

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Matahari Department Store Tbk, yang akrab dikenal oleh masyarakat luas sebagai Matahari, adalah salah satu perusahaan ritel department store terdepan di Indonesia hingga saat ini. Matahari memiliki sejarah yang panjang dan kaya sejak didirikan oleh Hari Darmawan pada tahun 1958. Toko pertama Matahari dibuka di Pasar Baru, Jakarta, sebuah lokasi yang strategis dan populer pada masanya. Dari awal yang sederhana ini, Matahari mulai membangun reputasinya sebagai pusat perbelanjaan yang menyediakan berbagai macam produk dengan harga yang terjangkau untuk berbagai kalangan masyarakat [4].

Pada pertengahan 1980-an, tepatnya pada tahun 1986, Matahari melakukan perubahan strategis yang signifikan dalam model bisnisnya. Melihat tren perkembangan pusat perbelanjaan modern di Indonesia, Matahari mulai membuka gerai-gerai di mall-mall yang sedang tumbuh pesat. Langkah ini menjadikan Matahari sebagai pionir dalam industri department store modern di Indonesia. Perubahan strategi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas Matahari kepada konsumen, tetapi juga memberikan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan modern dibandingkan dengan toko-toko tradisional [4].

Seiring berjalannya waktu, Matahari terus memperluas jangkauan bisnisnya secara signifikan di seluruh Indonesia. Strategi ekspansi bisnis yang agresif namun tetap dengan pertimbangan matang memungkinkan Matahari membuka gerai-gerai baru di berbagai daerah, menjangkau konsumen yang lebih luas. Pada tahun 2009, PT Matahari Department Store Tbk melakukan Initial Public Offering (IPO) di Bursa Efek Indonesia dengan kode saham "LPPF". IPO ini

menandai tonggak penting dalam sejarah perusahaan, membuka akses terhadap modal yang lebih besar untuk mendukung ekspansi dan inovasi lebih lanjut [4].

Keberhasilan Matahari dalam memperluas bisnisnya terlihat jelas dari jumlah gerai yang terus meningkat. Hingga tahun 2023, Matahari telah memiliki lebih dari 150 gerai yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, dari kota-kota besar hingga daerah-daerah terpencil. Tidak hanya berfokus pada ekspansi fisik, Matahari juga aktif berinovasi di bidang digital. Mereka meluncurkan aplikasi belanja online dan layanan e-commerce untuk memenuhi kebutuhan pelanggan di era digital, yang semakin mengutamakan kenyamanan dan kemudahan akses [4].

Inovasi dalam bidang digital tidak berhenti di situ. Pada tahun 2012, Matahari meluncurkan MatahariMall.com, sebuah langkah awal yang signifikan dalam menghadapi perkembangan dunia digital dan e-commerce. Platform ini dirancang untuk memberikan pengalaman berbelanja online yang mudah dan menyenangkan bagi pelanggan, dengan berbagai produk yang sama seperti yang tersedia di gerai fisik. Kemudian, pada tahun 2016, Matahari meluncurkan MatahariPay, solusi pembayaran digital yang memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi di gerai Matahari maupun secara online. MatahariPay dirancang untuk memberikan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi, sejalan dengan tren digitalisasi yang semakin berkembang [4].

Inovasi-inovasi ini menunjukkan komitmen Matahari dalam menghadapi perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Dengan terus beradaptasi dan berinovasi, Matahari mampu mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar dalam industri department store di Indonesia. Melalui kombinasi antara ekspansi fisik yang agresif, inovasi digital, dan fokus pada pelayanan pelanggan, Matahari berusaha untuk terus memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen di seluruh Indonesia [4].

Perjalanan panjang PT Matahari Department Store Tbk dari sebuah toko kecil di Pasar Baru hingga menjadi jaringan department store terbesar di

Indonesia adalah cerminan dari visi, kerja keras, dan adaptabilitas yang tinggi terhadap perubahan pasar dan teknologi. Matahari tetap berkomitmen untuk memberikan yang terbaik bagi pelanggannya, dengan terus berinovasi dan beradaptasi dalam menghadapi tantangan masa depan [4].

Table 1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

No	Task Name	Jan		Feb				Mar				Apr				May				Jun				
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	Membuat Alur Flowchart pada Technical Specification Document “Add 4 New Features to E-Monitoring System for Lebaran Preparation”																							
2.	Membuat Technical Specification Document Aplikasi All E-Monitoring																							
3.	Membuat Technical																							

pelanggan dapat menikmati pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan efisien, baik melalui saluran online maupun offline.

Misi PT Matahari Department Store adalah untuk menyenangkan pelanggan dengan menyediakan fesyen yang aspiratif, bagus, nyaman, dan terjangkau. Dalam menjalankan misi ini, Matahari berupaya untuk selalu menghadirkan produk-produk yang mengikuti tren terbaru (on-trend) dan memenuhi kebutuhan serta selera beragam pelanggan. Matahari juga menekankan pentingnya memberikan pengalaman berbelanja yang personal dan memudahkan, dengan memanfaatkan integrasi dari saluran online dan offline. Dengan demikian, pelanggan memiliki kebebasan untuk memilih cara berbelanja yang paling sesuai bagi mereka, kapanpun dan dimanapun mereka berada.

Matahari percaya bahwa dengan memberikan pelayanan yang unggul dan produk yang berkualitas, mereka dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, Matahari terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan tren dan teknologi untuk memastikan bahwa mereka selalu berada di garis depan dalam industri ritel. Matahari juga berkomitmen untuk memperkaya portofolio mereka dengan memperkenalkan merek-merek internasional yang eksklusif dan menarik, yang dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

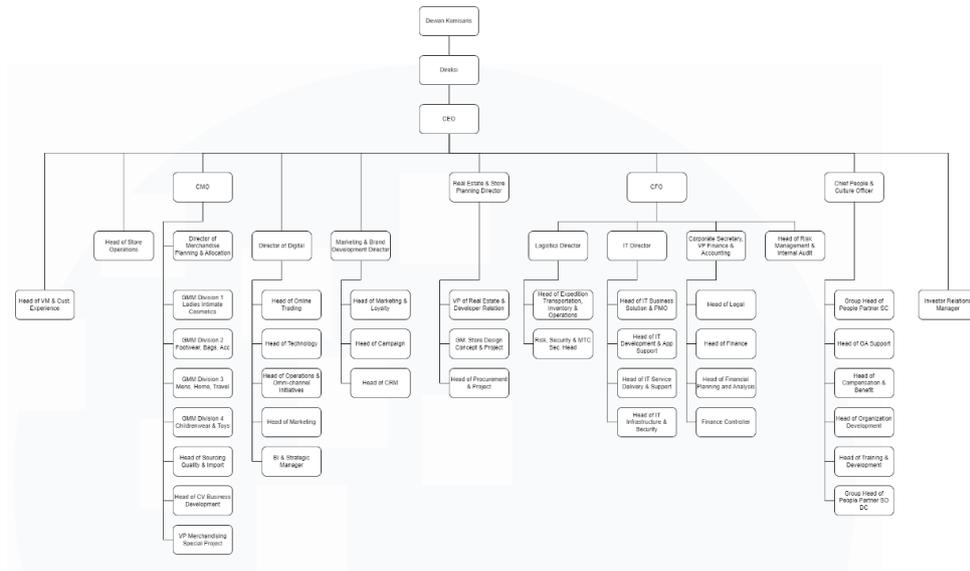
Dalam praktiknya, implementasi visi dan misi ini tercermin dalam berbagai inisiatif strategis yang dijalankan oleh perusahaan. Matahari selalu berupaya untuk memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan melalui desain toko yang menarik, pelayanan pelanggan yang ramah dan profesional, serta promosi dan penawaran yang menarik. Selain itu, Matahari juga mengadopsi teknologi terbaru untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan kenyamanan lebih bagi pelanggan dalam berbelanja.

Melalui komitmen yang kuat terhadap visi dan misi ini, PT Matahari Department Store tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan finansial semata, tetapi juga pada pembangunan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan pelanggan. Dengan demikian, Matahari dapat terus tumbuh dan berkembang sebagai salah satu peritel terkemuka di Indonesia yang selalu menjadi pilihan utama bagi masyarakat.

Dengan pemahaman yang mendalam mengenai visi dan misi PT Matahari Department Store, saya merasa sangat beruntung dapat menjalani masa magang di perusahaan yang memiliki komitmen kuat terhadap keunggulan dan kepuasan pelanggan. Pengalaman ini tidak hanya memperkaya pengetahuan saya tentang industri ritel, tetapi juga memberikan inspirasi tentang pentingnya memiliki visi dan misi yang jelas dalam mencapai kesuksesan jangka panjang. PT Matahari Department Store Tbk memiliki visi dan misi yang inovatif dengan tujuan yang mencakup seluruh pemangku kepentingannya. Visi yang dimiliki Matahari adalah untuk menjadi peritel gaya hidup omni-channel terkemuka sebagai "House of Specialists" yang berpusat pada pelanggan. Untuk mencapai visi tersebut, misi yang dijalankan Matahari adalah untuk menyenangkan pelanggan dengan fashion yang aspiratif namun terjangkau yang terlihat bagus dan terasa nyaman.

Dengan visi dan misi ini, PT Matahari Department Store Tbk berkomitmen untuk terus berinovasi dan memberikan layanan terbaik bagi seluruh pemangku kepentingannya, serta memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri ritel.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 1 Struktur Organisasi PT. Matahari Department Store

Struktur organisasi PT Matahari Department Store terdiri dari beberapa tingkat manajemen yang terstruktur rapi untuk mengelola berbagai fungsi dan operasi perusahaan. Di puncak organisasi terdapat Dewan Komisaris yang bertanggung jawab atas pengawasan strategis, dan Direksi yang mengelola operasi harian. CEO (Chief Executive Officer) memimpin perusahaan dengan dukungan dari beberapa direktorat dan kepala departemen.

Di bawah CEO, terdapat CMO (Chief Marketing Officer) yang mengawasi operasi toko, perencanaan dan distribusi merchandise, serta inisiatif digital. Di bagian perencanaan merchandise, terdapat Director of Merchandise Planning & Allocation yang memimpin beberapa GMM (General Merchandise Manager) divisi, masing-masing bertanggung jawab atas kategori produk tertentu seperti Ladies Intimate & Cosmetics, Footwear, Bags & Accessories, Mens, Home & Travel, serta Childrenwear & Toys. Selain itu, ada juga Head of Store Operations, Head of VM & Customer Experience, Head of Sourcing Quality & Import, Head of CV Business Development, dan VP of Merchandising Special Projects yang mengawasi berbagai aspek operasional dan pengembangan produk.

Director of Digital bertanggung jawab atas inisiatif digital perusahaan, termasuk Head of Online Trading, Head of Technology, Head of Operations & Omnichannel Initiatives, Head of Marketing, dan BI & Strategic Manager. Marketing & Brand Development Director mengelola tim yang terdiri dari Head of Marketing & Loyalty, Head of Campaign, dan Head of CRM untuk mengembangkan strategi pemasaran dan hubungan pelanggan.

Pada sisi operasional, terdapat Real Estate & Store Planning Director yang mengawasi pengembangan dan perencanaan toko, didukung oleh VP of Real Estate & Developer Relations, GM of Store Design Concept & Project, dan Head of Procurement & Project. Logistics Director memimpin Head of Expedition, Transportation, Inventory & Operations, serta Risk, Security & MTC Security Head untuk memastikan efisiensi logistik dan keamanan.

Di sektor teknologi, IT Director mengelola tim yang terdiri dari Head of IT Business Solution & PMO, Head of IT Development & App Support, Head of IT Service Delivery & Support, dan Head of IT Infrastructure & Security untuk mendukung kebutuhan teknologi perusahaan.

CFO (Chief Financial Officer) bertanggung jawab atas manajemen keuangan dengan dukungan dari Corporate Secretary, VP Finance & Accounting, Head of Risk Management & Internal Audit, Head of Legal, Head of Finance, Head of Financial Planning & Analysis, dan Finance Controller.

Terakhir, Chief People & Culture Officer mengelola sumber daya manusia dan budaya perusahaan dengan bantuan dari Group Head of People Partner SC, Group Head of People Partner SO DC, Head of GA Support, Head of Compensation & Benefit, Head of Organization Development, Head of Training & Development, serta Investor Relations Manager yang

bertanggung jawab atas hubungan dengan para pemegang saham dan investor.

Struktur organisasi ini memastikan bahwa setiap fungsi dan operasi perusahaan dikelola dengan baik, memungkinkan PT Matahari Department Store untuk beroperasi secara efektif dan efisien.

