

BAB II

PROFIL GIANT EKSPRES PANAM PEKANBARU

A. Sejarah Berdirinya GIANT Ekspres Panam Pekanbaru

Eksistensi GIANT Saat ini tidak dapat terlepas dari sejarah panjang usaha dan pendiri GIANT itu sendiri, keberhasilan dan keberadaannya yang telah dikenal di Indonesia merupakan rangkaian sejarah panjang yang berawal dari sebuah usaha kecil atau dirintis sejak dari usaha kecil hingga telah tersebar berbagai cabang-cabang di Indonesia. Berikut dilampirkan gambaran GIANT (bagian dari PT Hro Group Tbk) hingga saat ini serta sejarah awal mula berdiri yang dipaparkan secara periodik waktu.¹

GAMBAR II.I

Kondisi GIANT (bagian Hero Group) dari awal berdiri hingga sekarang



¹ Terlampir kondisi Giant (Hero Group) dari awal berdiri hingga saat ini.



Berikut juga dilampirkan secara periodik sejarah awal mula pendirian GIANT hingga periode terakhir di tahun 2013.

Tabel II.1**Sejarah berdirinya GIANT secara periodik waktu**

No	Periode	Keterangan
1	1945	Mendirikan CV Hero (Kurnia dengan kakaknya wuo guo chang)
2	1959	Kakaknya mengundurkan diri dan kurnia mulai mengimpor Impor makanan dari singapura dijual di jakarta
3	1970	Hero mini supermarket dibuka (setelah survey ke supermarket-supermarket singapura dan merencanakan dengan hati-hati) dengan pegawai 16 orang, meski pada tahun itu banyak supermarket tutup di hari sabtu-minggu dan hari libur namun ia tetap buka
4	23 agustus 1973	Telah membuka 9 cabang supermarket di jakarta
5	1980	Saat era komputerisasi, Hero menggunakan komputer IBM dari A.S 400 untuk mendapat jaringan otomatis untuk memperbaiki keefektifan dan keefisiensian.
6	1989	Hero ada di puncak keberhasilannya dan memasuki tahun 1990 dengan penuh harapan Hero Group telah meningkatkan modalnya jauh untuk menjadi perusahaan yang cukup besar Hero dicatat mempunyai 26 Supermarket dan 3000 penyedia barang (300 di antaranya produser besar).
7	1990	Hero group melaksanakan Initial Public Offering (IPO),

			<p>yang berarti menjual saham kepada masyarakat umum, saham 15 % di BEJ</p> <p>Setelah IPO pada 1990, Hero Group menjadi member dari ARAN (Asian Retail Affiliation Network). Maka dari itu, Hero Group bisa melakukan aktivitas bisnis dan bekerja sama dengan ritel besar di Asia. Guardian dibuka di Indonesia pada tahun 1990. Lalu pada 1 July 1991, Starmart dibuka. Sementara untuk Hero Supermarket, setelah IPO telah diberikan dampak yang luar biasa. Bayangkan hampir setiap tahun, empat supermarket dibuka dengan tambahan 71 Hero Supermarket di seluruh Indonesia.</p>
8	10	Mei	M.S Kurnia meninggal dunia
	1992		
9	1994		pada 1994 atau dua tahun setelah Kurnia meninggal, Hero Supermarket telah berkembang menjadi 56 supermarket.
10	1998		<p>Hero Group tidak bisa melarikan diri dari krisis keuangan. Selama kerusuhan Mei 1998, beberapa Hero Supermarket dibakar oleh penduduk. Untungnya, beberapa orang masih percaya dan mempunyai "rasa memiliki" kepada Hero. Saat kerusuhan dan krisis selesai, ada 68 Hero Supermarket yang bertahan dan berjalan seperti biasa. Hero Group memiliki produk merek sendiri (Private Label). Dengan strategi ini, Hero mampu mendorong harga semenjak promosi dan harga</p>

		<p>kemasan telah dipotong tanpa menurunkan kualitas. Respons pelanggan luar biasa, mereka menjadi lebih cerdas. Dalam pikiran mereka, harga untuk uang lebih diprioritaskan dalam berbelanja. Apabila mereka bisa mendapat kualitas yang sama, mereka tidak seharusnya membeli produk yang lebih mahal. Hero Group lagi-lagi menunjukkan kekuatannya. Melengkapi kesuksesan Hero Supermarket, bisnis Hero Group berkembang menjadi beberapa grup.</p>
11	2000 an	<p>Sampai tahun 2000, Apotek Guardian mempunyai 38 cabang,</p> <p>Sarmart minimarket mempunyai 26 cabang, Mitra Toko Diskon mempunyai 8 cabang dan banyak unit bisnis.</p>
12	2002	<p>mencapai 100 cabang, Maka itu, pada saat itu Hero dicatat sebagai perusahaan ritel di Indonesia yang berada sama level dengan skala multinasional, Sarmart telah membuka 131 cabang di seluruh Indonesia. Sarmart adalah sebuah minimarket dengan konsep toko yang nyaman dan terfokus untuk para pelanggan yang menginginkan produk berkualitas dengan pelayanan yang nyaman dan bisa diandalkan.</p>
13	30 juni 2012	<p>Giant Hypermarket pertama dibuka di Indonesia</p>
14	2013	<p>perusahaan ini telah mengoperasikan 43 gerai Giant Hypermarket, 130 gerai Hero & Giant supermarket, 241</p>

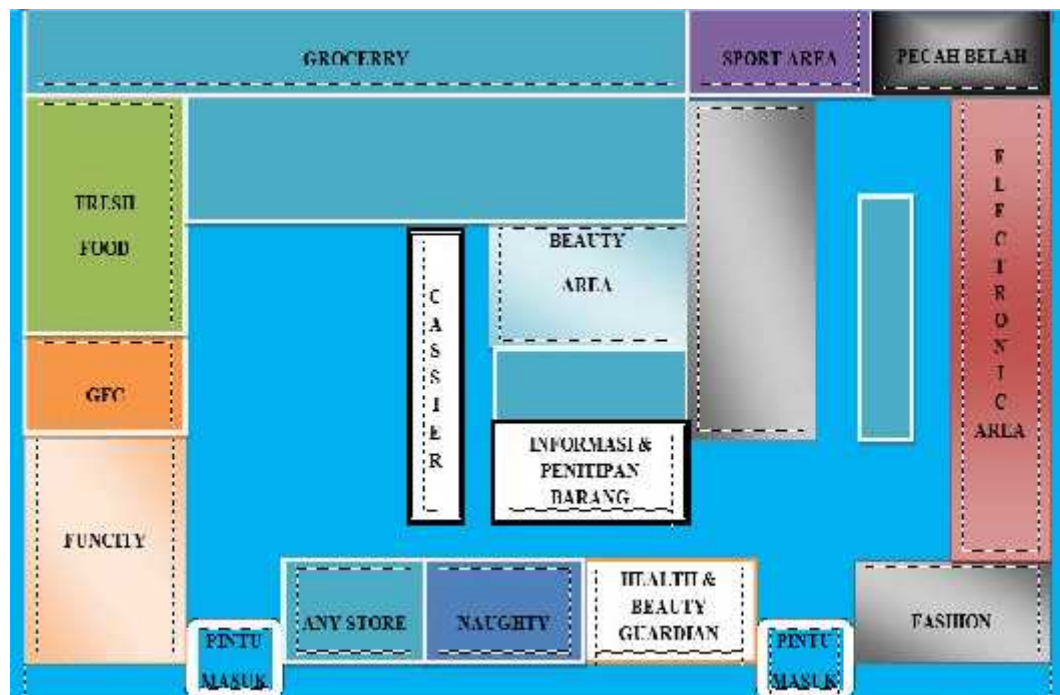
15	September 2013	<p>gerai kesehatan dan kecantikan Guardian dan 144 gerai Starmart. PT Hero Supermarket Tbk mempekerjakan lebih dari 13,700 orang dan melayani pelanggan di 558 gerai.</p> <p>Bisnis unit Giant menjalani perubahan identitas dari Giant Hypermarket dan Giant Supermarket menjadi Giant Ekstra dan Giant Ekspres. Perubahan ini juga diikuti dengan perubahan konsep dan pembedaan yang jelas antara kedua format, dimana Giant Ekstra akan menjadi pemimpin pasar dalam harga murah dengan produk yang lengkap untuk kebutuhan bulanan konsumen dan Giant Ekspres akan menjadi pemimpin pasar dalam harga murah dengan pelayanan cepat untuk melayani kebutuhan mingguan konsumen.</p> <p>toko yang dioperasikan oleh Hero Group adalah 634 toko dengan lebih dari 15.000 karyawan. Detail dari toko-toko tersebut adalah 48 toko Giant Ekstra, 111 toko Giant Ekspres, 35 toko Hero Supermarket, 151 toko Starmart, 286 toko Guardian dan 3 toko Jason's.</p>
----	-------------------	---

Giant Panam Pekanbaru merupakan salah satu cabang atau bagian dari perusahaan Hero Group yang terdiri dari beberapa format outlet diantaranya ; *Hypermarkets, Super stores, supermarkets, Health & Beauty, Convenience Store (mini)*. GIANT Panam Pekanbaru dibuka sejak tahun 2005 dan GIANT Panam Pekanbaru merupakan cabang pertama dan utama di pekanbaru (GIANT Ekspres)

dan saat ini sudah ada empat cabang GIANT yang ada di kota pekanbaru, yakni GIANT Ekstra di Panam, GIANT supermarket di jalan Riau, GIANT Ekspres di Jalan Tuanku Tambusai, dan GIANT Supermarket di jalan Arengka dua.²

GAMBAR II.2

Layout atau tata ruang di GIANT Panam Pekanbaru



B. Kegiatan Usaha

Giant Ekspres Panam Pekanbaru yang terletak di jalan H.R Soebrantas Panam Pekanbaru merupakan salah satu cabang atau bagian dari perusahaan Hero group yang memiliki beberapa macam outlet seperti *Hypermarkets*, *Super stores*, *supermarkets*, *Health & Beauty*, *Convenience Store (mini)*, GIANT Panam Pekanbaru merupakan bagian dari Outlet Hypermarket yang bergerak pada usaha

² Informasi Wawancara dari ibu May (HRD GIANT)

penyedia atau menjual barang-barang kebutuhan masyarakat, seperti bahan makanan, pakaian, tekstil, elektronik, sayur- buah buahan, serta outlet makanan privat label seperti GFC (Giant Food Chicken). Giant Panam Pekanbaru memiliki dua label Produk dalam usaha yang dijalankan, yakni adanya Produk Privat Label (Produsen yang dikelola GIANT Itu sendiri) dan Produk Non Privat Label (Produk kerjasama dari produsen lain), GIANT memiliki empat divisi dan sekaligus menggambarkan tentang GIANT dan produk yang di jual di GIANT tersebut, yakni Divisi Sales Support Kasir, Administrasi, HRD, dan lain-lain), Divisi GMS (Tekstil, Electronic, Peralatan-peralatan dapur, dan lain-lain), divisi Groccerry (Bahan-bahan kebutuhan Pokok, produk kecantikan/ *beauty care*, dan lain-lain) serta divisi Fresh Food (Roti, GFC, Buah-buahan, sayur mayur serta ikan segar). Serta beberapa program rutin GIANT diantaranya Harga promo, Diskon, majalah Kompas (harga yang di promosikan) hanya dalam jangka waktu 3 / 4 hari saja Biasanya adalah barang-barang yang sering laku dan dibutuhkan konsumen Seperti ; deterjen, minyak goreng, serta gula), Breafing pekerja (sebelum bekerja tentang tupoksi), Katalog Promo Event (Program pada event tertentu seperti pada event piala dunia pada saat piala dunia seperti yang ada pada mailer katalog), serta pengadaan katalog untuk pengunjung terhadap harga promo dan harga terbaru setiap 2 minggu sekali di meja penitipan barang konsumen.

C. VISI dan MISI

Adapun Visi misi dari GIANT Panam Pekanbaru (Bagian anak perusahaan dari PT Hero Supermarket Tbk), adalah :

1. Visi

Menjadi peritel terkemuka di Indonesia dari segi penjualan dan jangka panjang penciptaan nilai stakeholder.

2. Misi

Selain visi yang ingin diwujudkan oleh GIANT Ekspres Panam, maka ada pula misi dari perusahaan tersebut yang harus dicapai diantaranya yaitu :

- a. Kami memiliki lima merek toko (Hero Supermarket, Guardian, Startmart, GIANT hypermarket, GIANT Supermarket) yang dapat memuaskan semua segmen pelanggan dan kita akan mengembangkannya di seluruh indonesia, memberikan keuntungan dengan memperkuat penawaran masing-masing toko.
- b. Kami meningkatkan dan memotivasi talenta lokal terbaik dalam perusahaan
- c. Kami berusaha keras menjadi yang terbaik bagi pelanggan, lebih sederhana bagi karyawan, dan murah bagi perusahaan
- d. Kami, sebagai pelopor ritel di indonesia akan melanjutkan kerjasama untuk tumbuh seiring dengan perkembangan negara kita, memajukan perusaha kita, dan meningkatkan kesejahteraan para pemangku kepentingan
- e. Serta adanya komitmen lainnya yakni : pemimpin harga murah di indonesia, pemimpin dalam promosi, mengembangkan dan melatih para karyawan, serta program satu toko satu sekolah.

D. Struktur Organisasi

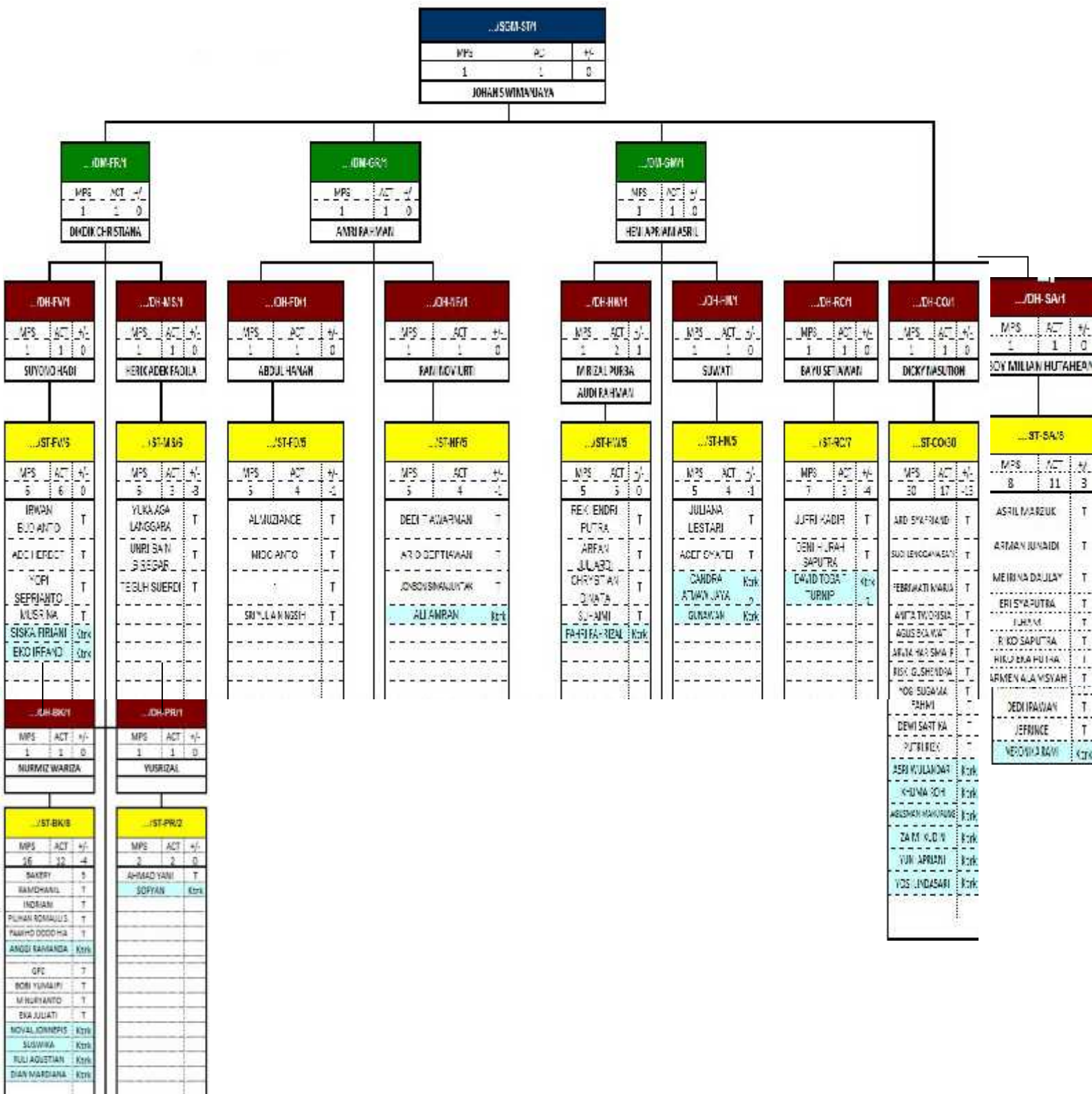
Struktur organisasi adalah susunan komponen-komponen (unit-unit kerja) dalam suatu organisasi. Struktur organisasi menunjukkan bagaimana fungsi-fungsi atau kegiatan-kegiatan yang berbeda tersebut diintegrasikan (dikoordinasikan). Selain daripada itu struktur organisasi menunjukkan spesialisasi-spesialisasi pekerjaan, saluran perintah dan penyampaian laporan. Struktur organisasi pada umumnya kemudian digambarkan dalam suatu bagan yang di sebut dengan bagan organisasi.

Bagan organisasi adalah suatu gambar struktur organisasi yang formal, dimana dalam gambar tersebut ada garis-garis (instruksi dan koordinasi) yang menunjukkan kewenangan dan hubungan komunikasi formal, yang tersusun secara hirarkis.³

³ <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/13794/1/09E02408.pdf>

Gambar II.3.

Struktur Organisasi Giant Panam Pekanbaru



MANAGEMENT STRUCTURE	MPS	MPA	+/-
.../SGM-A/1	1	1	0
.../DM-FR/1	1	1	0
.../DH-F/1	1	1	0
.../SI-FV/1	1	1	0
.../DH-MS/1	1	1	0
.../ST-MS/6	6	3	-3
.../DH-BK/1	1	1	0
.../SI-HK/1H	1H	1H	-2
.../DH-PR/1	1	1	0
.../ST-PR/2	2	2	0
.../DM-GR/1	1	1	0
.../DH-F/1	1	1	0
.../ST-FD/5	5	4	-1
.../DH-NI/1	1	1	0
.../ST-NI/5	5	4	-1
.../DM-SM/1	1	1	0
.../DH-HW/1	1	2	1
.../ST-HW/5	5	5	0
.../DH-HM/1	1	1	0
.../ST-HM/5	5	4	-1
.../DH-RC/1	1	1	0
.../ST-RC/7	7	3	-4
.../DH-CO/1	1	1	0
.../ST-CO/30	30	17	-13
.../DH-SA/1	1	1	0
.../ST-SA/8	8	11	3
TOTAL	110	87	-23

Feker Baru MTC

ACTUAL 2013			FORECAST 2014		
SALES	STAFF USDI	%	SALES	STAFF USDI	%
\$4.448.500.127	5.062.524.231	4,15%	305.444.167.000	4.018.233.000	5,87%

Penjelasan Struktur Organisasi (berdasar lambang atau kode warna)

- SGM (Store General Manager) yakni Manajer atau pimpinan yang memimpin dan bertanggung jawab serta mengontrol kinerja atas semua divisi atau struktur di bawahnya.

- DM (Divisi Manager) yakni seorang manajer yang berada dibawah pengawasan atau pimpinan dari Store general Manager (SGM) yang bertugas memimpin dan bertanggung jawab mengontrol kinerja serta memberikan arahan pada divisi harian dan store tecnical sesuai dengan divisi (bidang) yang menjadi tanggung jawabnya.

- DH (Divisi Harian) yakni seorang Divisi Kepala Bidang yang berda dibawah pengawasan atau pimpinan dari Divisi Manager (DM) yang memiliki peran untuk bertanggung jawab untuk mengontrol, mengawasi dan memberi arahan pada store tecnical dan ikut serta terlibat dalam tugas

atau kerja teknis di lapangan dalam pengaturan, manajemen produk, dan sebagainya.



ST (Store Technical) yakni divisi atau bidang yang memiliki tugas dan tanggung jawab atas pekerjaan di lapangan yang sesuai dengan tanggung jawab dan perannya pada divisi yang dilakoninya.