

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

Sumber: Data perusahaan, 2024

PT Matahari Department Store Tbk yang dikenal memiliki brand *private label* seperti, SUKO, ZES, Nevada, Cole, Connexion, Pipinko, Little M, Details, Anydays, dan St.Yves ini memiliki perjalanan bisnis yang panjang. PT Matahari Department Store Tbk adalah perusahaan bisnis retail terbesar di Indonesia yang didirikan oleh Hari Darmawan pada 24 Oktober 1958 dengan pembukaan gerai pertamanya sebagai toko busana Anak-anak di daerah Pasar Baru Jakarta dengan luas area sebesar 150 meter persegi. Setelah pembukaan gerai pertamanya, Hari Darmawan membuka department store modern pertamanya yaitu pada 1972 di toko bekas De Zon yang artinya Matahari dalam bahasa belanda dan pada akhirnya digunakan oleh Hari Darmawan sebagai nama department storenya.

Pembukaan department store tersebut ternyata menjadi batu loncatan PT Matahari Department Store Tbk, karena Hari Darmawan berhasil melebarkan sayap bisnisnya, dengan membuka cabang lain di

kota-kota besar Indonesia sehingga pada tahun 1980 salah satu cabang pertama yang dibuka di luar kota Jakarta adalah di kota Bogor. Dalam perjalanan bisnisnya Hari Darmawan turut menerapkan sistem operasional ritel di negara Jepang pada bisnisnya yaitu dengan menghadirkan *barcode* dan layanan *customer service*. Kemudian pada tahun 1986 Matahari resmi disebut sebagai PT Matahari Putra Prima.

Melihat respon pasar yang begitu baik, pada tahun 1990-an Hari Darmawan turut mengembangkan bisnisnya dengan pendekatan baru yaitu menghadirkan tempat belanja yang juga dilengkapi dengan tempat hiburan. Tidak hanya pengalaman berbelanja yang berbeda, Hari Darmawan juga mulai memasukan merek-merek baru ke Matahari Department Store dengan tujuan menarik lebih banyak konsumen dari seluruh kalangan ekonomi.

Pada 1997 perusahaan Lippo PT Multipolar Tbk membeli saham milik Hari Darmawan dan pada 1998 PT Matahari Putra Prima melakukan restrukturisasi yaitu dengan mengubah konsep Matahari menjadi Matahari Department Store dan Matahari Supermarket dengan tujuan mengembalikan citra awal Matahari sebagai *department store* yang berbasis *one-stop shopping*.

Pada tahun 2000 untuk membangun dan meningkatkan hubungan baik serta loyalitas pelanggan diluncurkanlah Matahari Club Card. Kemudian pada tahun 2002, melakukan perubahan logo yang didominasi warna biru dan meluncurkan kartu *loyalty* untuk konsumen yang disebut "*Matahari Club Card*". Namun pada 2008, Matahari kembali mengubah logonya dengan warna utama abu-abu dan merah dengan tujuan pembentukan citra baru dan ingin meraup konsumen kelas atas. Pada tahun yang sama Matahari turut mengusung konsep baru yaitu "*New*

*Generation*” yang menjadi percontohan terbaik dari desain department store dengan konsep modern.

Pada 2009, PT Matahari Putra Prima berganti menjadi PT Matahari Department Store karena terjadinya pengalihan aset ke PT Pacific Utama Tbk. Kemudian, untuk kembali menegaskan kepada pelanggan terkait komitmennya terhadap kepuasan dan keterlibatan pelanggan, pada 2017 Matahari menghadirkan kembali program Matahari Rewards dan mengenakan tagline “Feel Good”. Tidak hanya komitmen tegasnya terhadap kepuasan pelanggan, Matahari juga membuktikan keseimbangan bisnisnya sejalan dengan lingkungan dengan menghadirkan konsep berbelanja yang ramah lingkungan dengan memperkenalkan tas berbelanja ramah lingkungan pada tahun 2018.



Gambar 2.2. Perubahan Logo Matahari Department Store

Sumber: Thread X @arifky87

Pada 2022 Matahari menghadirkan identitas barunya yaitu sebagai *House of Specialist* yang diikuti dengan memberikan penawaran produk terbaru, konsep gerai yang lebih menarik, dan peningkatan pengalaman berbelanja kepada konsumen. Peningkatan pengalaman berbelanja terhadap konsumen juga direalisasikan dengan menghadirkan Matahari Department Store pada platform *e-commerce* yaitu Tokopedia dan Lazada yang sekarang sudah melebar hingga Shopee bahkan sudah Matahari

sudah memiliki platform online berbelanja yaitu berbentuk aplikasi “Matahari” dan website matahari.com .

Pada tahun 2023, Matahari resmi membuka 9 gerai baru di Bekasi, Cikarang, Semarang, Yogyakarta, Balikpapan, Bali, dan Mamuju sambil melakukan peluncuran *private label* eksklusifnya yaitu SUKO dan Anyday. Tidak hanya peluncuran *private label* Matahari turut meluncurkan program “Teman Difabel” yaitu program kerja yang ditujukan kepada teman-teman berkebutuhan khusus. Program ini telah disusun dan dirancang menyesuaikan dengan kemampuan masing-masing individu, sehingga mereka dapat memiliki kesempatan “belajar sambil bekerja” di industri ritel.

### **2.1.1 Visi Misi**

Visi : Menjadi peritel gaya hidup omni-channel terkemuka sebagai “*House of Specialist*” yang berpusat pada pelanggan.

Misi : Menyenangkan pelanggan dengan menyediakan fesyen yang aspiratif, bagus, nyaman, dan terjangkau.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Pada PT Matahari Department Store Tbk terdapat 8 divisi yang dimana setiap divisinya memiliki jobdesk yang berbeda-beda dengan detail sebagai berikut:

a. Divisi *Visual Merchandising and Customer Experience*

Melakukan pengembangan ruang belanja yang berkesan guna meningkatkan kepuasan pelanggan saat berbelanja serta meningkatkan penjualan dengan mengatur tata letak toko yang menarik dan strategis. Divisi terkait juga bertanggung jawab akan pelaksanaan bazar-bazar.

b. Divisi *Store Operations*

Melakukan pengoperasian toko dan bertanggung jawab dalam pengelolaan keamanan seluruh kebutuhan operasional toko.

c. Divisi *Merchandising and Allocation*

Bertanggung jawab akan pengalokasian produk dan mendesain merk-merk yang diproduksi secara mandiri oleh PT Matahari Department Store Tbk. Divisi *Merchandising and Allocation* dan Divisi *Store Operations* memiliki keterkaitan karena dua divisi tersebut berkoordinasi untuk mengoperasikan produk di gerai Matahari Department Store.

d. Divisi *E-Commerce*

Bertanggung jawab dalam mengoperasikan aplikasi matahari, website matahari.com, dan mengelola sistem belanja yang terdapat di setiap *e-commerce* Matahari Department Store. Divisi ini juga bertanggung jawab dalam pembuatan penawaran diskon untuk konsumen.

e. *Divisi Marketing and Loyalty*

Bertanggung jawab dalam membuat konten pemasaran yang menarik melalui media sosial PT Matahari Department Store, serta memelihara hubungan/interaksi dengan konsumen melalui media sosial, dan bertanggung jawab akan pengelolaan *Membership Matahari Rewards* para konsumen Matahari

f. *Divisi Real Estate and Store Planning.*

Bertanggung jawab dalam melakukan observasi terkait lokasi-lokasi yang dinilai potensial untuk dijadikan sebagai gerai Matahari Department Store, serta divisi ini mengurus hal administratif terkait dengan perjanjian yang dilakukan oleh pihak eksternal.

g. *Divisi Finance*

Bertanggung jawab dalam mengelola keuangan perusahaan, seperti pengeluaran budget untuk pelaksanaan campaign tiap bulan dan kebutuhan perusahaan lainnya.

h. *Divisi People and Culture*

Bertugas untuk melakukan pengelolaan sumber daya manusia yang terdapat di PT Matahari Department Store Tbk termasuk seluruh karyawan yang bekerja di gerai toko Matahari Department Store.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA