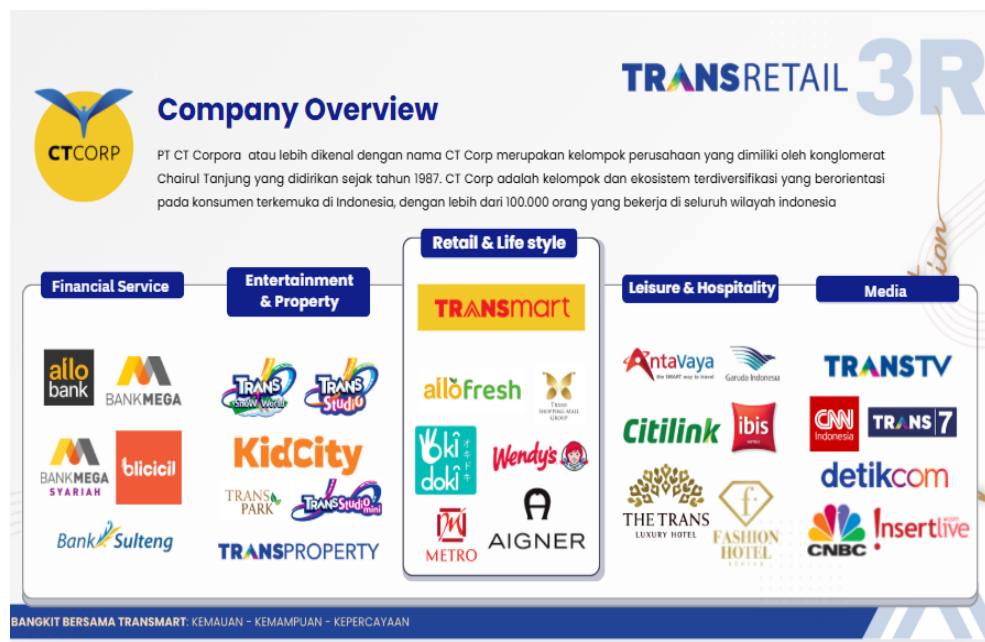


BAB II

TENTANG LOMBA/KOMPETISI

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Trans Retail Indonesia adalah salah satu entitas bisnis ritel yang berada di bawah PT CT Corp, sebuah perusahaan besar di Indonesia yang didirikan oleh Chairul Tanjung. CT Corp dikenal sebagai perusahaan konglomerat dengan berbagai bidang usaha yang beragam dan fokus pada pelayanan kebutuhan masyarakat Indonesia. Sejak didirikan pada tahun 1987, CT Corp terus mengembangkan beberapa bidang strategis seperti Financial Services, Entertainment dan Property, Retail dan Lifestyle, Leisure dan Hospitality, serta Media, seperti yang terlihat pada bagian Gambar di bawah ini.



Gambar 2.1 Company Overview

Diversifikasi ini menunjukkan kemampuan CT Corp dalam menciptakan sinergi antar bisnis guna memperkuat keberadaannya secara nasional. Pertumbuhan sektor ritel dalam ekosistem CT Corp tidak lepas dari perjalanan Transmart. Awal

mula Transmart dimulai dari kerja sama strategis dengan perusahaan ritel global Carrefour. Carrefour didirikan pada tahun 1959 oleh keluarga Fournier dan Defforey di Annecy, Prancis, dan berkembang menjadi salah satu jaringan hypermarket terbesar di dunia. Carrefour secara resmi memasuki pasar Indonesia pada 11 Oktober 1998 dengan membuka pusat pertama di Carrefour Cempaka Putih, Jakarta, yang menandai masuknya konsep hypermarket modern skala besar ke Indonesia, seperti yang tercatat di bagian lini waktu perusahaan di bawah ini



Gambar 2.2 Mission dan Core Values PT. Trans Retail Indonesia

Selaras dengan pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia, CT Corp melalui PT Trans Retail Indonesia memulai proses akuisisi saham Carrefour Indonesia pada tahun 2010. Proses akuisisi ini selesai pada 16 Januari 2013, ketika CT Corp resmi menjadi pemegang saham penuh dengan kepemilikan 100% atas Carrefour Indonesia. Langkah ini bertujuan untuk memperkuat pengelolaan operasional serta menyesuaikan model bisnis ritel agar lebih sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan pasar Indonesia, seperti terlihat dalam kronologi sejarah perusahaan di bawah ini.



Gambar 2.3 Lini Masa

Sebagai bagian dari strategi merek dan penguatan identitas lokal, pada 20 Juni 2014 terjadi perubahan nama dari Carrefour Indonesia menjadi Transmart Carrefour, dengan gerai pertama menggunakan nama baru berlokasi di Transmart Carrefour Tangerang Center. Transformasi ini dilanjutkan pada tahun 2019, dengan nama Transmart Carrefour secara resmi disederhanakan menjadi Transmart. Perubahan nama ini mencerminkan arah strategis perusahaan dalam membangun merek ritel nasional yang lebih dekat dengan masyarakat Indonesia serta mampu mengintegrasikan konsep belanja, hiburan, dan gaya hidup dalam satu ekosistem, seperti terlihat pada dokumentasi sejarah dan identitas perusahaan di bawah ini



Gambar 2.4 CT WAY PT. Trans Retail Indonesia

Dalam menjalankan operasionalnya, CT Corp dan PT Trans Retail Indonesia berkomitmen pada nilai-nilai inti perusahaan yang dikenal sebagai CT Way – 3K, yaitu Kemauan, Kemampuan, dan Kepercayaan, seperti yang dijelaskan pada visual nilai perusahaan yang tercantum di bawah ini. Nilai-nilai tersebut menjadi dasar dari budaya kerja perusahaan dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis, mendorong terciptanya inovasi, serta membangun kepercayaan kepada konsumen dan mitra bisnis. Dengan fondasi nilai tersebut, PT Trans Retail Indonesia terus berusaha memperkuat posisinya sebagai salah satu pelaku utama industri ritel modern di Indonesia.

Untuk mendukung arah dan tujuan perusahaan, diperlukan pemahaman yang jelas tentang visi dan misi yang menjadi dasar dalam setiap kegiatan operasional. Visi dan misi perusahaan berfungsi sebagai pedoman utama dalam menentukan strategi, mengambil keputusan, serta mengembangkan bisnis secara berkelanjutan. Adapun visi Transmart sebagai bagian dari jaringan CT Corp adalah untuk menjadi pemimpin dalam sektor ritel di Indonesia. Visi ini menunjukkan dedikasi perusahaan untuk tidak hanya memimpin dalam ukuran bisnis, tetapi juga dalam hal kualitas layanan, inovasi, dan pemahaman terhadap kebutuhan masyarakat Indonesia. Jabatan sebagai pengecer teratas dipahami sebagai kemampuan perusahaan untuk menyajikan pengalaman berbelanja yang menyeluruh, mudah

dijangkau, dan sesuai dengan cara hidup konsumen masa kini. Visi tersebut konsisten dengan strategi CT Corp yang fokus pada konsumen lokal dan peningkatan ekosistem bisnis nasional, seperti yang dijelaskan dalam ringkasan dan strategi perusahaan yang ada pada gambar sebelumnya.

Dalam rangka mewujudkan visi tersebut, Transmart menetapkan misi "Untuk Indonesia yang lebih baik, agar diakui dan dicintai, serta mendukung pelanggan dan mitra kami dalam menikmati kehidupan berkualitas setiap hari. " Misi ini menegaskan bahwa kegiatan bisnis Transmart tidak hanya fokus pada keuntungan semata, melainkan juga memiliki tanggung jawab sosial dan memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dengan menawarkan berbagai produk sehari-hari yang berkualitas tinggi dan terjangkau, Transmart berusaha untuk mendukung pelanggan dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka dengan cara yang lebih efisien dan nyaman. Di samping itu, Transmart juga membangun kerja sama yang berkelanjutan dengan berbagai mitra bisnis, baik yang berskala besar maupun lokal, untuk menciptakan ekosistem bisnis yang saling menguntungkan.

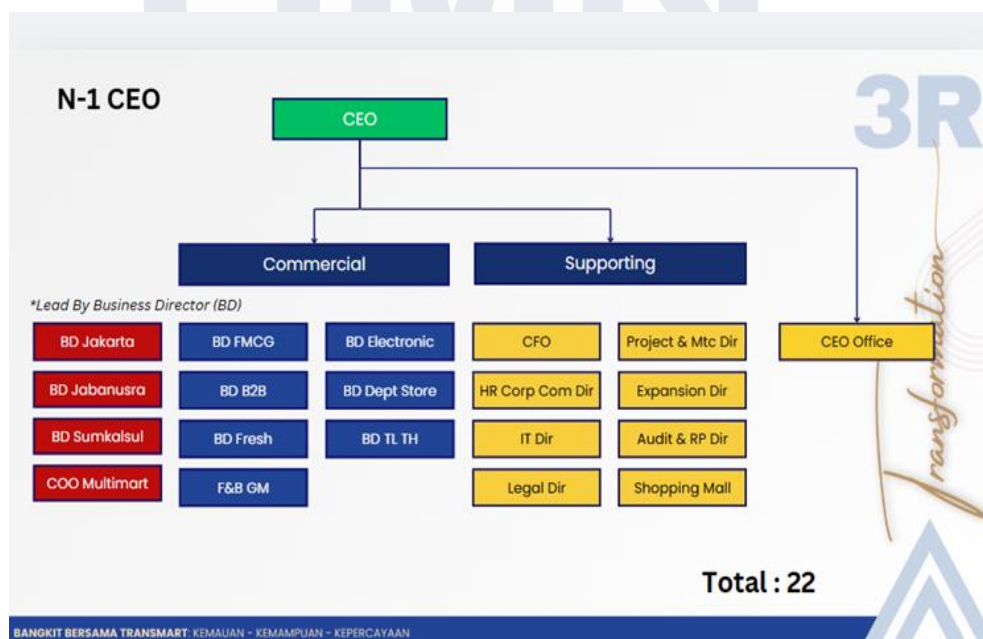
Misi Transmart sejalan dengan visi CT Corp yang bertujuan untuk membangun ekosistem bisnis yang terintegrasi, guna menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, mitra, serta pihak-pihak berkepentingan lainnya. Dalam penerapannya, perusahaan menerapkan strategi yang menekankan kerja sama antar unit bisnis, penggunaan teknologi digital, serta pendekatan yang didasarkan pada data untuk memahami kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Hal ini terlihat dalam rencana perusahaan yang menekankan pentingnya kecepatan pelayanan, konsistensi mutu, serta penggunaan sistem informasi untuk mendukung pengambilan keputusan, sebagaimana ditunjukkan dalam visual misi dan strategi perusahaan yang terdapat di bawah.

Di samping itu, visi dan misi Transmart juga diperkuat oleh nilai-nilai budaya perusahaan yang terintegrasi dalam konsep CT Way – 3K, yang meliputi Kemauan, Kemampuan, dan Kepercayaan. Nilai-nilai tersebut berfungsi sebagai dasar dalam melaksanakan strategi perusahaan, menjalin hubungan jangka panjang dengan

pelanggan, serta memastikan bahwa setiap aspek operasional berjalan dengan profesional dan berintegritas. Dengan tujuan dan cita-cita yang jelas serta didukung oleh strategi dan nilai perusahaan yang kokoh, Transmart terus berusaha untuk memperkuat posisinya sebagai pemain utama dalam industri ritel modern di Indonesia yang dapat beradaptasi dengan perubahan dan berfokus pada keberlanjutan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Trans Retail Indonesia dibentuk dalam bentuk hierarki untuk membantu efisiensi pengambilan keputusan dan kelancaran kegiatan operasional perusahaan. Secara keseluruhan, susunan organisasi perusahaan dikendalikan oleh Chief Executive Officer (CEO) yang memiliki tanggung jawab utama dalam menentukan arah strategis, kebijakan penting, serta pengawasan seluruh kegiatan perusahaan. Di bawah kepemimpinan CEO, struktur organisasi terbagi menjadi dua bagian utama, yaitu Komersial dan Pendukung, serta Kantor CEO yang berfungsi sebagai unit pendukung langsung bagi pemimpin perusahaan, sebagaimana terlihat pada diagram struktur organisasi yang tercantum di bawah



Gambar 2.5 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Kelompok Komersial dipimpin oleh Direktur Bisnis (DB) dan memiliki

tanggung jawab atas kegiatan bisnis utama perusahaan, terutama yang berhubungan dengan operasi ritel dan penjualan. Dalam kelompok ini terdapat sejumlah unit bisnis yang mengelola daerah dan kategori produk yang berbeda, seperti BD Jakarta, BD Jabodetabek, BD Sumkalsul, serta unit-unit yang dibedakan berdasarkan kategori seperti BD FMCG, BD Elektronik, BD Toko Departemen, BD B2B, dan BD Segar. Selain itu, terdapat juga peran operasional seperti COO Multimart dan Manajer Umum F&B yang mendukung kegiatan bisnis ritel secara keseluruhan. Pembagian ini bertujuan untuk memastikan bahwa pengelolaan bisnis dilakukan dengan fokus dan terstruktur sesuai dengan karakteristik pasar serta produk

Sementara itu, kelompok Supporting berfungsi sebagai unit pendukung yang menjamin semua aktivitas operasional dan bisnis perusahaan dapat berlangsung dengan baik. Kelompok ini terdiri dari beberapa direktorat, yaitu Chief Financial Officer (CFO) yang memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan keuangan perusahaan, Direktur Komunikasi Sumber Daya Manusia (HR Corporate Communication Director) yang mengelola sumber daya manusia serta komunikasi perusahaan, dan Direktur TI yang bertanggung jawab atas pengelolaan serta pengembangan sistem teknologi informasi perusahaan. Selain itu, ada juga direktorat lain yang mendukung, seperti Direktur Proyek dan Pemasaran, Direktur Ekspansi, Direktur Audit dan Pencegahan Risiko, Direktur Hukum, serta unit Pusat Perbelanjaan, yang memiliki peran penting dalam menjaga kelangsungan dan pertumbuhan bisnis perusahaan.

Dalam pelaksanaan program magang, posisi yang diisi berada di bawah Divisi Teknologi Informasi, yang tergabung dalam kelompok Pendukung dan berada di bawah pengawasan Direktur IT. Secara terperinci, tergabung dalam tim IT Aplikasi dan Sistem Informasi Manajemen (MIS). Tim ini memiliki tugas untuk mengelola, merawat, dan membuat sistem informasi internal yang berfungsi untuk mendukung kebutuhan operasional serta pengambilan keputusan di perusahaan.

Di tingkat manajer, bekerja di bawah pengawasan Manajer Aplikasi TI dan

MIS, yaitu Bapak Idham Fahrian, yang menjabat sebagai kepala divisi dan bertanggung jawab untuk merencanakan, mengawasi, serta mengambil keputusan berkaitan dengan pengembangan sistem informasi dan aplikasi internal perusahaan. Selama periode magang, bimbingan dan tugas langsung dari kepala divisi yang disampaikan langsung melalui mentor sesuai dengan kebutuhan proyek dan prioritas kelompok.

Dalam melaksanakan tugas sehari-hari, bimbingan teknis secara detail akan diberikan dari IT Engineer, yaitu Bapak Axel, yang berfungsi sebagai pembimbing atau mentor. beliau memiliki tugas untuk memberikan petunjuk teknis, mendampingi penerapan sistem, serta membantu dalam memahami proses kerja dan standar pengembangan sistem yang digunakan di dalam perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi dan distribusi tugas yang jelas, proses kerja selama masa magang dapat dilakukan dengan lebih terarah, terkoordinasi, dan memenuhi standar profesional perusahaan.



2.3 Portfolio Hasil Karya Lomba/Kompetisi

Gambar tersebut merupakan slide presentasi perusahaan yang menampilkan data kuantitatif tentang profil perusahaan dan skala operasional PT Trans Retail Indonesia (juga dikenal sebagai Transmart). Informasi yang disajikan mencakup jumlah total gerai Transmart, klasifikasi format toko, dan pembagian unit bisnis di bawah naungan perusahaan. Tujuan penyajian ini adalah untuk memberikan gambaran umum tentang cakupan bisnis dan struktur perusahaan secara ringkas dan informatif.



Gambar 2.6 Total Gerai dan Business Unit PT Trans Retail Indonesia

Pada gambar 2.6 menampilkan representasi kinerja dan kemampuan operasional perusahaan dalam mengelola jaringan ritel berskala besar dalam konteks portofolio perusahaan. Data yang ditampilkan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengembangkan berbagai lini bisnis yang terintegrasi, yang mencakup kebutuhan ritel sehari-hari serta unit pendukung lainnya. Oleh karena itu, slide ini yang relevan digunakan sebagai bagian dari portofolio perusahaan dalam laporan magang karena menggambarkan profil PT Trans Retail Indonesia, skala bisnis, dan kekuatan operasionalnya