# BAB II

# GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

## 2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Matahari Department Store merupakan sebuah perusahaan retail yang bergerak di bidang *fashion* dan sudah dikenal menjadi perusahaan retail terbesar di Indonesia. Dengan berbagai macam *brand* yang dimiliki dan banyaknya toko yang sudah tersebar di seluruh Indonesia, maka ada identitas profil dari Matahari dengan sejarah panjang yang membentuk Matahari hingga saat ini. Berikut adalah rincian profil dan sejarah dari PT Matahari Department Store.

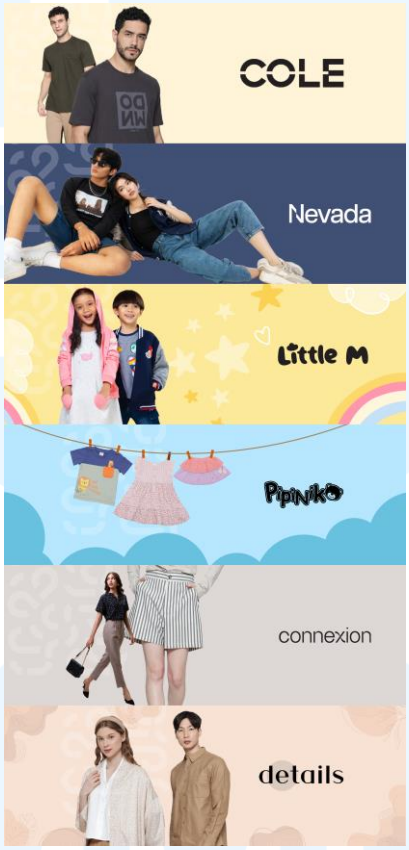
### 2.1.1 Profil Perusahaan

PT Matahari Department Store atau yang sering dikenal dengan Matahari adalah perusahaan retail yang menyediakan produk kualitas menengah dalam kategorinya. Matahari dengan identitasnya sebagai "*House of Specialist*", memiliki fokus yang menjadi dasar dalam menjalankan perusahaannya yakni *products*, *price*, *customer experience*, dan *people*. Dengan segala perkembangannya, Matahari kini memiliki 155 toko yang tersebar di 82 kota di seluruh Indonesia. Selain itu Matahari juga melayani pelanggan secara *online* melalui matahari.com, platform berbasis *chat* yakni "*Shop & Talk*", dan *marketplace online* yang tersedia saat ini. Dalam menjalankan seluruh kegiatannya, Matahari memiliki lebih dari 30.000 *staff* dengan *supplier* produk lokal yakni sebanyak 600 *supplier* (Matahari, 2025).

Gambar 2. 1 Logo PT Matahari Department Store

Sumber: https://www.google.com/url?sa...

Matahari memiliki beberapa brandnya tersendiri. Brand-brand ini menjadi sebuah kategori tersendiri dari setiap tipe *fashion* yang diberikan. Brand yang dimiliki Matahari antara lain adalah Nevada, Details, Little M, Connexion, Pipiniko, dan Cole. Setiap brand ini menawarkan tipe *fashion* yang berbeda bagi konsumen mulai dari casual dan formal style, *fashion* pria dan wanita, hingga *fashion* anak-anak (Matahari, 2025).




Gambar 2. 2 Brand Milik Matahari

Sumber: www.matahari.com

Selama berjalannya perusahaan ini, Matahari mendapatkan berbagai macam penghargaan yang membuktikan kualitas dan kapabilitas perusahaan. Penghargaan tersebut meliputi kategori *Fashion Retail of The Year*, *Most Valuable Brand*, *Best Brand Finance*, *Best Non-Finansial Sector*, dan lainnya. Penghargaan ini didapatkan tidak hanya kancah nasional, tetapi juga internasional (Matahari, 2025).

### 2.1.2 Sejarah Perusahaan

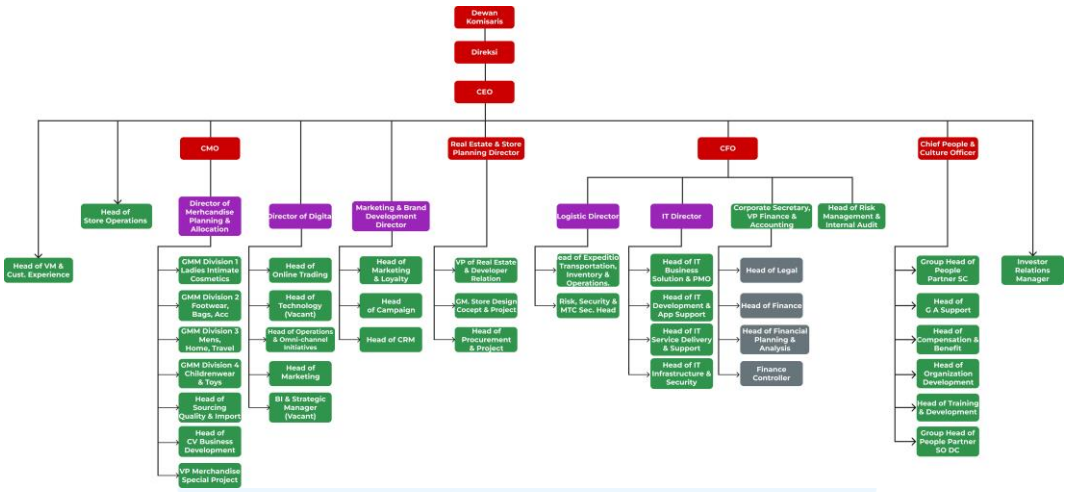
Matahari didirikan pertama kali pada 24 Oktober 1958 sebagai toko *fashion* anak-anak (Matahari, 2025) bernama "Micky Mouse" di Jakarta yang dikelola oleh Hari Darmawan (Hatnanto, 2018). Toko tersebut terus berkembang dengan segala usahanya sehingga dapat membuka cabang baru untuk toko tersebut. Pada tahun 1972, Matahari membuka *department store* pertamanya (Matahari, 2025) dengan membeli toko serba ada bernama de Zon dengan luas 6 kali ukuran toko Micky Mouse (Hatnanto, 2018). Matahari kemudian terus berkembang hingga membuka lebih banyak cabang di berbagai daerah.

Seiring berjalannya waktu, terdapat beberapa hal yang menjadi kendala bagi Matahari waktu itu, sehingga Matahari Department Store yang sebelumnya berada dalam naungan PT Matahari Putra Prima harus dijual kepada Lippo Group (Sudrajat, 2018) (Hatnanto, 2018). Perpindahan tangan Matahari Department Store kepada Lippo Group dengan segala perkembangannya, akhirnya Matahari Department Store menjadi sebuah PT tersendiri dengan nama PT Matahari Department Store Tbk. Hingga saat ini Matahari masih menjadi retail terbesar di Indonesia yang menyediakan produk kelas menengah untuk kategorinya. Selain itu, Matahari juga melakukan *rebranding* yang meluncurkan *brand positioning* menjadi "*House of Specialists*" dengan fokus utama yakni *products*, *price*, *customer experience*, dan *people* (Matahari, 2025).

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sebuah perusahaan memiliki struktur organisasi perusahaan yang menjadi hirarki pembagian tugas, jabatan, wewenang, dan koordinasi perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi ini, maka semakin jelas sebuah pekerjaan yang harus dilakukan karena adanya struktur yang jelas untuk saling berkoordinasi, berkomunikasi, dan proses pengambilan keputusan mulai dari skala kecil divisi

hingga perusahaan. Berikut merupakan struktur organisasi dari PT Matahari Department Store Tbk:



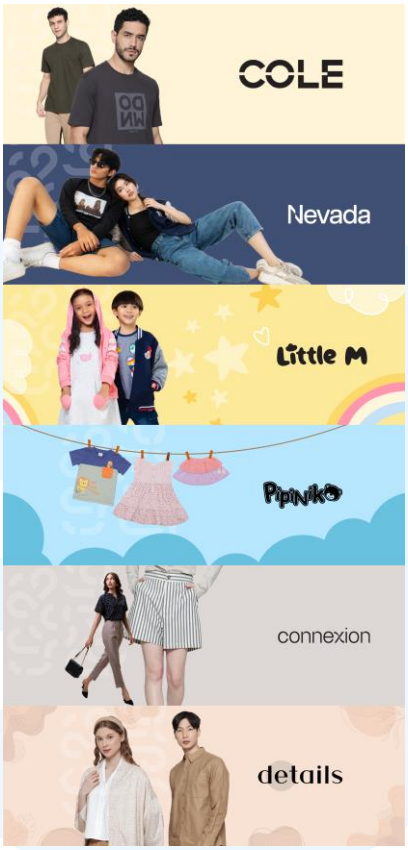

Gambar 2. 3 Bagan Struktur Organisasi PT Matahari Department Store Tbk

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

## 2.3 Portofolio Perusahaan

### 2.3.1 Portofolio Produk

PT Matahari Department Store Tbk menyediakan berbagai macam produk dalam bidang *fashion and beauty*. Matahari memiliki brand mereka tersendiri yang menyediakan berbagai jenis produk *fashion and beauty* untuk laki-laki, perempuan, anak-anak, hingga dewasa. Produk yang disediakan mulai dari baju, celana, alas kaki, aksesoris, serta produk kecantikan yakni berbagai macam *make up* dan perawatan disediakan di Matahari. Jenis *fashion* yang ditawarkan juga berbagai macam seperti pakaian *casual*, formal, semi formal, dan *sporty*. Bekerja sama dengan berbagai macam brand, matahari ingin menunjukkan *brand identity* "*House of Specialist*" dalam bidangnya, dan mengedepankan fokus *Products, Price, Customer Experience*, dan *People*. Matahari juga menciptakan brand original untuk produk *fashion* sebagai identitasnya tersendiri dalam bidang *fashion*. Brand ini adalah seperti nevada, details, little m, connexion, pipiniko, cole, dan lainnya.

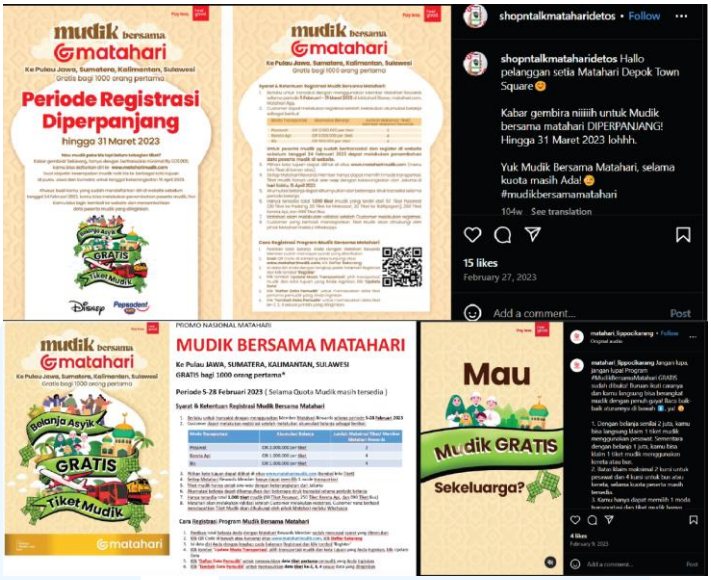



Gambar 2. 4 Brand Original Matahari

Sumber: www.matahari.com

### 2.3.2 Portofolio Desain

PT Matahari Department Store Tbk sebagai perusahaan yang berkembang hingga saat ini, tentunya banyak program yang sudah dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan eksistensi perusahaan, mendatangkan konsumen baru, dan meningksatkan loyalitas konsumen. Upaya ini tidak terlepas dari berbagai aspek perusahaan dan salah satunya dari sudut pandang desain. Perusahaan pernah melaksanakan sebuah program kampanye "#MudikBersamaMatahari" dalam menyambut Idul Fitri 2023 (Matahari, 2023). Kampanye ini melibatkan promosi dan publikasi melalui poster, infografis, dan publikasi media sosial dengan tagar yang sama dengan program kampanye. Dengan promosi kampanye ini, Matahari dapat menyampaikan program kampanye mengenai pemberian tiket mudik untuk 1000 pelanggan pertama yang melakukan transaksi dengan nominal tertentu.




Gambar 2. 5 Promosi Program #MudikBersamaMatahari

Sumber: https://www.matahari.com/corporate/newsand*event*...

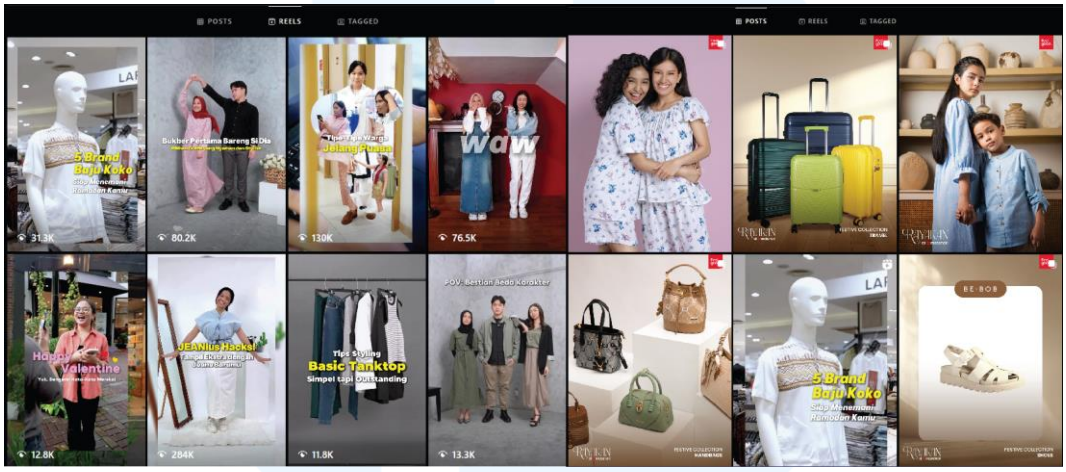
Tidak hanya berupa program promosi untuk mendatangkan konsumen, namun Matahari juga peduli terhadap lingkungan melalui program kolaborasi bersama Asia Pacific Rayon (APR) yakni "Daur Ulang Bajumu" (Matahari, 2023). Program ini melibatkan kampanye untuk mendaur ulang pakaian yang sudah dipakai dengan bantuan publikasi berupa poster, infografis, dan desain lainnya untuk mendukung penyampaian informasi program ini.

Gambar 2. 6 Program Daur Ulang Bajumu

Sumber: https://www.matahari.com/corporate/newsand*event*...

Secara rutin pula, Matahari melakukan promosi melalui sosial media yang mereka miliki seperti Instagram. Promosi ini dapat berupa poster,

video, dan lainnya sesuai dengan kebutuhan promosi. Tidak hanya melalui akun utama saja, tetapi Matahari melakukan promosi di berbagai akun media sosialnya, seperti pada cabang-cabang store yang ada. Aspek desain menjadi hal utama yang diperhatikan dalam promosi seperti ini sehingga dapat menjadi desain yang menarik bagi orang-orang yang melihatnya.




Gambar 2. 7 Promosi Matahari Melalui Feeds Instagram
Sumber: https://www.instagram.com/matahari/

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA