

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Perusahaan Yogya Group

PT. Akur Pratama (Yogya Group) merupakan perusahaan ritel modern lokal dengan format supermarket dan department store. Yogya didirikan pertama kali oleh Gondosasmito pada tahun 1948 dengan nama “DJOKDJA” yang merupakan sebuah toko batik. Toko batik ini berlokasi di Jl. Ahmad Yani, Kosambi, Kota Bandung, dengan luas toko sebesar 100 m² dan karyawan berjumlah 8 orang. Setelah semakin berkembang, DJOKDJA berubah penulisan nama menjadi YOGYA, yakni toko kelontong yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari. Toko kelontong YOGYA pertama kali dibuka pada tahun 1972 setelah toko diserahkan kepada menantu Gondosasmito, yakni Boedi Siswanto Basuki. Lalu di tahun 1982, didirikanlah Toserba Yogya pertama kali yang bertempat di jalan Sunda nomor 60, dengan luas 300 m² dan mempekerjakan 40 karyawan. Pada tanggal 28 Oktober 1982, bertepatan dengan hari sumpah pemuda, tanggal dibukanya YOGYA Sunda Heritage diperingati menjadi hari ulang tahun Yogya Group. Seiring berjalannya waktu Yogya semakin berkembang dengan adanya GRIYA, Junction, Yogya Express, dan Yomart.

Selain menjual kebutuhan sehari-hari, kini Yogya mulai merambah ke dunia fashion, makanan dan minuman, elektronik, hingga menjual produk kecantikan. Beberapa homebrand Yogya, seperti YOGYA Fashion, YOGYA Elektronik, YOGYA Online, Heloskin, YO!Active, dan masih banyak lagi. Komitmen Yogya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat ditunjukkan melalui Yogya yang terus berekspansi menghadirkan cabang-cabang baru mulai dari Jawa Barat, dan kini hingga Jawa Tengah. Sampai saat ini Yogya telah memiliki 84 Cabang yang tersebar di wilayah Jawa Barat hingga Jawa Tengah, diantaranya YOGYA Kosambi, YOGYA Sunda 60, YOGYA Siliwangi, YOGYA Tasik Hz, GRIYA Buah Batu, YOGYA Sukabumi, YOGYA Grand, GRIYA Pahlawan, YOGYA Kepatihan, GRIYA Sumedang, dan masih banyak lagi.



Gambar 2.1 Toko Pertama Yogya di jalan Ahmad Yani Kosambi Dulu dan Sekarang
Sumber: Yogyagroup.com (2023)

Di dalam industri ritel modern, tentunya Yogya Group berhadapan dengan kompetitor-kompetitor lainnya yang memiliki format dan segmen pasar yang serupa. Beberapa competitor utamanya antara lain :

1. Hypermart (PT Matahari Putra Prima Tbk)

Hypermart merupakan jaringan supermarket berskala nasional. Dengan format toko besar yang menjual berbagai jenis produk mulai dari *groceries* hingga elektronik rumah tangga, Hypermart menyasar segmen kelas menengah ke atas. Kekuatan utamanya terletak pada lokasi di pusat perbelanjaan modern dan jaringan distribusi nasional.

2. Alfamart dan Alfamidi (PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk)

Alfamart dan Alfamidi merupakan minimarket dan supermarket dengan jumlah gerai yang sangat luas, menjangkau hingga ke perumahan dan pedesaan. Meski mengusung format yang berbeda dari department store, keduanya menjadi kompetitor karena menyasar konsumen sehari-hari yang sama seperti Yogya Group. Kehadiran mereka yang sangat masif memberi tekanan pada aspek kenyamanan dan aksesibilitas berbelanja.

3. Indomaret (PT Indomarco PrismaTama)

Sebagai salah satu jaringan minimarket terbesar di Indonesia, Indomaret memiliki kekuatan logistik dan cakupan wilayah yang sangat

luas, mirip seperti alfamart. Meskipun formatnya minimarket, penetrasi pasar Indomaret sangat tinggi, terutama untuk kebutuhan harian rumah tangga. Indomaret menjadi kompetitor khususnya bagi *Yomart*, minimarket milik Yogya Group. Ini membuatnya menjadi salah satu pesaing Yogya Group dalam hal belanja kebutuhan harian secara cepat dan praktis.

4. Ramayana Department Store (PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk)

Ramayana merupakan salah satu kompetitor yang memiliki *positioning* yang serupa dengan Yogya Group dalam hal format department store dan target segmen kelas menengah. Fokus utama Ramayana berada pada produk fashion, kebutuhan rumah tangga, dan juga *groceries* melalui gerai yang dilengkapi supermarket (seperti Robinson atau Ramayana Prime). Kekuatan Ramayana terletak pada harga yang sangat kompetitif, jaringan yang luas di kota-kota tingkat dua dan tiga, serta popularitas tinggi di kalangan masyarakat urban dan suburban. Ramayana juga dikenal dengan program diskon besar yang menarik minat konsumen massal.

2.2 Visi Misi Yogya Group

Yogya Group sebagai salah satu perusahaan ritel modern Indonesia memiliki Visi dan Misi sebagai berikut:

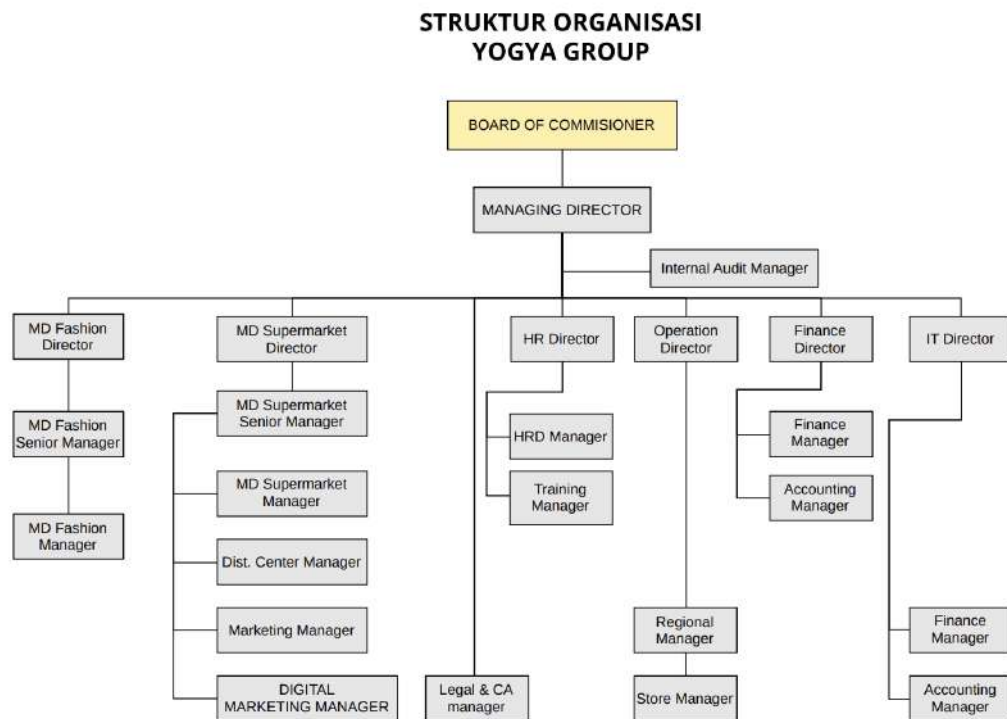
VISI

Tetap menjadi pilihan utama

MISI

Setia memenuhi kebutuhan masyarakat, selalu berusaha menyajikan produk berkualitas, unggul layanan, akrab bersahabat serta suasana belanja yang menyenangkan.

2.3 Struktur Organisasi Yogya Group

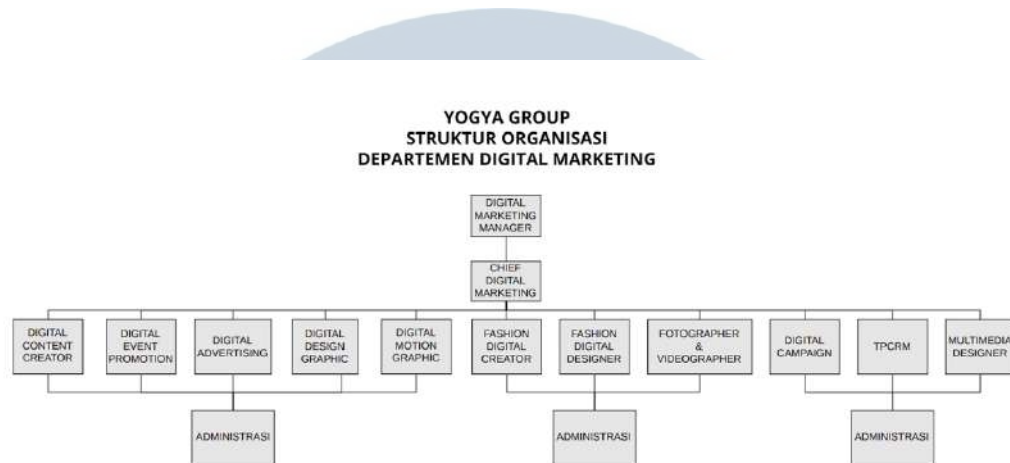


Gambar 2.2 Struktur Organisasi Yogya Group

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Struktur Department Digital Marketing



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Divisi Digital Marketing Yogya Group

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pembagian kerja dari divisi Digital Marketing adalah sebagai berikut:

- a) *Digital Marketing Manager*: Memimpin dan mengkoordinasikan Tim Digital Marketing Yogya Group, mulai dari merencanakan, mengembangkan, dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital secara keseluruhan untuk mencapai tujuan bisnis Yogya Group.
- b) *Chief Digital Marketing*: Memiliki tugas yang hampir mirip dengan Digital Marketing Manager, namun tugasnya lebih kepada bertanggung jawab terhadap kinerja anak-anak digital marketing di bawahnya dan atas pencapaian target pemasaran digital.
- c) *Digital Content Creator*: Membuat konten yang kreatif dan menarik untuk berbagai platform digital, seperti media sosial dan website Yogya Group. Menulis teks, membuat gambar, dan mengedit video untuk mendukung kampanye pemasaran digital.
- d) *Digital Event Promotion*: Merencanakan dan melaksanakan promosi acara Yogya Group melalui platform digital. Membuat materi

promosi digital, seperti posting media sosial, email marketing, dan iklan online.

- e) *Digital Advertising*: Merencanakan, melaksanakan, dan mengoptimalkan kampanye iklan digital di berbagai platform, seperti Instagram Ads, Tiktok Ads, dan Youtube Ads. Melakukan riset kata kunci dan target audiens untuk meningkatkan efektivitas iklan.
- f) *Digital Design Graphic*: Merancang materi visual untuk kebutuhan pemasaran digital, seperti posting media sosial, banner iklan, dan infografis. Memastikan desain yang dibuat sesuai dengan brand identity Yogya Group. Menggunakan software desain grafis, seperti Adobe Photoshop dan Illustrator.
- g) *Digital Motion Graphic*: Membuat animasi dan video grafis untuk kebutuhan pemasaran digital. Menggunakan software motion graphics, seperti Adobe After Effects. Berkolaborasi dengan tim konten dan advertising untuk menciptakan video yang menarik.
- h) *Fashion Digital Creator*: Membuat konten digital yang berfokus pada produk fashion Yogya Group. Menampilkan produk fashion dalam berbagai gaya dan konsep yang menarik. Berkolaborasi dengan influencer dan model untuk menciptakan konten yang relevan. Melakukan live shopping setiap hari Selasa dan Kamis untuk meningkatkan penjualan online fashion Yogya Group.
- i) *Fashion Digital Designer*: Merancang materi visual digital khusus untuk produk fashion, seperti katalog online, banner iklan, dan posting media sosial. Menggunakan software desain grafis dan motion graphics.
- j) *Photographer & Videographer*: Mengambil foto dan video untuk kebutuhan pemasaran digital. Mengedit foto dan video untuk menghasilkan konten yang berkualitas.
- k) *Digital Campaign*: Merencanakan, melaksanakan, dan mengelola kampanye pemasaran digital secara keseluruhan.

Mengkoordinasikan berbagai elemen kampanye, seperti konten, iklan, dan promosi.

- l) *TPCRM*: Mengelola data pelanggan dan menggunakan informasi tersebut untuk membuat kampanye pemasaran yang lebih personal dan relevan. Mengembangkan program loyalitas pelanggan dan meningkatkan retensi pelanggan. Menganalisis perilaku pelanggan dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.
- m) *Multimedia Designer*: Membuat berbagai jenis konten multimedia, seperti video, animasi, dan presentasi interaktif. Menggunakan berbagai software multimedia, seperti Adobe Premiere Pro, Adobe Animate, dan PowerPoint.
- n) *Administrasi*: Melakukan tugas-tugas administratif yang mendukung operasional divisi digital marketing. Mengelola dokumen dan data, membuat laporan, dan mengatur jadwal. Membantu dalam pengadaan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh divisi. Membantu dalam mengelola keuangan divisi.

