



### **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 PT MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK.

#### 2.1 Sejarah Singkat

PT Matahari Department Store Tbk (Matahari) merupakan *department store modern* pertama di Indonesia yang menyediakan pakaian, aksesoris, perlengkapan kecantikan dan perlengkapan rumah. Matahari Department Store memiliki jaringan lebih dari 1.200 pemasok lokal dan internasional, sehingga selain produknya yang bervariasi, kualitasnya pun tidak sembarangan. Didukung oleh jaringan berkualitas tersebut dan menggabungkan faktor-faktor seperti mode yang terjangkau, gerai dengan visual yang menarik dan terjangkau, berkualitas, dan *modern*, menjadikan Matahari sebagai *department store* pilihan utama di Indonesia.

Matahari diluncurkan pertama kali pada tahun 1972 yang pada awalnya membuka gerai busana anak di daerah Pasar Baru, Jakarta pada tanggal 24 Oktober 1958. Kini Matahari telah memperluas jaringannya ke seluruh kepulauan Indonesia dengan menghadirkan gerainya di 62 kota yang didukung lebih dari 40.000 orang karyawan. Total hingga kini ada 127 gerai yang telah dibuka oleh Matahari di seluruh kepulauan Indonesia. Seluruh gerai yang ada didukung oleh pemasok berkualitas baik lokal maupun internasional dimana 90% dari pembelian produk beli-putus berasal dari pemasok dalam negeri.

Dalam 58 tahun terakhir Matahari Department Store selalu mengikuti perkembangan dunia *fashion* sehingga produk yang ditawarkan selalu baru dan dengan tren yang paling *up-to-date*. Hal tersebut juga didukung dengan barang yang sangat bervariasi mulai dari untuk bayi hingga dewasa baik wanita maupun pria semuanya disediakan secara lengkap. Target pasarnya sendiri adalah kelas A-C dimana fokus pada *urban woman* di usia 20-55 tahun yang memiliki penghasilan menengah ke atas.

Pada awalnya Matahari Department Store bergabung bersama PT Matahari Putra Prima Tbk (MPP) sebagai salah satu anak perusahaan. Namun pada tahun 2009, Matahari Department Store menjadi entitas terpisah dari MPP dan diberi nama PT Matahari Department Store Tbk (Matahari.co.id, 2012).

### **PT Matahari Department Store Tbk**

Menara Matahari 9th - 15th Floor

Jl. Boulevard Palem Raya No. 7

Lippo Karawaci 1200

Tangerang 15811 – Indonesia

Phone : (62-21) 547 5333

Fax : (62-21) 547 5232

[www.matahari.co.id](http://www.matahari.co.id)

#### **2.1.1 Visi dan Misi**

##### **Visi :**

PT Matahari Department Store Tbk memiliki visi utama sebagai perusahaan ritel *fashion* pilihan utama di Indonesia.

##### **Misi :**

Misi yang dijalankan oleh PT Matahari Department Store Tbk dalam mencapai visinya adalah dengan menyediakan beragam produk *fashion* yang tepat serta memberikan pelayanan terbaik untuk meningkatkan kualitas hidup konsumen secara konsisten.

### 2.1.2 Logo



**Gambar 2.1 Logo Matahari Dept. Store (Tipe 1)**

(Sumber Internal)



**Gambar 2.2 Logo Matahari Dept Store (Tipe 2)**

(Sumber Internal)



**Gambar 2.3 Logo Matahari Dept Store (Tipe 3)**

(Sumber Internal)

### 2.1.3 Target Market

Seperti yang sudah disinggung sebelumnya, *target audience* Matahari adalah wanita urban. Wanita di usia produktif yaitu sekitar 20-55 tahun dengan kelas ekonomi A-C. Lokasinya yang tinggal di Indonesia baik di kota besar

namun kota kecil dan memiliki ketertarikan terhadap *fashion* dengan harga terjangkau. Namun hal ini tidak menutup kemungkinan bagi para pria untuk menjadi *target audience* dari Matahari.

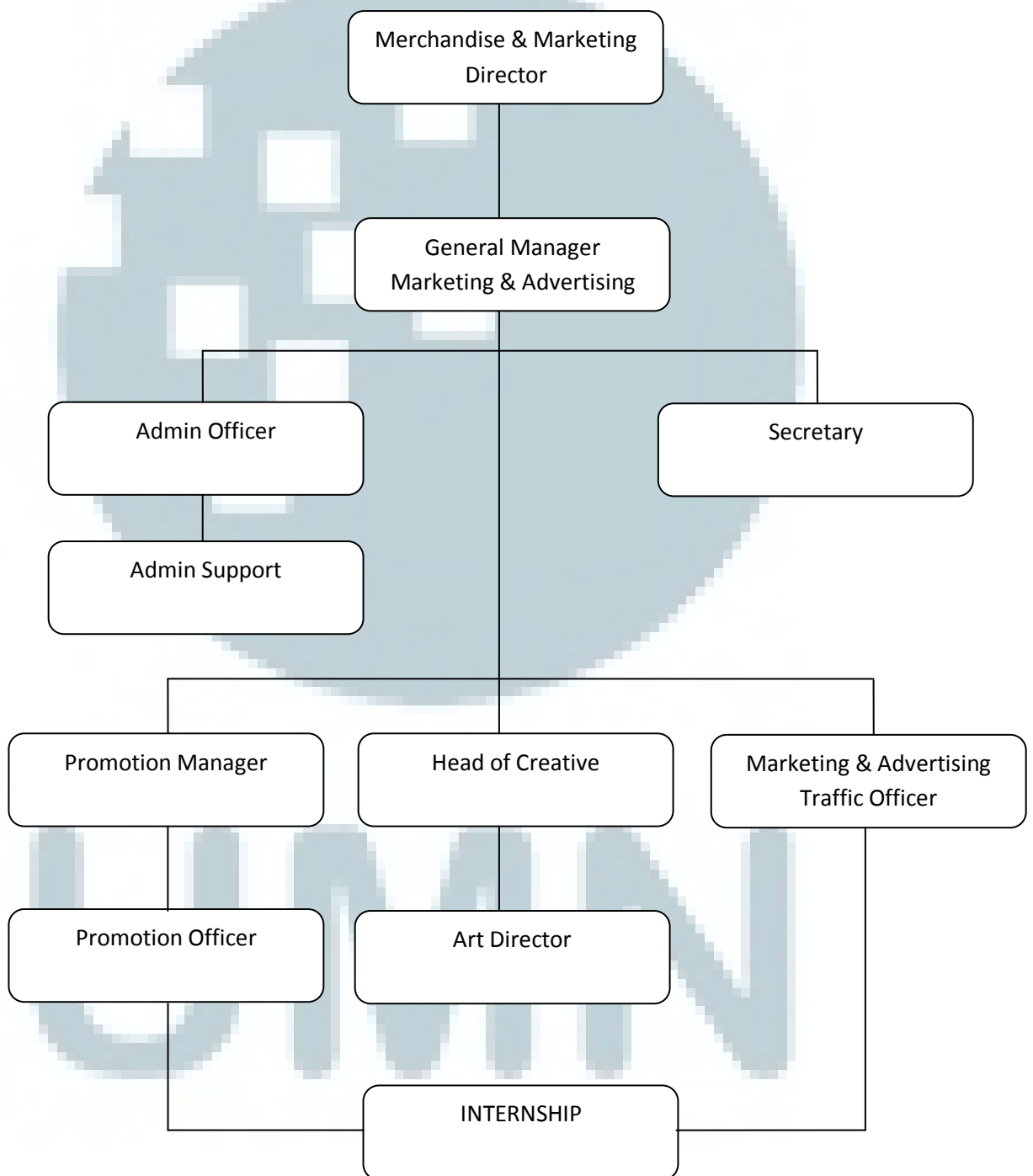
#### 2.1.4 Brand Matahari Department Store

Berikut adalah beberapa *brand* kenamaan baik lokal maupun internasional yang mempercayakan produknya ke Matahari Department Store :

1. Nevada
2. Super - T
3. Details
4. Phenomenal
5. Aero
6. Connexion
7. Contempo
8. The Executive
9. Altic
10. Fladeo
11. Revlon
12. Fleur Bleu
13. St. Yves
14. Yongki Komaladi
15. Chic Simple
16. Stanley Adams
17. Cole
18. Graphics
19. Ballin
20. Art Fashion
21. Jack Nicklaus
22. Pierre Cardin
23. Sorella
24. Palomino
25. Lynette
26. Ipanema
27. Polo
28. dll

## 2.2 Struktur Organisasi PT Matahari Department Store Tbk

PT Matahari Department Store Tbk memiliki beberapa tim pada divisi *Marketing & Advertising* untuk memunjang aktivitas pekerjaannya dalam melakukan *promotion mix*. Berikut adalah struktur organisasi di PT Matahari Department Store



Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Matahari Department Store Tbk  
Sumber : Matahari Department Store Annual Report (2012)

### 2.3 Job Description

Berikut penjelasan mengenai tugas-tugas karyawan menurut jabatannya di divisi Marketing & Advertising PT Matahari Department Store Tbk.

a. Merchandise & Marketing Director

Jabatan ini bertugas untuk mengelola semua bagian dari divisi ini demi kelancaran berjalannya perusahaan baik ke dalam (karyawan dan manajemen) maupun ke luar (media dan *vendor merchandise*).

b. General Manager of Marketing & Advertising

Jabatan ini bertugas untuk mengelola semua bagian dari divisi *Marketing & Advertising* serta memastikan semua tugas-tugas yang dikerjakan oleh tim *creative, promotion, dan traffic* berjalan dengan baik.

c. Secretary

Jabatan ini bertugas untuk membantu *General Manager* untuk mengatur semuanya berjalan sesuai jadwal dan sesuai yang di harapkan oleh perusahaan.

d. Admin Officer & Admin Support

Jabatan ini bertugas untuk membantu divisi ini terutama *Marketing & Advertising* yang berkaitan dengan pemakaian dana dan budgeting. Dalam jabatan ini, *Admin Officer* dibantu oleh *Admin Support*.

e. Promotion Manager & Promotion Officer

Jabatan ini bertugas untuk melakukan promosi dalam upaya mencapai tujuan perusahaan baik dari *sales, positioning, dll*. Dalam jabatan ini *Promotion Manager* juga dibantu oleh *Promotion Officer*.

f. Advertising Traffic Officer

Jabatan ini bertugas untuk menjalani segala kegiatan yang sudah disetujui oleh *General Manager* dan *Director Marketing*. Selain menjalankan kegiatannya, jabatan ini juga diberikan kewenangan

bersama dengan tim promosi untuk membuat kegiatan yang ingin dilakukan untuk meningkatkan promosi itu sendiri, seperti *sponsorship*, dll.

g. Head of Creative & Art Director

Jabatan ini bertugas untuk mengerjakan hal-hal yang berhubungan dengan *design*. Misalnya seperti *template* iklan, *banner*, *video*, dll.

Selama praktik kerja magang, penulis ditempatkan di bawah tim promosi dan traffic sebagai *junior promotion executive* dan *junior marketing communication* dengan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Membuat *timeline* untuk setiap *event* yang diikuti (*sponsorship*).
- b. Membuat *press release* untuk setiap kegiatan yang diikuti selama proses magang.
- c. Membantu membuat konsep iklan yang akan dibuat untuk setiap periode.
- d. Membantu menganalisa media yang akan digunakan untuk iklan.
- e. Berhubungan dengan berbagai pihak untuk memastikan bahwa pihak-pihak yang terlibat menyetujui dan mengetahui kegiatan yang sedang dilakukan dan akan dilakukan baik ke dalam maupun ke luar.
- f. Mengkoordinasi persiapan dan pelaksanaan setiap *event* yang diikuti (*sponsorship*).
- g. Mengikuti dan membantu pertemuan dengan pihak luar yang berkaitan dengan iklan atau kampanye yang akan dibuat.
- h. Membantu penyusunan surat pernyataan kerja sama dengan pihak luar yang melakukan kerja sama.
- i. Menghubungi beberapa vendor untuk memastikan kehadiran mereka saat *event*.
- j. Membantu melakukan negosiasi dengan beberapa pihak termasuk media saat persiapan membuat iklan.