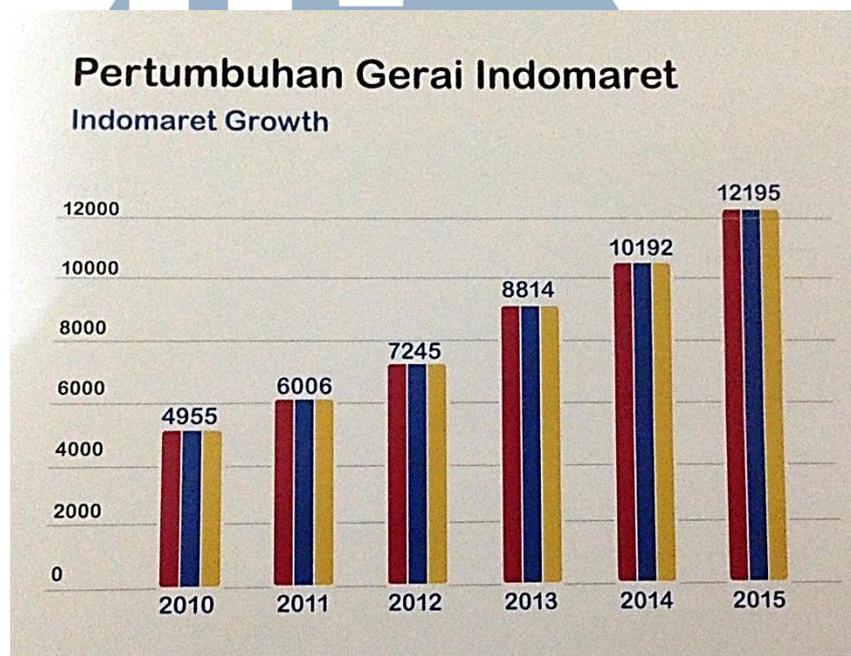
Anak perusahaan Salim Group yang berdiri pada tahun 1988 ini berhasil mengembangkan perusahaannya dengan pesat. Hal ini dapat dilihat dari jumlah gerai Indomaret sebanyak lebih dari 13.500 gerai yang tersebar di seluruh wilayah di Indonesia, seperti Jawa, Madura, Bali, Sumatera, Lombok, Kalimantan, dan Sulawesi. Keberadaan Indomaret diperkuat dengan kehadiran Indogrosir yang merupakan anak perusahaan dengan konsep bisnis Pusat Perkulakan (tempat pembelian barang dalam jumlah besar untuk dijual kembali).

Pada tahun 1997, Indomaret memberikan kesempatan masyarakat untuk turut serta memiliki dan mengelolah sendiri serai Indomaret, melalui

jaringan ritel waralaba atau biasa disebut *franchise*. Melalui sistem waralaba yang dilakukan, Indomaret berhasil mendapatkan penghargaan pertama yang diterima minimarket waralaba, yaitu “Perusahaan Waralaba Unggul” pada tahun 2003. Penghargaan ini langsung diberikan oleh Presiden Megawati Soekarnoputri.

Gambar 2.1

Skala Pertumbuhan Gerai Indomaret



Sumber: Buku Company Profile PT Indomarco Prismaatama

Gerai Indomaret ini terdiri dari berbagai macam jenis, seperti.

1. Indomaret Reguler: Toko Indomaret standar yang menyediakan kebutuhan sehari-hari, seperti *dry food*, *non-food*, dan *general merchandise*.
2. Indomaret *Plus*: Toko Indomaret yang menyediakan produk Indomaret reguler ditambah *fresh product*, seperti sayur, buah, dan *dairy product*.
3. Indomaret *Point*: Toko Indomaret ini mengusung konsep *Convenience Store* yang menyediakan kebutuhan personal, *dry food*, *ready to eat*, *ready to drink*, dan *non-food*. Selain itu toko ini juga menyediakan layanan WiFi, *sitting area*, dan tempat *hang out*.

4. Indomaret *Fresh*: Toko Indomaret yang menyediakan kebutuhan produk *premium food, non-food* serta *fresh product* (buah-buahan, sayur, dan *dairy product*).

Berkembangnya Indomaret dari zaman ke zaman juga ditunjang dengan inovasi dan pelayanan untuk memudahkan dan memuaskan konsumennya. Melihat dinamika masyarakat Indonesia yang semakin menginginkan hidup yang praktis, Indomaret memenuhi kebutuhan tersebut dengan meluncurkan berbagai pelayanan, seperti:

1. I-Kios
 - ➔ I-Kios merupakan layanan swalayan yang menyediakan pembelian produk virtual dan pemesanan barang yang memudahkan konsumen dalam berinteraksi.
2. I-Tiket
 - ➔ I-Tiket merupakan wadah untuk para konsumen membeli berbagai macam tiket, seperti tiket pesawat, kereta api, wahana rekreasi, pertunjukan seni dan budaya, dan lain sebagainya.
3. Western Union
 - ➔ Western Union merupakan layanan pengiriman dan penerimaan uang dari dalam dan luar negeri tanpa harus menggunakan rekening di bank.
4. *I-Delivery*
 - ➔ *I-Delivery* merupakan layanan pesan antar yang tidak hanya mencakup produk-produk Indomaret saja, melainkan barang elektronik, *furniture, ice cream tart*, karangan bunga, dll.
5. *Payment Point*
 - ➔ *Payment Point* merupakan layanan untuk konsumen yang ingin membayar tagihan bulanan, seperti pembayaran telepon, asuransi, PLN, PDAM, dan tv berlangganan. Selain membayar tagihan bulanan, layanan ini juga dapat membantu konsumen untuk reservasi tiket pesawat dan kereta api, membayar angsuran bermotor dan peralatan elektronik, dan belanja *online* (Tokopedia, Bukalapak, dll).

6. Indomaret *Card*

➔ Indomaret *Card* merupakan kartu multifungsi yang dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan konsumen dengan bekerja sama dengan bank Mandiri. Kartu ini dapat digunakan untuk membeli barang di Indomaret, membayar tagihan telepon, dan listrik, dan dapat digunakan untuk fasilitas SPBU, tol, area parkir, taksi (Blue Bird), bis trans, dan *commuter line* (kereta Jabodetabek).

7. I-Voucher

➔ I-Voucher merupakan voucher belanja yang dapat diberikan sebagai hadiah kepada kerabat dan dapat dipergunakan untuk melakukan transaksi diseluruh gerai Indomaret.

8. Voucher Belanja Elektronik

➔ Voucher belanja berbentuk kode yang dapat digunakan untuk mendapatkan potongan belanja terhadap semua produk di Indomaret.

9. I-Smart *Card*

➔ I-Smart *Card* merupakan voucher belanja fisik yang dipakai untuk membayar produk tertentu saja.

10. I-Paket

➔ I-Paket merupakan layanan pengiriman barang yang meliputi seluruh Indonesia.

Kesuksesan Indomaret tidak luput dari *icon* yang terus digunakan oleh Indomaret setiap saat, yaitu semut yang bernama Domar. *Icon* semut ini dipilih karena semut merupakan hewan yang memiliki kerja sama yang sangat tinggi dengan kelompoknya dalam melakukan segala hal. Hal ini juga tercermin dalam budaya Indomaret, yaitu mejunjung tinggi nilai kerja sama dalam kelompok.

Sebagai perusahaan yang menjual kebutuhan kehari-hari, Indomaret tidak hanya mengandalkan pemasok produk dan UMKM saja. Indomaret turut membuat lima ratus produk *private label*, di antaranya seperti tisu, minyak goreng, gula, *waffer*, *detergent*, beras, dan lain sebagainya. Produk-produk ini dijual dengan harga yang ekonomis dan kualitas terbaik untuk dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan pada konsumennya.

Dalam masa perkembangan Indomaret, perusahaan yang telah mempekerjakan 121.000 anak bangsa ini sering mendapatkan penghargaan dari berbagai kategori di bidangnya. Berikut penghargaan yang telah dicapai oleh Indomaret.

Gambar 2.2
Penghargaan PT Indomarc Prismatama



Sumber: Buku *Company Profile* PT Indomarc Prismatama

Selain berfokus pada perkembangan dan inovasi pada bidangnya, PT Indomarc Prismatama tetap berfokus pada keadaan sosial masyarakat disekitarnya. Oleh karena itu, kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) selalu dilakukan oleh perusahaan.

Beberapa kegiatan CSR yang dilakukan pada tahun 2016 ini, yaitu.

- Pendirian Rumah Bunda Sehat di Bekasi. Pendirian rumah ini untuk membantu meningkatkan kesehatan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya perempuan.
- Kegiatan Indomaret Peduli dan Berbagi.
 - Penyerahan alat deteksi kanker mata anak sebanyak 406 buah kepada Yayasan Anyo Indonesia dan pencetakan dua ribu buku “Pedoman Dini Kanker pada Anak” yang didistribusikan ke empat ratus puskesmas di Indonesia.
- Program WASH bersama UNICEF
 - Indomaret menyumbang sebanyak Rp 6,6 miliar untuk Program Air, Sanitasi, dan Kebersihan yang dilakukan di 120 sekolah di kabupaten Takalar, Barru, dan Luwu Utara, Sulawesi Selatan.

2.1.2 Visi Perusahaan

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

2.1.3 Motto Perusahaan

Mudah dan Hemat

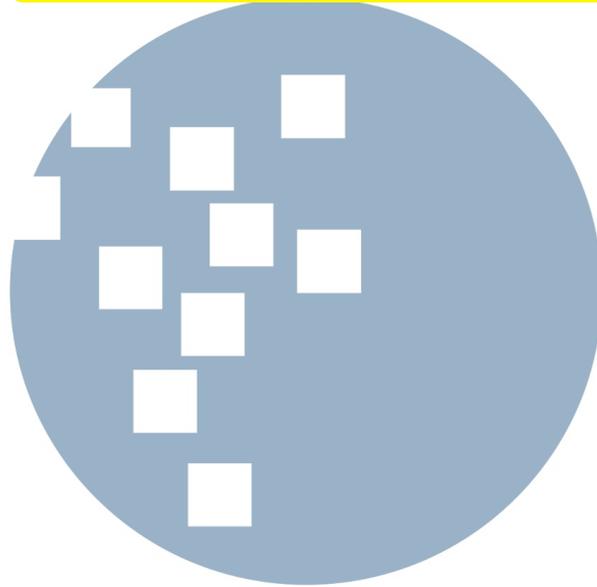
2.1.4 Budaya Perusahaan

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

2.1.5 Esensi Perusahaan

Pendekatan dengan senyuman yang tulus, untuk membangun hidup lebih baik

2.1.6 Logo Perusahaan



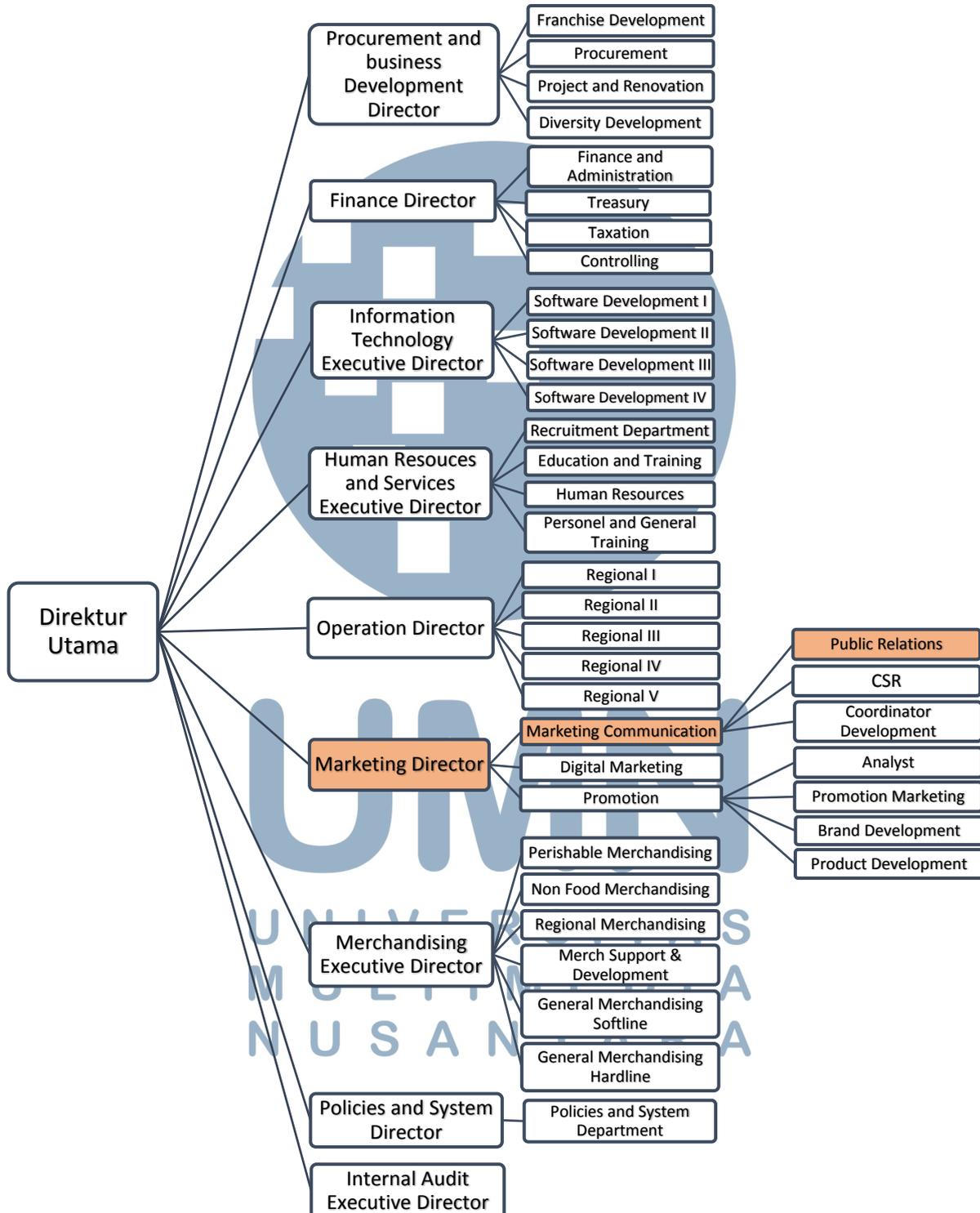
UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1.7 Struktur Organisasi

Gambar 2.3

Struktur Organisasi PT Indomarco Prismatama

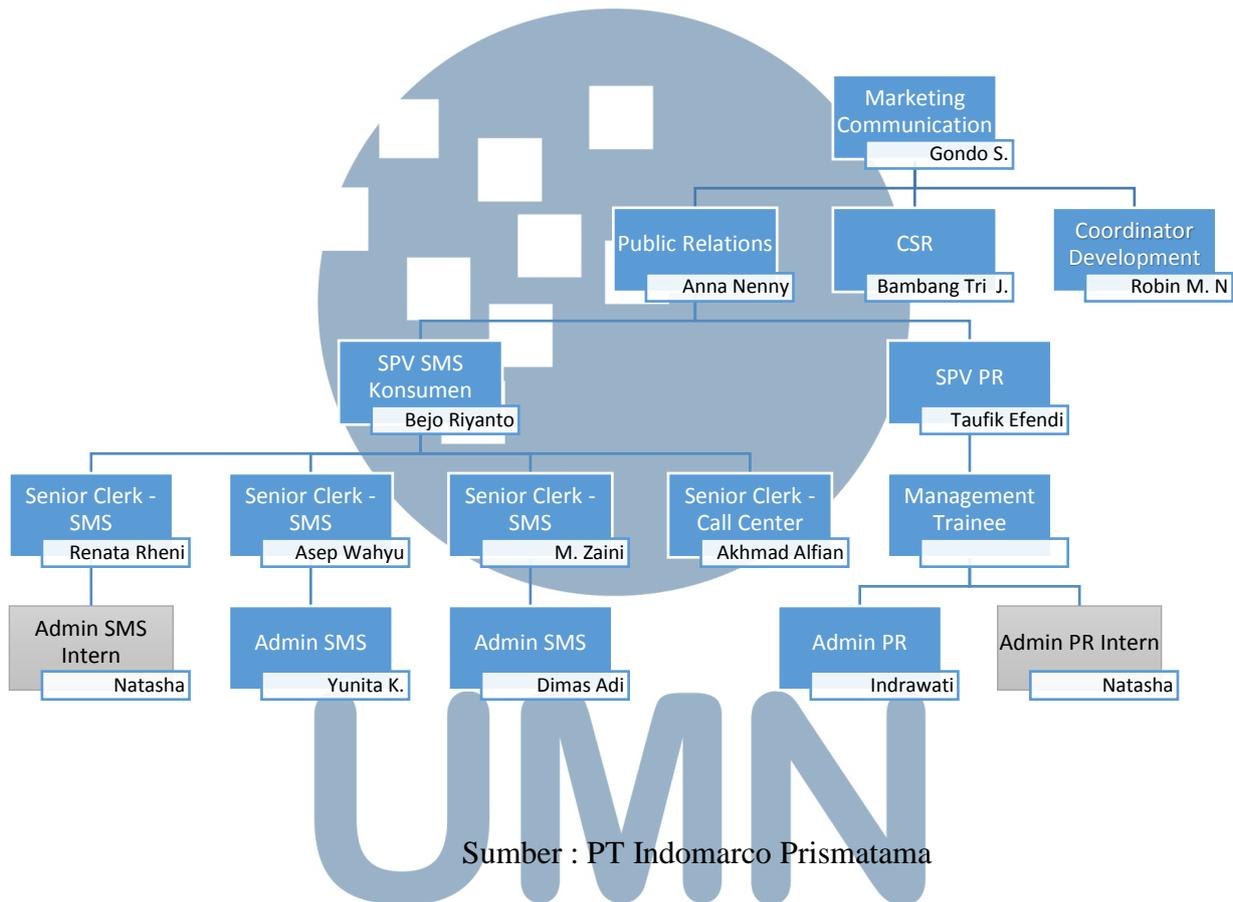


Sumber: PT Indomarco Prismatama

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Gambar 2.4

Struktur Organisasi Marketing Communication



Sumber : PT Indomarco Prismatama

Fungsi divisi *Public Relations* PT Indomarco Prismatama:

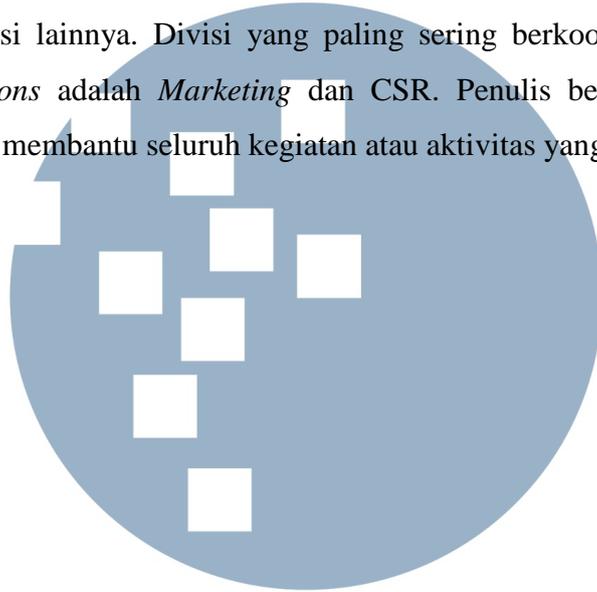
- Menjaga reputasi dan *image* positif perusahaan dengan menjalin hubungan baik dengan konsumen dan *stakeholder* lainnya.
- Mengantisipasi isu atau berita yang muncul pada media cetak maupun *online*.

Tugas divisi *Public Relations* PT Indomarco Prismatama:

- Melakukan *media monitoring* pada 10 koran nasional yang mencakup berita tentang perusahaan dan *competitor*, seperti:
 - o Bisnis Indonesia,
 - o Media Indonesia,
 - o Kontan,
 - o Republika,
 - o The Jakarta Post,
 - o Pikiran Rakyat,
 - o Koran Tempo,
 - o Indopos,
 - o Warta Kota, dan
 - o Kompas.
- Melakukan *media monitoring* pada media *online* yang mencakup berita tentang perusahaan dan *competitor*, seperti:
 - o tribunnews.com,
 - o detik.com,
 - o kaskus.com,
 - o merdeka.com,
 - o sindonews.com,
 - o dan lain-lain.
- Melakukan kliping berita yang diperoleh dari *media monitoring*.
- Menangani komplain konsumen melalui SMS, *website*, media cetak, media *online*, dan Qlue (layanan baru yang digunakan oleh Indomaret untuk konsumen yang ingin melakukan komplain).
- Berpartisipasi dalam segala acara yang rutin perusahaan, seperti FOGI (*Vocal Group*), donor darah, lomba menggambar, dan lain-lain.
- Berpartisipasi dalam *launching* acara kerja sama dengan pihak eksternal maupun *launching* produk baru Indomaret.
- Melakukan rekap perbulan tentang penanganan komplain konsumen dan kegiatan-kegiatan lain yang dilakukan Indomaret.

- Melakukan *update* dan membuat berita *website* tentang kegiatan yang dilakukan oleh Indomaret (Penghargaan, CSR, dan lain-lain).
- Melakukan *press conference* terkait kegiatan yang dilakukan Indomaret.
- Memproses surat yang masuk ke Indomaret (surat undangan atau *sponsorship*).

Divisi *Public Relations* dalam menjalankan tugasnya berkoordinasi dengan beberapa divisi lainnya. Divisi yang paling sering berkoordinasi dengan divisi *Public Relations* adalah *Marketing* dan *CSR*. Penulis berada di divisi *Public Relations* dan membantu seluruh kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh divisi PR tersebut.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA