

BAB II

GAMBARAN UMUM DAN BIOGRAFI SWALAYAN GIANT

A. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan

Giant Hipermarket merupakan salah badan usaha pemasaran (ritel) modern yang menawarkan berbagai macam barang kebutuhan rumah tangga mulai dari peralatan rumah tangga, alat-alat elektronik sampai aneka bahan makanan. *Giant Hipermarket* didirikan oleh dan menjadi bagian dari PT. Hero Supermarket Tbk.¹

Pada bulan Februari 1998 PT. Hero Supermarket mengadakan aliansi strategis dengan *Dairy Farm Hongkong*, anggota Jardine Matheson. Jalanan kerjasama ini juga diwujudkan dengan bergabungnya *eksekutif Dairy Farm* dalam jajaran direksi dan komisaris PT. Hero Supermarket Tbk. Kerjasama ini diwujudkan dalam bentuk kontribusi manajemen *Dairy Farm Internasional* ke dalam manajemen *Hero. Giant* yang sukses sebelumnya dikembangkan di Malaysia dan Singapura oleh *Dairy Farm International*.²

Dewasa ini *Dairy Farm International* menguasai 37% saham PT. Hero Supermarket Tbk. Berdasarkan keyakinan akan adanya kesamaan kultur dengan Malaysia, Hero kemudian mengembangkan *Giant* di Indonesia. *Dairy Farm* sendiri hanya memberikan dukungan teknis dalam pengembangan perusahaan *Giant* di Indonesia. Di Indonesia, pada tanggal 26 Juli 2002 *Giant Hipermarket* yang pertama dibuka di Villa Melati Mas, Serpong-Tangerang. Di Bogor, *Giant hipermarket* berdiri sejak tanggal 25 Agustus 2006.

¹ Sumber Data Perusahaan Tahun 2013

² Sumber Data Perusahaan Tahun 2013

Bisnis retail terasa makin menggeliat di Pekanbaru. Sebuah pusat perbelanjaan besar dan termurah di Asia. Pusat perbelanjaan tersebut adalah *hypermarket "Giant"* yang merupakan pertama di Sumatera. Pada tanggal 26 bulan Februari 2008 *Hypermarket Giant* resmi dibuka di Kota Pekanbaru. Dipilihnya Pekanbaru sebagai kota pertama di Sumatera, karena pihak manajemen *Giant* menilai Riau memiliki perkembangan ekonomi yang sangat pesat saat ini dan di masa mendatang.

Hypermarket Giant MTC Pekanbaru beralamat di Jalan H.R. Soebrantas, Km. 12,5 Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru Propinsi Riau. *Hypermarket Giant* menempati bangunan seluas 14.000 meter persegi yang berdekatan dengan Rumah Sakit Jiwa (RSJ) Kota Pekanbaru.

B. Visi, Misi, dan Falsafah Perusahaan

Giant Hypermarket menyatakan visi, misi dan falsafah perusahaan dalam rumusan sebagai berikut :

1. Visi: Menjadi peritel terkemuka di Indonesia dalam segi penjualan dan penciptaan nilai jangka panjang bagi pemegang saham.
2. Misi: Meningkatkan nilai investasi pemegang saham kami melalui keberhasilan komersial dengan menarik pelanggan dan meningkatkan daya saing yang mantap.
3. Falsafah:
 - a. Mengutamakan *service* yang terbaik kepada pelanggan.
 - b. Selalu menyediakan produk yang bermutu tinggi sesuai keinginan pelanggan.
 - c. Bersama-sama menciptakan kesatuan manajemen yang sempurna.

C. Kegiatan Usaha

Giant Hypermarket Kota Pekanbaru menjalankan usaha *retailing* dalam berbagai bentuk, seperti :

1. *Food repacking*, yaitu membungkus dalam kemasan kecil untuk berbagai kebutuhan pokok dan makanan kering.
2. *Instore bakery*, yaitu sarana pembuatan dan penjualan berbagai jenis roti dan kue.
3. *Food processing*, yaitu sarana pembuatan berbagai makanan olahan baik setengah jadi maupun siap hidang langsung atau biasa disebut divisi *Ready to Eat* (RTE).
4. *Fast food*, yaitu bagian *counter* makanan Jepang, aneka sari buah dan *juice*, mie ayam dan *pancake*.³

D. Lingkungan Internal

Keadaan internal dari keseluruhan aspek usaha (organisasi, produksi dan finansial, pemasaran) GH diberikan pada bagian berikut ini :⁴

1. Aspek Personalia

Giant Hipermarket sampai sekarang telah mempekerjakan 277 orang yang terdiri dari 202 orang berjenis kelamin laki-laki dan 75 orang berjenis kelamin perempuan dengan tingkat pendidikan mulai dari SMA/Sederajat sampai sarjana. Penerimaan karyawan dilakukan bila perseroan akan membuka gerai baru. Sistem penerimaan tenaga kerja yang

³ Sumber Data Perusahaan Tahun 2013

⁴ Sumber Data Perusahaan Tahun 2013

diterapkan menganut sistem *open recruitment*, dimana kesempatan dipublikasikan melalui pengumuman lowongan pekerjaan pada Koran Riau Pos. Karyawan yang berpotensi tinggi diikutkan dalam program *On-Job-Training* yang akan membantu mereka berkembang memenuhi standar ketrampilan dan keahlian yang diperlukan. Semua kegiatan pelatihan dan pendidikan karyawan dilakukan di Pusat Pelatihan dan Pengembangan Karir Karyawan atau *Learning and Career Development Centre* (LCDC).

PT Hero Supermarket Tbk adalah perseroan pertama yang memiliki sekolah khusus ritel. Selain itu, perseroan bersama serikat pekerja (Serikat Pekerja Hero Supermarket/SPHS) telah mengadakan perundingan untuk mengatur dan melindungi hak serta kewajiban kedua belah pihak yang tercatat dalam Perjanjian Kerja Bersama (PKB).

Karyawan Giant Hipermarket bekerja setiap hari dari hari Senin sampai Minggu. Jam kerja yang berlaku di Giant adalah tujuh jam ditambah satu jam istirahat yang terbagi menjadi dua shift. Jam kerja shift pertama (*shift pagi*) yaitu jam 06.00-14.00 WIB, sedangkan shift kedua (*shift siang*) dari jam 14.00-22.00 WIB. Pada *event* atau waktu-waktu tertentu seperti weekend, hari libur nasional dan *midnight sell* diberlakukan kerja lembur. Sistem Pengupahan terdiri dari upah tetap dan upah tidak tetap. Selain itu parakaryawan juga mendapatkan asuransi dari asuransi kesehatan Allians.

2. Aspek Produksi

Aspek produksi yang dijalankan dalam kegiatan *retailing* Giant Hipermarket adalah proses penambahan nilai melalui pengawetan (*instore bakery*), pengolahan (*food processing*), maupun layanan pengolahan dan penyediaan ikan menjadi *fast food*.

3. Aspek Finansial

Sumberdaya keuangan Giant Hipermarket berasal dari dalam perusahaan (*Head Office*) dan dari luar perusahaan. Dari dalam perusahaan, setiap bulan Giant akan mendapatkan uang modal sebesar Rp. 40 juta yang terdiri dari Rp. 10 juta berupa *patty cash* (dana segar) untuk biaya operasional toko, Rp. 20 juta untuk modal kasir dan Rp. 10 juta untuk uang brankas yang biasa digunakan untuk penukaran uang-uang kecil. Sedangkan dana dari luar berasal dari uang pembelian customer, uang sewa area toko kepada pihak luar, serta uang penjualan kardus-kardus bekas.

4. Aspek Pemasaran

a. Strategi Pemasaran

Prinsip-prinsip pokok yang dijadikan andalan pemasaran Giant Hipermarket antara lain berbunyi :

- 1) Jadikan tempat belanja yang bersih dan nyaman.
- 2) Berikan kemudahan dan kepraktisan berbelanja.
- 3) Persembahkan tempat belanja yang lengkap dan murah.
- 4) Tunjukkan pelayanan yang ramah dan menawan.

Kiat-kiat pemasaran yang bisa diamati dilakukan Giant Hipermarket adalah :

- 1) Menjual produk yang berkualitas.
- 2) Memberikan potongan harga.
- 3) Promosi penjualan.
- 4) Periklanan (*advertising*).

b. Fungsi Pemasaran yang Dijalankan

Dalam kegiatan usahanya, Giant Hipermarket juga melakukan fungsi-fungsi marketing. Fungsi-fungsi marketing tersebut terbagi ke dalam 9 fungsi, yaitu Merchandising, Pembelian, Penjualan, Grading and Standardization, Store and Warehousing, Pengangkutan, Pembelian, Komunikasi, dan Pengambilan resiko.

E. Struktur Organisasi

Giant Hipermarket dalam menjalankan usahanya menggunakan struktur organisasi berbentuk lini atau garis. Proses departementalisasi outlet toko didasarkan pada fungsi dan produk yang ditangani. Sedangkan wewenang pada toko adalah wewenang garis, staf dan fungsional. Giant hypermarket pekanbaru dipimpin oleh seorang *store Manager* (manajer toko). Dalam menjalankan tugasnya, manajer toko dibantu beberapa orang *Division Manager* untuk masing-masing departemen.

**STRUKTUR ORGANISASI
SWALAYAN GIANT PANAM PEKANBARU**

