

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo perusahaan

Sumber: Data perusahaan,2024

Pada tahun 1958, babak penting dalam sejarah ritel Indonesia dimulai ketika Bapak Hari Darmawan meletakkan dasar bagi merek Matahari yang ikonik. Pada tanggal 24 Oktober, gerai Matahari yang pertama muncul, sebuah gerai sederhana yang menempati lahan hanya seluas 150 meter persegi, namun memiliki potensi besar di masa depan. Lalu pada tahun 1972, Matahari membuat langkah terobosan dengan meresmikan department store modern pertama di negara ini, yang menetapkan tolok ukur baru untuk keunggulan ritel di seluruh Indonesia.

Memperluas jangkauannya melampaui Jakarta, Matahari merambah wilayah baru pada tahun 1980, dengan pembukaan toko pertamanya di Bogor. Langkah strategis ini menegaskan komitmen Matahari untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan preferensi konsumen. Tahun 1986 menandai tonggak penting dengan berdirinya PT Matahari Putra Prima (MPP), yang menandakan era baru perkembangan dan pertumbuhan perusahaan untuk merek Matahari.

Pada tahun 1992, MPP mengambil langkah maju dengan memulai Penawaran Umum Perdana (IPO), mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Surabaya, sehingga mendorong ekspansi dan diversifikasi lebih lanjut. Menjelang milenium baru, Matahari memulai misi untuk meningkatkan loyalitas dan keterlibatan pelanggan dengan peluncuran Matahari Club Card

(MCC) pada tahun 2000, yang menawarkan manfaat dan penghargaan eksklusif kepada pelanggan setianya.

Pada tahun 2008, Matahari meluncurkan konsep visionernya, Generasi Baru, yang merevolusi lanskap department store modern dengan desain inovatif dan pendekatan yang berpusat pada pelanggan, sehingga menetapkan standar baru untuk keunggulan ritel. Tahun berikutnya menjadi saksi aliansi strategis antara MPP dan PT Pacific Utama Tbk, yang berpuncak pada akuisisi divisi PT Matahari Department Store Tbk, yang semakin memperkuat posisi dan jangkauan pasar Matahari.

Pada tahun 2010, Matahari memulai babak baru dalam perjalanan korporasinya, memulai perdagangan sebagai entitas publik yang berdiri sendiri di bawah bendera PT Matahari Department Store Tbk, ditandai dengan kode saham LPPF. Pada tahun 2011, Matahari menjalani akuisisi transformatif oleh PT Meadow Indonesia (MI), anak perusahaan Asia Color Company Limited (ACC), yang memperkuat kepemimpinan pasar dan posisi strategisnya.

Puncak dari upaya ini membuahkan hasil pada tahun 2016, ketika kepemilikan publik atas saham Matahari melonjak menjadi 82,52%, menyusul penawaran strategis dan divestasi oleh ACC dan PT Multipolar Tbk, yang mengukuhkan status Matahari sebagai pemain terkemuka di lanskap ritel Indonesia. Pada tahun 2017, Matahari menegaskan kembali komitmennya terhadap kepuasan dan keterlibatan pelanggan dengan peluncuran kembali program Matahari Rewards, yang menawarkan peningkatan manfaat dan perubahan platform. Pengenalan tagline “Feel Good” semakin menegaskan dedikasi Matahari dalam memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi seluruh pelanggannya, mengukuhkan warisannya sebagai mercusuar keunggulan ritel di Indonesia.

Pada tahun 2018, Matahari memulai inisiatif peduli lingkungan dengan memperkenalkan tas belanja berbahan singkong, yang menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan dan inovasi. Lalu, Tahun 2020 menunjukkan beberapa

perkembangan signifikan bagi Matahari. Auric Capital, secara tidak langsung melalui Greater Universal Ltd, muncul sebagai pemegang saham utama. Bersamaan dengan peralihan kepemilikan ini, Matahari meluncurkan slogan baru yaitu, “Pay Less, Feel Good,” yang mencerminkan dedikasinya dalam memberikan nilai dan pengalaman positif bagi pelanggan. Selain itu, Matahari memperluas jejak digitalnya dengan peluncuran Matahari.com, serta perdagangan berbasis pesan melalui Shop & Talk, dan toko resmi di pasar populer seperti Shopee. Memperkenalkan kampanye Black Friday yang pertama menambah lapisan lain pada upaya pemasaran strategisnya.

Pada tahun 2021, Matahari menguraikan cetak biru masa depannya, yang diberi nama 'Sunrise', yang menguraikan rencana ambisius untuk lima tahun ke depan. Perusahaan juga memperluas penawaran produknya dengan memperkenalkan Nevada Sport dan Baby Shop-in-Shop. Selain itu, Auric Group mengambil alih kendali perusahaan, yang menandakan adanya pergeseran lebih lanjut dalam kepemilikan dan arah strategis. Memasuki tahun 2022, Matahari menjalani inisiatif rebranding yang signifikan, dengan menampilkan identitas dan citra baru agar selaras dengan preferensi konsumen yang terus berkembang. Perusahaan memperluas kehadiran digitalnya dengan meluncurkan toko resmi di Tokopedia dan Lazada. Selain itu, Matahari memperkenalkan Nevada Sport Junior dan meluncurkan inisiatif yang berfokus pada aspek Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola, termasuk Program Pengelolaan Limbah Tekstil dan Proyek Renovasi Perpustakaan untuk sekolah-sekolah di berbagai wilayah.

Pada tahun 2023, Matahari melanjutkan upaya ekspansinya dengan secara resmi membuka delapan gerai baru di berbagai lokasi di seluruh Indonesia, sehingga semakin memperluas jangkauan dan aksesibilitasnya kepada pelanggan. Pengenalan merek eksklusif SUKO menambah keragaman portofolio produknya. Secara finansial, perusahaan membagikan dividen final sebesar Rp 525 per saham dan melakukan inisiatif pengalihan saham treasury, yang mengakibatkan berkurangnya jumlah saham beredar. Selain itu, Matahari tetap berkomitmen

untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan setianya melalui inisiatif seperti program Mudik Bersama Matahari selama musim Lebaran.

PT. Matahari Department Store menjual berbagai jenis produk, dengan merek eksklusif sendiri dan secara konsinyasi. Produk tersebut meliputi pakaian, aksesoris, tas, sepatu, kosmetik, perlengkapan, dan peralatan rumah tangga. Diantaranya adalah;



Gambar 2.2 Logo merk produk matahari department store

2.1.1 Visi Misi

Visi : Be a leading omni-channel lifestyle retailer as a customer-centric "House of Specialists"

Misi : To delight customers with aspirational yet affordable fashion that looks good & feels good.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut saya cantumkan bagan struktur organisasi di PT Matahari Department Store pada halaman selanjutnya.



Gambar 2.3 Struktur organisasi perusahaan
Sumber : Data perusahaan

Terdapat 8 divisi yang ada di PT Matahari department store yang memiliki fungsi yang berbeda-beda. Divisi *visual merchandising and customer experience* bertugas mengembangkan ruang belanja yang berkesan dan menawan yang meningkatkan kebahagiaan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Divisi ini menciptakan dalam toko yang menarik secara visual, mengatur tata letak toko dengan cermat untuk memaksimalkan arus konsumen dan paparan produk, serta memastikan bahwa produk ditempatkan secara strategis untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan. Standar visual yang ketat dan pembaruan tampilan yang sering dilakukan untuk perubahan promosi dan musiman membantu menjaga konsistensi merek. Divisi tersebut juga bertanggung jawab untuk mengkoordinasi bazar-bazar yang diadakan di sekitar Indonesia.

Divisi *Store operations* bertanggung jawab atas pengoperasian toko, sehingga bertanggung jawab dalam mengelola pengaman dan seluruh kebutuhan pengoperasian toko. Divisi *merchandising* dan *allocation* bertanggung jawab dalam pengalokasian produk. Juga di PT Matahari Department store TBK divisi *Merchandising* and *allocation* juga bertanggung jawab dalam produksi dan mendesain merk-merk yang diproduksi mandiri oleh PT Matahari Department store TBK. Divisi *store operations* dan divisi *merchandising and allocation* bekerjasama untuk mengoperasikan dan melakukan alokasi produk pada toko-toko.

Divisi digital bertanggung jawab dalam pengoperasian aplikasi matahari dan matahari.com. Divisi tersebut bertanggung jawab dalam mengelola seluruh online shopping yang dimiliki oleh matahari. Divisi penulis yaitu *marketing and loyalty* bertanggung jawab dalam melakukan pemasaran dan juga mengelola sistem *membership* matahari rewards.

Divisi *real estate and store planning* bertanggung jawab dalam mencari lokasi toko yang berpotensi untuk membuka gerai. Divisi *real estate and store planning* harus melakukan interaksi dengan pihak mall atau lokasi tersebut agar dapat membuka gerai matahari. Divisi tersebut juga bertanggung jawab dalam

mengurus perjanjian terkait peraturan daerah dan juga perjanjian yang akan dilakukan dengan pihak eksternal.

Divisi Finance bertanggung jawab dalam mengelola keuangan perusahaan, dikarenakan PT Matahari department store TBK adalah perusahaan terbuka yang menjual saham secara terbuka. Hal ini membuat untuk pengelolaan finansial perusahaan yang lebih kompleks.

Divisi people and culture bertanggung jawab dalam pengelolaan sumber daya manusia yang ada pada PT Matahari Department store TBK. Sehingga divisi tersebut harus bisa mengelola seluruh karyawan yang berbeda pada head office dan juga pada gerai yang tersebar di seluruh Indonesia.