

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Pada tahun 1988, PT.XYZ memiliki inisiatif untuk membuka sebuah mini market dengan tujuan memudahkan karyawan internal dalam memenuhi kebutuhan pokok dan sehari-hari. Pada awalnya, gerai PT. XYZ berlokasi dekat hunian, menyediakan kebutuhan pokok, dan melayani masyarakat umum dengan toko berukuran sekitar 200 m². Dengan pengalaman dalam mengelola toko dan pemahaman tentang perilaku konsumen, PT. XYZ memiliki niat untuk memberikan kontribusi lebih besar kepada masyarakat Indonesia melalui pendirian perusahaan mini market. Fokusnya adalah memenuhi kebutuhan konsumen secara menyeluruh dengan kualitas yang diinginkan. Melalui penelitian dan pengamatan terhadap perilaku konsumen, perusahaan menemukan bahwa konsumen lebih memilih berbelanja di gerai modern karena kelengkapan produk berkualitas, harga yang bersaing, dan suasana yang nyaman. Dengan pemahaman ini, PT. XYZ berkomitmen untuk memberikan kontribusi lebih besar dengan mendirikan PT. XYZ. Visi perusahaan adalah menjadi jaringan ritel unggul dengan moto "mudah dan hemat". Seiring waktu dan permintaan pasar, PT. XYZ terus berkembang dengan menambah gerai di berbagai kawasan, mengalami pembelajaran dalam mengoperasikan jaringan retail berskala besar.

Konsep PT. XYZ merupakan yang pertama dan menjadi pelopor pada bidang franchise minimarket di Indonesia. Sambutan masyarakat ternyata sangat positif, terbukti dengan peningkatan jumlah Waralaba PT. XYZ dari waktu ke waktu. Konsep bisnis waralaba Perusahaan juga diakui oleh pemerintah melalui penghargaan yang diberikan kepada PT. XYZ sebagai "Perusahaan Waralaba Unggul 2003". Penghargaan semacam ini adalah yang pertama kali diberikan

kepada perusahaan minimarket di Indonesia dan sampai saat ini hanya PT. XYZ yang menerimanya. Hingga Februari 202, PT. XYZ telah memiliki 22.414 toko, dengan terdapat 42 pusat distribusi yang memasok barang dagangan untuk seluruh gerai yang menyediakan lebih dari 5.000 jenis produk. Keberadaan PT. XYZ semakin diperkuat dengan kehadiran Indogrosir, anak perusahaan dengan konsep Pusat Perkulakan.

PT. XYZ memperlihatkan dedikasinya dengan meraih sejumlah prestasi penghargaan nasional dan internasional. Beberapa di antaranya termasuk Penghargaan Perusahaan Waralaba Unggul pada 2003, pengakuan sebagai salah satu dari Top 250 Original Brands pada 2012, penghargaan Top Franchise Asean pada 2009, serta pengakuan sebagai salah satu dari Top 500 Retail Asia Pacific pada 2015. Selain itu, PT. XYZ juga secara konsisten meraih penghargaan Superbrands dari tahun 2010 hingga 2015. Keberhasilan ini menegaskan komitmen perusahaan dalam memberikan layanan dan produk berkualitas serta inovatif kepada masyarakat.

2.1.1 Visi Misi

Visi dan misi adalah dua elemen kunci dalam menetapkan arah dan sasaran perusahaan. Visi menggambarkan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai perusahaan, sementara misi merinci tujuan utama perusahaan beserta strategi untuk mencapainya. Keduanya merupakan fondasi yang memandu kegiatan dan keputusan perusahaan dalam mencapai kesuksesan dan pertumbuhan yang berkelanjutan. Visi memberikan pandangan tentang masa depan yang diinginkan oleh perusahaan, sementara misi memberikan arahan konkret tentang tindakan dan langkah-langkah yang harus diambil untuk mencapai visi tersebut. Dengan memiliki visi dan misi yang jelas, perusahaan dapat menginspirasi karyawan, memandu pengambilan keputusan, dan menjaga fokus pada tujuan jangka panjangnya.

2.1.1.1 Visi Perusahaan

PT. XYZ memiliki Visi "Menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan retail waralaba yang unggul dalam persaingan global" mencerminkan tujuan jangka panjang perusahaan yang memperlihatkan ambisi untuk menjadi entitas yang dikenal dan dihormati baik secara nasional maupun internasional. Visi ini menggambarkan komitmen PT. XYZ untuk menjadi kontributor utama dalam perekonomian Indonesia serta memperkuat posisi perusahaan di pasar global.

“Menjadi Aset Nasional” menunjukkan bahwa PT. XYZ memiliki tekad untuk memberikan nilai tambah kepada Indonesia sebagai sebuah negara. Dengan berperan sebagai aset yang berharga, PT. XYZ berkomitmen untuk mendukung pertumbuhan ekonomi domestik, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan manfaat kepada masyarakat Indonesia secara keseluruhan. PT. XYZ juga berupaya untuk mendukung pengembangan industri ritel di dalam negeri, baik melalui inovasi produk dan layanan, maupun melalui kemitraan dengan pelaku usaha lokal.

“Jaringan Retail Waralaba” menegaskan komitmen PT. XYZ untuk mengadopsi model bisnis yang melibatkan mitra waralaba dalam mengembangkan gerainya. Dengan demikian, PT. XYZ tidak hanya bertujuan untuk mengembangkan bisnisnya sendiri, tetapi juga memberikan peluang kepada individu atau entitas lain untuk berpartisipasi dalam kesuksesan perusahaan. Melalui model waralaba, PT. XYZ dapat memperluas jangkauan geografisnya dengan lebih cepat dan efisien, sambil memberikan dukungan dan bimbingan kepada para mitra waralaba untuk mencapai kesuksesan yang sama.

“Unggul Dalam Persaingan Global” mencerminkan ambisi PT. XYZ untuk tidak hanya berhasil di pasar domestik, tetapi juga bersaing dengan kompetitor di pasar internasional. PT. XYZ berusaha untuk menjadi pemimpin dalam industri ritel, mengukuhkan reputasi mereknya sebagai yang terdepan dalam hal kualitas produk, layanan pelanggan, dan inovasi. Dengan mengejar standar keunggulan global, PT. XYZ ingin menjadi perusahaan yang diakui secara internasional dan berkontribusi pada citra positif Indonesia di mata dunia.

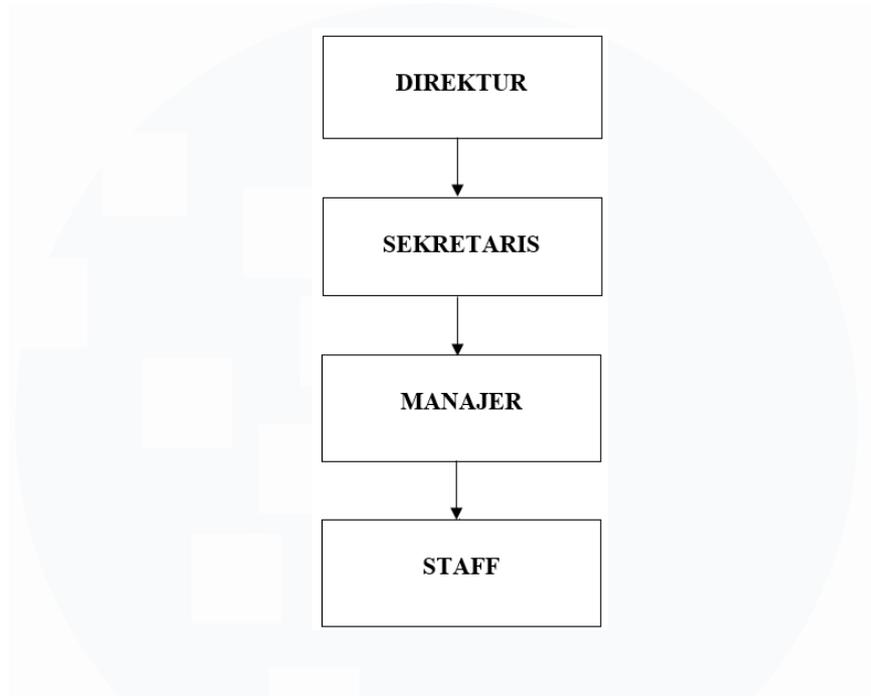
2.1.1.2 Misi Perusahaan

Sementara itu, untuk dapat mewujudkan Visi yang dimiliki, PT. XYZ memiliki Misi "Meningkatkan pelayanan terbaik sehingga kepuasan pelanggan utama yang harus dapat dipenuhi," mencerminkan tekad perusahaan untuk memberikan pelayanan pelanggan yang optimal. Arti dari misi ini dapat diuraikan sebagai berikut:

“Meningkatkan Pelayanan Terbaik” PT. XYZ menekankan pentingnya terus meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Fokus utama perusahaan adalah pada inovasi, dengan tujuan memberikan pengalaman pelanggan yang ramah, efisien, dan bermutu. PT. XYZ berkomitmen untuk terus beradaptasi dengan perkembangan kebutuhan pelanggan serta memperkenalkan inisiatif baru guna meningkatkan kepuasan mereka.

“Kepuasan Pelanggan Utama yang Harus Dapat Dipenuhi” Dalam hal ini, kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama bagi PT. XYZ. Perusahaan mengakui bahwa memahami, memenuhi, dan bahkan melebihi harapan pelanggan adalah kunci kesuksesan perusahaan. PT. XYZ berkomitmen untuk menyediakan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan tetapi juga memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Pada Gambar 2.1 terdapat gambaran Struktur Organisasi yang dikepalai atau jabatan tertinggi dipegang oleh seorang Direktur, diikuti oleh Sekretaris dan Manager. Selanjutnya, terdapat berbagai macam Departemen yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam mencapai tujuan bisnisnya. Setiap Departemen terdapat Manager yang bertanggung jawab atas pengelolaan operasional dan pencapaian tujuan dalam bidangnya masing-masing. Setiap Manager akan memimpin tim, merancang strategi, mengawasi pelaksanaan pekerjaan, dan memastikan kinerja optimal dari departemen yang mereka pimpin. PT.XYZ memiliki lima departemen berbeda seperti Departemen Operasional, Departemen Logistik, Departemen Marketing, Departemen Finance, dan Departemen IT. Program Kerja Magang dilakukan di bawah departemen IT pada divisi *Software Development II*.