



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 PERUSAHAAN

PT MATAHARI DEPARTMENT STORE TBK.

2.1 Sejarah Singkat Matahari Department Store Tbk.

PT Matahari Putra Prima (MPP) didirikan pada tahun 1986, Matahari *Department Store* termasuk di dalamnya. Namun, pada tahun 2009, Matahari *Department Store* secara resmi terpisah dengan MPP dan berdiri sendiri dengan nama perusahaan PT Matahari Department Store Tbk (Matahari).

PT Matahari Department Store Tbk (Matahari) merupakan perusahaan ritel ternama di Indonesia yang mempelopori konsep *department store* yang menyediakan beraneka jenis pakaian, aksesoris, produk-produk kecantikan, dan juga peralatan rumah tangga. Perusahaan ritel ini selalu ingin memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan dinamis bagi para konsumennya sehingga selalu didukung dengan pemasok produk-produk yang terpercaya, baik lokal mau pun internasional.

Department Store kebanggaan Indonesia ini pertama kali membuka gerainya pada 24 Oktober 1958 di daerah Pasar Baru, Jakarta, yang kala itu hanya menyediakan pakaian untuk anak-anak. Semenjak tahun 1972, Matahari *Department Store* telah mulai memperluas jaringan ritelnya ke berbagai pusat perbelanjaan di seluruh kepulauan Indonesia. Kini Matahari telah memiliki 131 gerai di 61 kota di Indonesia dan seluruh aktivitas didukung dengan adanya lebih dari 50.000 orang karyawan, serta dengan total pemasok sebanyak lebih dari 1.200, termasuk di dalamnya baik lokal mau pun internasional. Dikarenakan Matahari selalu menjual produk-produknya secara eksklusif, maka konsumen memandangnya sebagai *brand* mode terkemuka sehingga secara konsisten pun Matahari dikenal sebagai *department store* pilihan utama Indonesia (*Annual report*, 2014).

Pada tahun 2000, Demi hubungan yang lebih erat antara Matahari Department Store dengan para pelanggan setia Matahari, maka diluncurkan lah kartu member Matahari program loyalitas dengan nama MCC (*Matahari Club Card*) yang tentunya akan memberikan banyak keuntungan / *benefit* bagi para pemegang kartu member, misalnya seperti poin belanja yang diperoleh ketika belanja, kemudian dikumpulkan hingga banyak dan nantinya dapat dicairkan menjadi *voucher* belanja (Department Training & Development, 2015).

PT Matahari Department Store Tbk. hampir setiap hari menayangkan iklan terkait penawaran promosi kepada para pelanggan. Aktivitas *advertising* yang dominan ditayangkan pada media cetak koran dan majalah ini dikelola secara mandiri oleh perusahaan, maka Matahari Department Store termasuk sebagai *in house agencies*. Hal-hal yang dikelola meliputi penyusunan rencana konten iklan atau materi promosi, pencarian dan penentuan media, perancangan kemasan produk, serta aktivitas hubungan dengan masyarakat (pelanggan). Biro iklan eksternal juga digunakan oleh perusahaan, tetapi hanya bertugas untuk melakukan *media buying* terhadap media-media yang telah dipilih secara langsung oleh tim promosi.

Selain aktivitas *advertising*, Matahari Department Store Tbk pun melakukan aktivitas *sales promotion*, *direct marketing*, dan *public relations* secara konsisten dalam mempertahankan posisinya penjualannya sampai saat ini di tengah persaingan bisnis ritel yang sangat ketat.

PT Matahari Department Store Tbk

Menara Matahari 9th - 15th Floor

Jln. 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

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan :

Visi : Matahari Department Store mempunyai visi untuk menjadi peritel pilihan utama konsumen Indonesia dalam mendapatkan setiap kebutuhan *fashion* mereka. Matahari akan terus berusaha untuk memenuhi setiap ekspektasi pelanggan yang luas, serta memberikan pengalaman berbelanja yang berkualitas sesuai dengan ciri rasa khas masyarakat Indonesia (*annual report*, 2014).

Misi : Matahari Department Store mempunyai misi untuk secara konsisten meningkatkan ragam pilihan busana *fashion*, perlengkapan rumah tangga, dan produk kecantikan yang akan selalu menarik minat pelanggan dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan tepat. Memelihara hubungan yang erat dengan pelanggan, mengantisipasi kebutuhan masa depan, serta memastikan gerai matahari tetap menjadi tempat yang menarik untuk berbelanja dengan staf yang cekatan dan berwawasan (*annual report*, 2014).

2.1.2 Logo Matahari Department Store



Gambar 2.1 Logo Matahari Dept. Store (Tipe 1)

Sumber : Internal Perusahaan



Gambar 2.2 Logo Matahari Dept. Store (Tipe 2)

Sumber : Internal Perusahaan

2.1.3 Target Market Perusahaan

Berdasarkan pada aktivitas *Marketing Communications* yang dilakukan, bahwa *target audience* yang disasar oleh Matahari Department Store adalah seluruh keluarga Indonesia yang berada pada kelas ekonomi A - C, mulai dari ayah, ibu, anak perempuan / laki-laki remaja, serta anak-anak di bawah usia 14 tahun. Namun, target market yang disasar oleh Matahari Dept. Store adalah para wanita / Ibu dengan usia produktif serta memiliki *interest* yang lebih terhadap gaya berpakaian atau pun perkembangan *fashion trend*.

2.1.4 Pencapaian dan Penghargaan PT Matahari Department Store Tbk.

Pada tahun 1992, Matahari Department Store berhasil melakukan *Go Public* dan tercatat dalam Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES) atau yang kini telah *merger* menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI).

Sejak 2004, Matahari Department Store secara empat tahun berturut-turut meraih penghargaan sebagai *Retail Asia Pasific Top 500 Gold Award*, yang mana melalui proses seleksi dari 500 jumlah perusahaan peringkat atas dari 14 region ekonomi Asia Pasifik dan pada 2007, mendapat

Top 500 Asia Pasific Retail Awards – Best of the Best (Dept. Store).
(Department Training & Development, 2015).

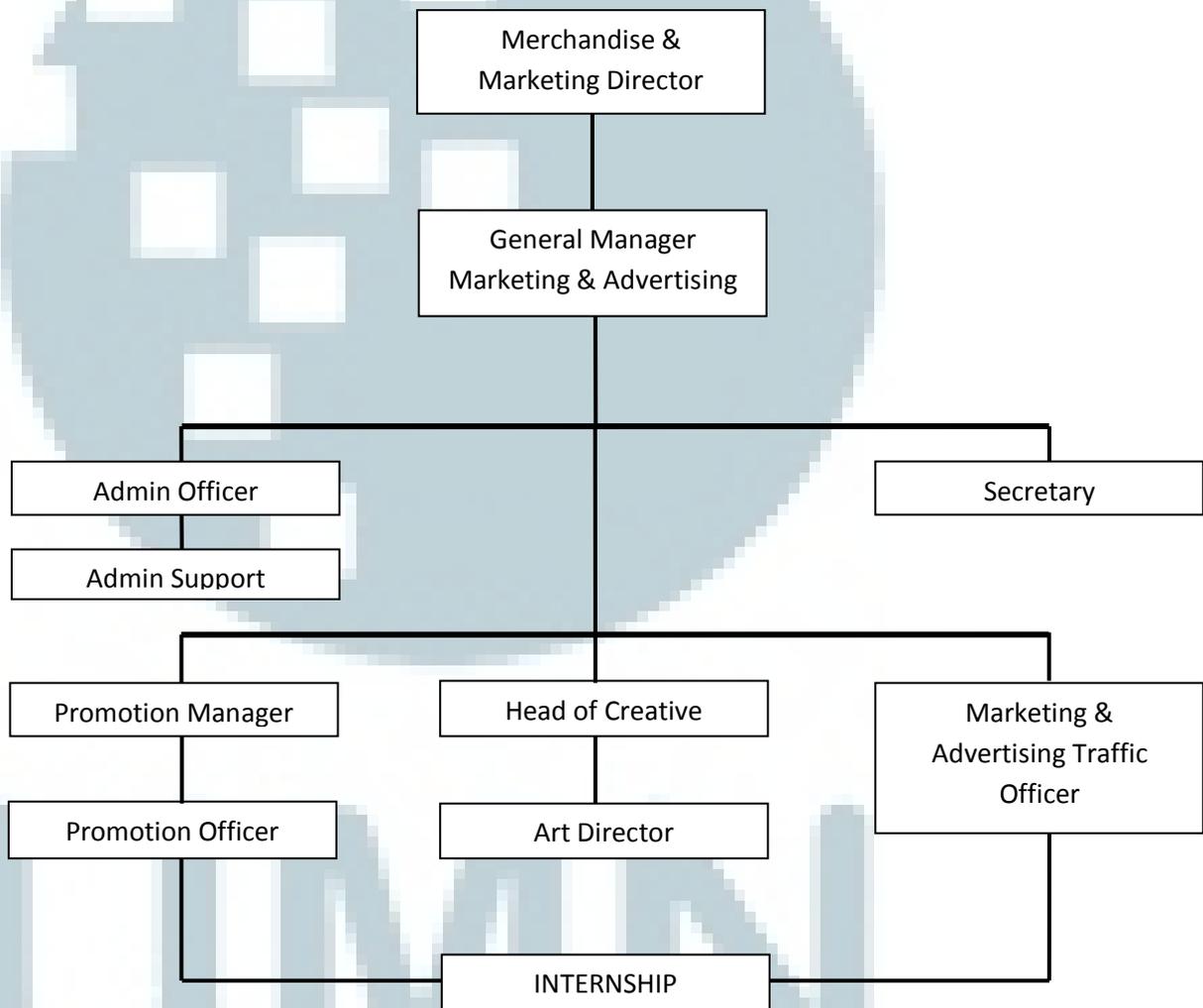
Pada tahun 2015 ini, Matahari Dept. Store kembali mendapatkan penghargaan, antara lain *Service Quality Award* (pencapaian kepuasan kualitas pelayanan yang sangat baik berdasarkan survey pelanggan SQ Index 2015), *Top Brand Award 2015* untuk Nevada (kategori : pakaian dalam wanita), dan *Excellent Service Experience Award (ESEA)* (performa yang baik dalam memberikan pengalaman positif bagi pelanggan berdasarkan pada Experience Audit ESEI 2015). (Matahari.co.id, 2015)

2.1.5 Brand dalam Matahari Department Store

- | | |
|-------------------|---------------------|
| 1. Annisa | 16. Chic Simple |
| 2. Cole | 17. Lynette |
| 3. Connexion | 18. Yongki Komaladi |
| 4. St. Yves | 19. Cool Kids |
| 5. Nevada | 20. Palomino |
| 6. Stanley Adams | 21. Fladeo |
| 7. Details | 22. Belezza |
| 8. Phenomenal | 23. Amante |
| 9. American Jeans | 24. Triset |
| 10. Aero | 25. Tira Jeans |
| 11. Kidz Too | 26. Andrew Smith |
| 12. Little M | 27. Mint |
| 13. Fleur Bleue | 28. Sorella |
| 14. The Executive | 29. Surf The Earth |
| 15. Men's Top | 30. Dll |

2.2 Struktur Organisasi PT Matahari Department Store Tbk, Divisi Marketing and Advertising

Berikut ini dapat dilihat bagan struktur organisasi yang terdapat pada *Marketing & Advertising division* pada PT Matahari Department Store Tbk yang memiliki tugas serta tanggung jawab dalam merencanakan dan menjalankan setiap aktivitas promosi, terutama terkait dengan *promotion mix*.



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi *Marketing and Advertising Division*

Sumber : Department Training & Development, 2015

Berikut ini merupakan penjelasan dari pekerjaan yang dilaksanakan oleh tim *marketing & advertising* PT Matahari Department Store Tbk. berdasarkan pada struktur organisasi di atas.

- a. Merchandise & Marketing Director
Mengelola setiap bagian serta aktivitas dari divisi ini, baik secara internal (karyawan dan manajemen) mau pun secara eksternal (media dan *vendor merchandise*).
- b. General Manager of Marketing & Advertising
Mengelola setiap aktivitas dari *Marketing & Advertising*, serta memantau setiap pekerjaan yang dibuat oleh tim *creative*, *promotion*, dan *traffic* agar berjalan sesuai dengan rencana yang telah disepakati dalam *meeting* dengan banyak pimpinan divisi.
- c. Secretary
Membantu *General Manager* untuk mengatur semua aktivitas divisi agar terlaksana sesuai target rencana dan jadwal perusahaan yang telah disepakati dalam *meeting* dengan banyak pimpinan divisi, serta *reminder* terhadap *deadline*.
- d. Admin Officer & Admin Support
Membantu divisi *Marketing & Advertising* yang berhubungan dengan perencanaan dana atau *budgeting*.
- e. Promotion Manager & Promotion Officer
Merencanakan strategi promosi yang sesuai dengan tujuan perusahaan, baik dari sisi *sales*, *positioning*, dan sebagainya.
- f. Marketing & Advertising Traffic Officer

Merencanakan serta melaksanakan setiap kegiatan atau program promosi perusahaan, seperti *campaign*, *sponsorship*, dan lain-lain.
- g. Head of Creative & Art Director
Meng-*handle* setiap aktivitas yang berkaitan dengan konsep desain, khususnya aktivitas promosi perusahaan, antara lain *template* iklan, OOH (*banner*), TVC (*television commercial*), dan lain-lain.