

BAB III

OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Carrefour

Carrefour ialah sebuah kelompok supermarket internasional, berkantor pusat di Perancis. Carrefour adalah kelompok ritel kedua terbesar setelah WalMart. Gerei Carrefour pertama dibuka pada 3 Juni, 1957, di Annecy di dekat sebuah persimpangan (carrefour, dalam Bahasa Perancis). Kelompok ini didirikan oleh Marcel Fournier dan Louis Deforey. Hingga kini, gerai pertama ini adalah gerai Carrefour terkecil di dunia. Kelompok¹ Carrefour memperkenalkan konsep hipermarket untuk pertama kalinya, sebuah supermarket besar yang mengombinasikan departmentstore (toko serba ada"). Mereka membuka hipermarket pertamanya pada 1962 di Sainte-Geneviève-des-Bois, dekat Paris, Perancis. Pada tahun 1999, bergabung dengan Promodes Carrefour, dan menjadi pemimpin bisnis ritel di Eropa, perusahaan terbesar kedua di seluruh dunia. Selama 40 tahun, Carrefour telah tumbuh menjadi salah satu terkemuka di dunia kelompok distribusi, di dunia pengecer, dan di Eropa. Saat ini Carrefour mengoperasikan empat format toko utama yaitu: hypermarket, supermarket, toko diskon dan kenyamanan. Grup Carrefour saat ini memiliki lebih dari 12.500 toko, perusahaan, baik yang dioperasikan atau waralaba. Carrefour saat ini beroperasi di tiga pasar utama yaitu: Eropa, Amerika Latin dan Asia. Dengan hadir di 29

¹ http://eprints.undip.ac.id/60226/3/BAB_II.pdf (dikases 01/10/20 11:58)

negara, lebih dari 52 persen omset Carrefour berasal dari luar Perancis. Carrefour melihat potensi kuat untuk pertumbuhan 52 internasional lebih lanjut di masa depan, terutama di pasar nasional besar seperti Cina, Brasil, Indonesia, Polandia dan Turki. Di manapun berada, Carrefour selalu secara aktif berkomitmen untuk mempromosikan pembangunan ekonomi lokal. Karena kegiatan eceran di Carrefour berhubungan dengan konsumen secara langsung, maka perekrutan lokal Carrefour secara konsisten menekankan pada pelatihan manajemen dan staf pada pekerjaan di mana pun mereka bekerja. Biasanya, kelompok Carrefour akan menjadi salah satu perusahaan swasta terkemuka di setiap negara dimana perusahaan beroperasi. Kelompok Carrefour di negara-negara seperti Brazil, Argentina, Kolombia, Italia dan Yunani berupaya untuk mendukung pemasok lokal, dengan 90-95 persen produk pada rak-rak bersumber secara lokal, tergantung pada negara.

PT Trans Retail Indonesia, PT Trans Retail Indonesia atau Carrefour adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa retail² atau bergerak dibidang dagang yaitu hypermarket yang berasal dari perancis, Carrefour termasuk kedalam kelompok supermarket internasional. Carrefour hadir di Indonesia sejak tahun 1998, dengan membuka gerai pertama di Jakarta ITC Cempaka Putih pada bulan Oktober 1998, Carrefour menjadi supermarket terbesar kedua di dunia. Komposisi saham Carrefour Indonesia berubah sejak januari 2013 dengan komposisi saham terbesar dikuasai perusahaan Indonesia. Sebagai bagian dari perusahaan global PT

²<http://e-journal.uajy.ac.id/2315/3/2KOM.com>. (diakses 01/10/20 13:46)

Trans Retail Indonesia berusaha untuk memberikan standar pelayanan kelas dunia.

PT Trans Retail Indonesia hingga tahun 2014 memiliki gerai sebanyak 85 gerai Carrefour tersebar di seluruh Indonesia, Carrefour Express pada 28 Kabupaten/Kota di Indonesia. Upaya Carrefour dalam menunjang pembelanjaan dalam jumlah besar dengan konsep belanja baru menghadirkan Groserindo Carrefour di Juanda, Bekasi.

Carrefour bermitra dengan lebih dari 4.000 pemasok dari seluruh Indonesia yang 70% dari jumlah tersebut termasuk dalam kategori Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Melalui Carrefour, para pemasok ini dapat memberikan akses kepada pelanggan ke puluhan ribu jenis produk yang 90% nya merupakan produk lokal.

B. Logo PT Carrefour Indonesia



Gambar 1.1 Logo Carrefour

C. Makna Lambang Warna

Logo Carrefour dengan warna nya biru, merah dan putih memiliki arti yang sangat signifikan di balik itu: yaitu komitmen yang terus-menerus untuk pelanggan mereka. Logo diciptakan pada tahun 1966. Huruf C dan panah di kedua sisi Berasal dari C Carrefour dan panah di kedua sisi, yang mewakili pelanggan datang membentuk segala arah dan pertemuan di Carrefour. Carrefour di Cina, dengan artinya "Setiap keluarga Happy", mencerminkan nilai-nilai inti dari Carrefour.

D. Visi dan Misi PT Carrefour Indonesia

1. Visi

Menjadi ritel nomor satu di Indonesia

2. Misi Perusahaan

- a. Menciptakan pasarba dengan konsep tempat belanja
- b. Memberikan pilihan dan kualitas ke semua orang
- c. Menciptakan harga yang diinginkan konsumen dan penyediaan lokasi yang dekat dengan rumah
- d. Membangun kerja sama yang baik dengan para pemasok yang berkualitas
- e. Memberikan dukungan yang terbaik bagi karyawan untuk berkembang dan mencapai potensi maksimal guna memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan

E. Wilayah Hukum Ritel Modern

Dalam Perpres 112/2007, lokasi ritel modern³ diatur agar tidak berbenturan dengan ritel tradisional. Namun aturan tersebut masih belum nyata karena aturan yang lebih detail mengenai lokasi tersebut akan diatur oleh Pemerintah Daerah. Adapun ritel modern yang diatur keberadaan lokasinya dalam perpres ini.

1. Perkulakan hanya boleh berlokasi pada atau akses sistem
2. Jaringan jalan arteri atau kolektor primer atau arteri sekunder
3. Hipermarket dan pusat perbelanjaan :
 - a. hanya boleh berlokasi pada akses sistem jaringan jalan arteri atau kolektor
 - b. tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lokal atau lingkungan (perumahan) di dalam kota/ perkotaan
4. Supermarket dan Department Store :
 - a. tidak boleh berlokasi pada sistem jaringan jalan lingkungan
 - b. tidak boleh berada pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/ perkotaan
5. Minimarket boleh berlokasi pada setiap sistem jaringan jalan, termasuk sistem jaringan jalan lingkungan pada kawasan pelayanan lingkungan (perumahan) di dalam kota/ perkotaan.

Hal yang disayangkan dalam Perpres ini adalah aturan keberadaan minimarket yang tetap diperbolehkan berada dalam wilayah pemukiman. Kemudian juga diperkuat dengan ketentuan jam buka yang hanya diberlakukan

³ Siswanto, Arie, *Hukum Persaingan Usaha*, Ghalia Indonesia, Bogor: 2003. Hlm 54.

bagi hipermarket, Department Store dan supermarket, tidak pada minimarket. Dikhawatirkan keberadaan toko tradisional di pemukiman makin terpuruk karena tidak adanya pengaturan yang jelas dan melindungi ritel kecil/tradisional.

Batasan Luas Lantai Penjualan Toko Modern di dalam peraturan perpasaran ini ditegaskan perbedaan antara ritel modern yang satu dengan ritel modern yang lainnya berdasarkan luas lantai toko. Berikut rinciannya.

- a. Minimarket < 400 m²
- b. Supermarket 400 – 5.000 m²
- c. Hipermarket dan perkulakan > 5.000 m²
- d. Department Store > 400 m²

Keterkaitan Perpres No. 111 Tahun 2007 tentang DNI Berdasarkan peraturan mengenai Daftar Negatif Investasi (DNI), kepemilikan asing dilarang untuk berinvestasi di minimarket atau ritel modern lainnya dengan luas kurang dari 400m² . Sedangkan untuk modal dalam negeri 100% diperbolehkan untuk berinvestasi pada minimarket dengan luas kurang dari 400 m² , supermarket dengan luas kurang dari 1.200 m² dan Department Store dengan luas kurang dari 2.000 m².

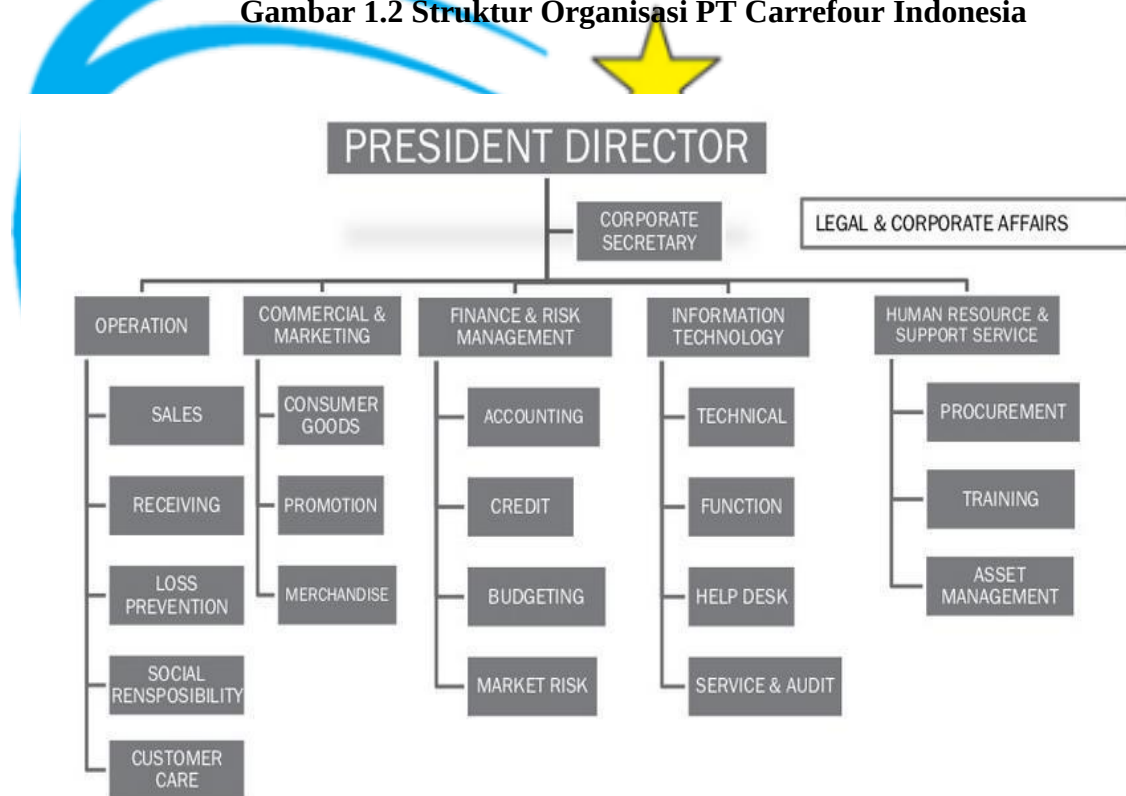
F. Struktur Organisasi PT Carrefour Indonesia

Struktur organisasi merupakan gambaran secara sistematis tentang hubungan kerjasama orang-orang yang terdapat dalam suatu usaha untuk mencapai tujuan. Struktur organisasi tersebut menggambarkan fungsi⁴, tanggung jawab dan

⁴http://eprints.undip.ac.id/60226/3/BAB_II.pdf (dikases 01/10/20 11:58)

wewenang yang dimiliki para tenaga kerja. Setiap fungsi dalam kesatuan tanggung jawab dapat digunakan dalam mencapai tujuan perusahaan koordinasi dapat dilakukan dengan mudah, sehingga setiap bagian dari fungsi-fungsi yang ada dalam organisasi tersebut dapat saling menjalin kerjasama. Berikut ini adalah:

Gambar 1.2 Struktur Organisasi PT Carrefour Indonesia



Setiap karyawan mempunyai tugas dan tanggung jawab yang sudah diatur oleh perusahaan tersebut. Kedisiplinan dalam melaksanakan tugas yang telah diberikan akan meningkatkan kinerja perusahaan sehingga tujuan dapat tercapai. Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing-masing karyawan sebagai berikut:

1. Store Manager

store manager secara umum⁵ adalah melaksanakan perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, pengontrolan terhadap kinerja unit yang ada dibawahnya dan memastikan bahwa setiap unit yang ada di bawahnya berfungsi dengan baik sesuai dengan tujuan perusahaan.

2. Division Manager

- a. Tugas division manager adalah membantu store manager dalam menjalankan tugas kesehariannya.
- b. Tanggung jawab division manager adalah bertanggung jawab kepada store manager atau segala aktifitas yang mnejadi tugasnya.

3. Sales Manager

- a. Melakukan kontroling terhadap ketersediaanya dan kelengkapan barang
- b. Membuat laporan pencapaian target penjualan pada setiap akhir bulan dan melaporkannya kepada store manager bilamana target penjualan yang diharapkan tidak tercapai.

4. Team Leader

- a. Membuat jadwal shift kerja pramuniaga yang menjadi bawahannya
- b. Mengatur pembagian tugas kerja pramuniaga dan melakukan pemantauan terhdadap pelaksanaan tugas-tugas tersebut
- c. Melakukan pemesanan barang ke pihak supplier dan memastikan ketersediaan barang dagangan dalam jumlah yang dibutuhkan, khususnya untuk item-item barang yang sedang dipromosikan

⁵ Rachnadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, , 2015.hlm 76.

5. Pramuniaga

- a. Bertugas memajang barang dagangan sekaligus melakukan pengecekan railcard harga barang, apakah mengalami perubahan harga atau tidak, karena perubahan harga barang dapat terjadi setiap saat

- b. Melayani konsumen dengan membantu kesulitan yang dihadapi konsumen ketika sedang berbelanja

6. Service Head Front End (Kepala Divisi Kasir)

- a. Melakukan pengawasan terhadap kegiatan transaksi barang yang dilakukan oleh kasir, khususnya untuk transaksi barang dalam partai besar dan produk barang dagangan berharga mahal

- b. Bertanggung jawab atas ketersediaan sarana penunjang transaksi penjualan, dan kehadiran personil kasir dalam jumlah yang cukup sehingga setiap kassa dapat beroperasi secara optimal

- c. Menangani dan memberikan solusi terbaik terhadap komplain konsumen

7. Pengawas Kasir

- a. Bertugas membantu service head front end dalam menjalankan tugas kesehariannya

- b. Membuat jadwal shift kerja kasir dalam jumlah yang cukup setiap harinya

- c. Mengawasi transaksi penjualan yang dilakukan oleh kasir dan memberi penjelasan yang benar bilamana terjadi kesalahpahaman dengan konsumen terkait dengan permasalahan transaksi
- d. Melakukan kontrol terhadap pelaksanaan program-program promosi yang sedang berlangsung, semisal : ketersediaan barang hadiah, cekdiscount harga, dll.
8. Service Head Receiving (Kepala Gudang)
- Bertanggung jawab terhadap aktifitas penerimaan barang dari pihak supplier atau pengembalian barang bad stock (barang rusak) ke pihak supplier.
9. Service Head Loose Prevention
- Service head loose prevention bertanggung jawab menjaga asset perusahaan, barang dagangan, maupun keamanan pengunjung yang hendak berbelanja di toko. Dalam menjalankan tugasnya *Service Head Loose Prevention* dibantu oleh tiga orang regu yang bertugas mengatur pembagian kerja masing-masing security.
10. Staff Maintenance
- Melakukan pemeliharaan dan perbaikan terhadap sarana-sarana vital perusahaan yang menunjang kegiatan operasional toko misal mesin genset, listrik, AC, dll.