



### **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

PT Mitra Adiperkasa Tbk, atau yang lebih akrab disebut MAP, merupakan salah satu perusahaan *retail* terbesar di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1995. Perusahaan yang dipimpin oleh H.B.L. Mantiri dan Mien Sughandi ini membawa dan memperkenalkan berbagai *brand* besar dunia seperti Starbucks, Zara, dan Converse untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia akan gaya hidup sehat dan produk-produk berkualitas.

Klasifikasi *brand* yang dibawa oleh MAP dikategorikan menjadi enam divisi, yaitu *Department Store*, *Fashion*, *Active*, *Food & Beverage*, *Supermarket*, dan *Lifestyle*. *Department Store* meliputi Seibu, Debenhams, Sogo, Lotus, dan Galeries Lafayette. Untuk divisi *Fashion*, terdiri lebih dari 30 *brand* ternama dunia seperti Marks & Spencer dan Zara. Divisi *Active* terdiri dari *brand* perlengkapan olahraga terkemuka, misalnya Adidas, Converse, dan Reebok. Untuk divisi *Food & Beverage*, MAP memperkenalkan masyarakat Indonesia dengan *brand-brand* yang banyak bermunculan di pusat perbelanjaan kota besar seperti Starbucks, Burger King, Domino's Pizza, dan Pizza Marzano. The Food Hall, yang merupakan *brand* dari divisi *Supermarket* MAP, menjadi salah satu *supermarket* terlengkap yang hadir di pusat perbelanjaan ternama, dimana dapat memenuhi segala kebutuhan masyarakat. Untuk divisi *Lifestyle*, diisi oleh toko buku Kinokuniya dan *toiletries* Crabtree & Evelyn.

Melihat dari grafik pertumbuhan *outlet* yang ada pada website resmi MAP, setiap tahunnya terjadi penambahan yang signifikan dimana bisa dilihat bahwa dari tahun 2011 sampai 2012, sudah dibuka lebih dari 300 cabang di Indonesia (<http://www.map-indonesia.com/>). Kenaikan ini terus berlanjut hingga pada tahun 2013, MAP memimpin sebagai perusahaan *retail* pertama di Indonesia yang mampu membuka outlet sebanyak 1625 di berbagai kota besar Indonesia.

## 2.1 Sejarah Perusahaan

PT Mitra Adiperkasa Tbk bermula sebagai perusahaan *retail* untuk *Sports* atau perlengkapan alat olahraga pada 23 Januari 1995. Seiring dengan berkembangnya pasar Indonesia, akhirnya perusahaan yang kerap dipanggil MAP ini terjun ke dalam dunia retail *Department Store, Fashion, Kids, Food and Beverages*, dan *Lifestyle*.

Pergerakan MAP di Indonesia berlangsung secara signifikan. Hal ini bisa dilihat dari jumlah gerai yang terus bertambah setiap tahunnya, dimana berawal dari empat puluh outlet di tahun 1995, berkembang empat puluh kali lipat menjadi 416 outlet di tahun 2003. Usaha *retail* yang semakin besar dan meluas cakupannya di seluruh penjuru Indonesia ini mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta pada November 2004. Dan di tahun 2011, MAP dinobatkan sebagai perusahaan *retail* nomor satu di Indonesia dengan membawa berbagai *brand* terkemuka internasional di Indonesia dengan lebih dari 1.000 outlet yang tersebar di seluruh kota-kota besar Indonesia.

Setiap tahun MAP menambahkan *brand-brand* baru ke dalam divisi-divisinya, baik itu *Fashion, Lifestyle*, maupun divisi lainnya. Di awal tahun 2013, divisi Fashion menambahkan catatan *portfolio brand*-nya dengan mendatangkan merek pakaian asal Australia, yaitu Cotton On ke Indonesia. Cotton On merupakan salah satu brand yang paling diminati anak muda saat ini. Rentang harga yang terjangkau dan penggunaan material yang berkualitas, membuat MAP memutuskan untuk memperkenalkan *brand* tersebut kepada anak muda Jakarta. Tidak hanya di Jakarta, rencananya sampai pertengahan 2014 akan dibuka tujuh *outlet* yang tersebar tidak hanya di Jakarta, namun juga di daerah Serpong dan Medan.

## 2.2 Logo Perusahaan



*Gambar 2.1 - Logo PT Mitra Adiperkasa Tbk*

*(Sumber: Arsip perusahaan)*

Logo PT Mitra Adiperkasa Tbk dibuat dalam bentuk *logotype* dimana menampilkan huruf “MAP” sebagai bentuk singkatan dari Mitra Adiperkasa. Huruf “MAP” dibuat dalam bentuk kapital dengan warna merah menyala (C=0, M=100, Y=100, K=0). Di bagian bawah dari “MAP”, terdapat *brand supporting name* dengan tulisan “Mitra Adiperkasa” yang menjelaskan singkatan dari “MAP” di atasnya. Kalimat “Mitra Adiperkasa” dibuat dalam warna biru tua keunguan (C=90.59, M=81.18, Y=0, K=0).

Komponen keseluruhan dari logo PT Mitra Adiperkasa Tbk MAP dipakai dalam berbagai media promosi dan komunikasi yang dibutuhkan, seperti untuk di kartu nama, kop surat, dan media promosi seperti brosur, *easel*, *alarm sleeve*, dan POP (*Point of Purchase*).



Gambar 2.2 - Modifikasi warna Logo PT Mitra Adiperkasa Tbk  
(Sumber: Arsip perusahaan)

Pada kondisi tertentu, logo MAP dapat digunakan dengan warna yang dimodifikasi yaitu dalam warna keseluruhan hitam atau putih. Penggunaan warna ini menyesuaikan dengan latar tempat logo diletakkan, seperti penggunaan logo hitam di atas latar yang berwarna terang dan logo putih di atas latar berwarna gelap. Logo juga dapat ditampilkan dengan penggunaan warna merah pada brand name dan warna putih atau hitam pada brand supporting name tergantung dari latar warna.

Logo MAP dapat ditampilkan hanya dengan menampilkan *brand name* yaitu MAP tanpa adanya *brand supporting name* yaitu Mitra Adiperkasa. Namun, logo tidak dapat ditampilkan hanya dengan menggunakan *brand supporting name*. Kondisi ini dapat ditemukan pada kop surat, dimana logo yang ditampilkan tidak menggunakan *brand supporting name*.

### 2.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi yang diemban oleh MAP adalah menjadi perusahaan pemasaran *retail* terkemuka di Indonesia untuk merek-merek gaya hidup dan produk-produk berkualitas ternama.

Sementara, misi dari MAP adalah berupaya keras untuk memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan akan kebutuhan gaya hidup yang sehat dan memuaskan dengan menyediakan berbagai produk yang baru dan inovatif, memberikan pengalaman berbelanja yang mengasyikkan, memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan, dan memberikan nilai yang sesuai dengan uang yang dibelanjakan oleh pelanggan.

### 2.4 Filosofi Perusahaan

PT Mitra Adiperkasa memiliki filosofi bisnis yang berorientasi pada P.E.O.P.L.E. Berikut adalah penjelasan uraian dari filosofi dan makna P.E.O.P.L.E:

1. *People Centered Approach* (Pendekatan yang berfokus pada manusia)

Kami selalu mementingkan para pelanggan dalam setiap inti pengambilan keputusan bisnis kami.

2. *Empowerment* (Pemberdayaan)

Kami memberdayakan karyawan dengan memberikan kewenangan. Kami percaya bahwa pendelegasian kekuasaan dan otonomi mendorong kontribusi, tanggung jawab, dan kewirausahaan. Kewirausahaan adalah kunci dari bisnis ritel dan faktor ini membantu karyawan untuk mengembangkan rasa memiliki.

3. *Originality* (Keaslian)

Kami memelopori konsep-konsep dan ide-ide baru dalam seluruh usaha ritel dan pemasaran kami.

4. *Principles* (Prinsip-prinsip)

Kami menjunjung tinggi integritas dan kejujuran.

5. *Loyalty* (Loyalitas)

Kami membangun loyalitas karyawan dan pelanggan serta memiliki hubungan jangka panjang dengan pemilik merek, mitra usaha, pemilik properti, dan pemasok.

6. *Earnings* (Keuntungan)

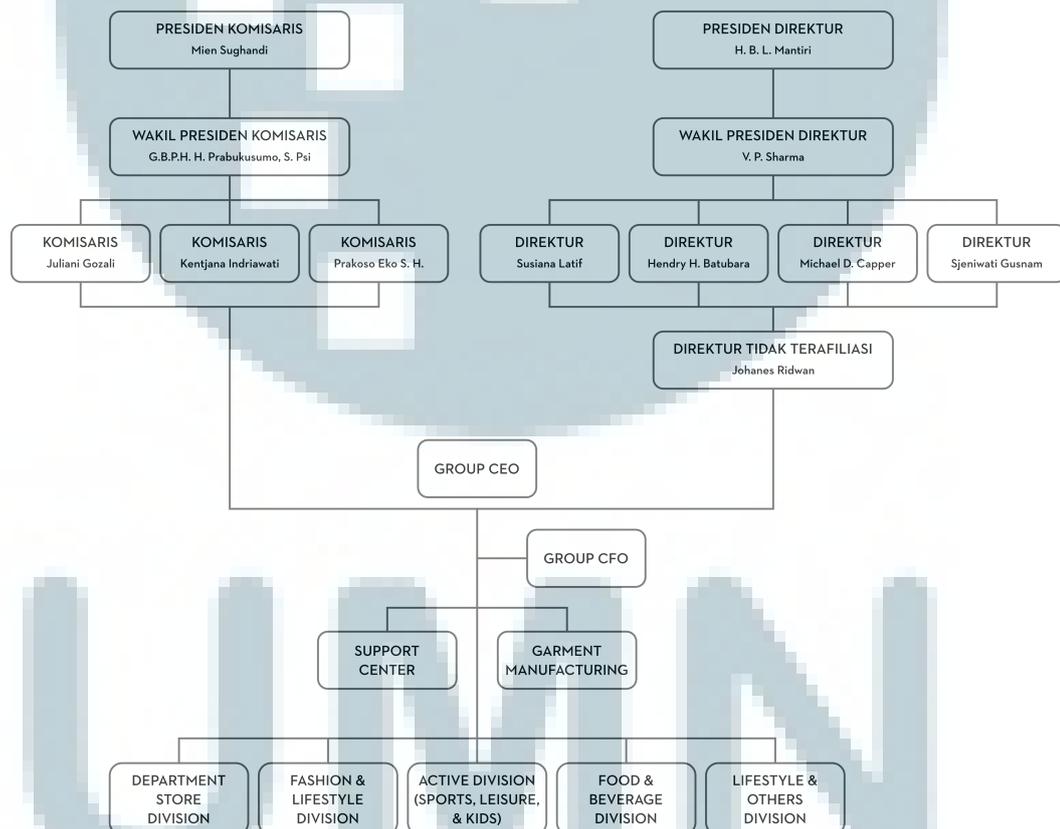
Kami berusaha meraih keuntungan berdasarkan nilai-nilai utama perusahaan.



## 2.5 Struktur Organisasi Perusahaan

### 2.5.1 Jajaran Manajemen PT Mitra Adiperkasa Tbk

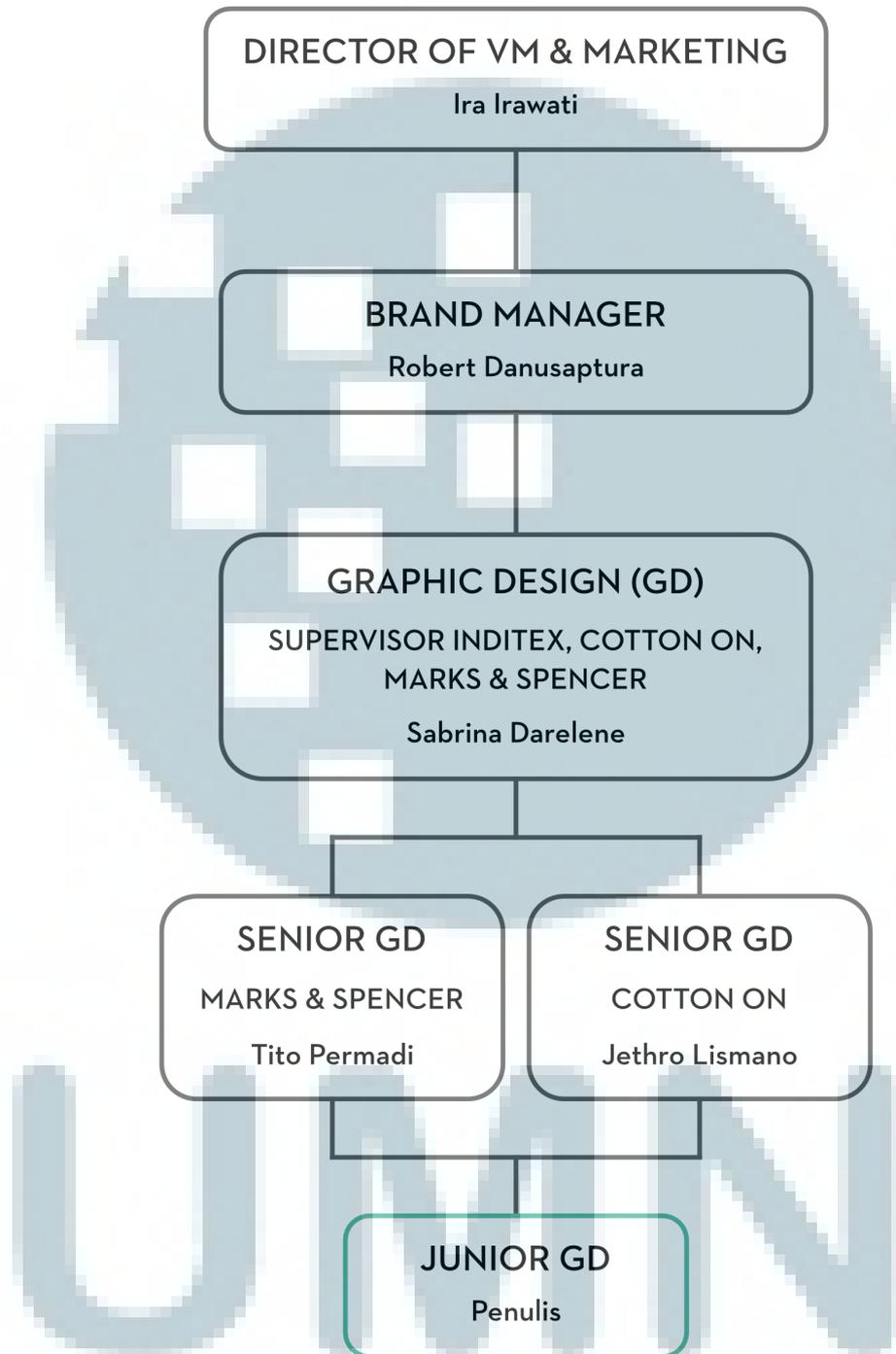
Struktur garis besar dari PT Mitra Adiperkasa Tbk yang meliputi Presiden Komisaris, Presiden Direktur, dan pembagiannya sampai pada tahap Group CFO dijelaskan pada Gambar 2.3. Dari Group CFO ini, akan terpecah menjadi beberapa divisi-divisi yang memegang berbagai *brand* internasional. Seperti *Fashion Division* yang memegang Zara, Marks & Spencer, dan Cotton On.



Gambar 2.3 - Bagan Jajaran Manajemen PT Mitra Adiperkasa Tbk

(Sumber: Annual Report PT Mitra Adiperkasa Tbk 2012)

## 2.5.2 Jajaran Manajemen Fashion Division - Graphic Design



*Gambar 2.4 - Bagan Jajaran Manajemen Fashion Division - Graphic Design  
(Sumber: Hasil wawancara dengan Supervisor Graphic Design)*

Marks & Spencer dipimpin oleh Ira Irawati sebagai *Director of Visual Merchandiser & Marketing*. Semua pekerjaan yang dilakukan oleh bagian *Brand, Marketing, Visual Merchandiser, dan Graphic Design* harus diteruskan kepada Ira Irawati untuk asistensi. Beliau memegang keputusan akhir apakah pekerjaan bisa dilanjutkan atau tidak.

*Brand Manager* untuk brand Marks & Spencer, Cotton On, Inditex Group (Zara, Zara Home, Pull & Bear, Bershka, Stradivarius, dan Massimo Dutti) dipegang oleh Robert Danusaptura. Brand Manager memiliki tugas untuk memimpin dan mengatur segala pekerjaan bagian-bagian esensial seperti *Visual Merchandiser dan Graphic Design*. Untuk bagian *Visual Merchandiser* Marks & Spencer dipegang oleh Jody Setiawan, sementara Cotton On dipegang oleh Mega Mendung.

*Graphic Design* dipimpin oleh Sabrina Darlene sebagai *Supervisor* dan bertanggung jawab atas desain yang dibutuhkan untuk Inditex Group. Sabrina selaku *Supervisor* berugas untuk membimbing, mengatur dan mensupervisi pekerjaan yang dikerjakan oleh *Senior Graphic Design*, yaitu Tito Permadi (Marks & Spencer) dan Jethro Lismano (Cotton On). Penulis diposisikan sebagai *Junior Graphic Design* yang bertugas untuk membantu segala pekerjaan dari *brand* Inditex Group, Marks & Spemcer, dan Cotton On yang dikerjakan oleh *Supervisor dan Senior Graphic Design*.

U M N