BAB III

OBJEK PENELITIAN

A. Profil Indomaret

1. Sejarah Berdirinya Perusahaan Mini Market Indomaret

Berawal dari pemikiran untuk mempermudah pemyediaan kebutuhan pokok sehari-hari karyawan, maka pada tahun 1988 didirikanlah sebuah gerai yang diberi nama indomaret. Sejalan pengembangan oprasional toko, perusahaan tertarik untuk lebih mendalami dan memahami kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja, guna mengakomodasi tujuan tersebut, beberapa orang karyawan ditugaskan untuk mengamati dan meneliti perilaku belanja masyarakat. Kesimpulan yang didapat adalah bahwa masyarakat cenderung memilih belanja di gerai modern berdasarkan alasan kelengkapan pilihan produk yang berkualitas, harga yang pasti dan bersaing, serta suasana yang nyaman.[1]

Pada mulanya Indomaret membentuk konsep penyelenggaraan gerai yang berlokasi di dekat hunian konsumen, menyediakan berbagai kebutuhan pokok maupun kebutuhan sehari-hari, melayani masyarakat umum yang bersifat majemuk, serta memiliki luas toko sekitar 200m persegi. Seiring dengan perjalanan waktu dan kebutuhan pasar, Indomaret terus menambah gerai diberbagai Kawasan

[1] "Sejarah dan Visi", dalam http://indomaret.co.id/korporat/sejarah-dan-visi.html, diakses pada 01 Juli 2022

perumahan, perkantoran, niaga, wisata dan apartemen. Dalah hal ini terjadilah proses pembelajaran untuk pengoprasian suatu jaringan retail yang berskala besar, lengkap dengan berbagai pengalaman yang kompleks dan bervariasi.

Setelah menguasai pengetahuan dan keterampilan mengoprasikan jaringan retail dalam berskala besar, manajemen berkomitmen untuk menjadikan Indomaret sebagai sebuah riset nasional. Hal ini tidak terlepas dari kenyataan bahwa seluruh pemikiran dan pengoprasian perusahaan ditangani sepenuhnya oleh putra putri Indonesia. Sebagai asset nasional, Indonesia ingin berbagi kepada masyarakat Indonesia melalui bisnis waralaba dan juga mampu bersaing dalam persaingan global. Oleh karena itu, visi perusahaan berkembang "menjadi asset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global".

PT. Indomarco Prismatama adalah perusahaan swasta nasional pengelola jaringan mini market Indomaret dengan akta notaris No. 207, tertanggal 21 November 1988 oleh Bapak Benny Kristianto dan SIUP

No.789/0902/PB/XII/88 tanggal 20 Desember 1988. Sesuai dengan Akte Pendirian Perusahaan No. 207 tertanggal 21 Nopember 1988 tersebut di atas, maksud dan tujuan perusahaan adalah :

1. Bergerak dalam bidang usaha perdagangan barang/retail (mini market), jenis barang dagangannya yaitu : hasil bumi (pertanian, peternakan), obat- obatan, kelontong, kosmetik, alat-alat kesehatan dan lain-lain.

2. Mengadakan kerja sama (joint venture) dengan masyarakat dan badan usaha yang ingin membuka usah dalam bidang perdagangan (business retail) dengan sistem waralaba.

Indomaret merupakan salah satu jaringan mini market di Indonesia yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas penjualan kurang dari 200 M2. Awal terbentuknya perusahaan ini dimulai dari sebuah toko Indomaret yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari yang pertama kali dibuka pada tahun 1987 di Pontianak, Kalimantan Barat. Usaha ini mulai berkembang ketika PT. Indomarco Prismatama pertama kali membuka gerai Indomaret di Jakarta yang berlokasi di Ancol, Jakarta Utara pada November 1988 yang kemudian disusul dengan pembukaan gerai-gerai Indomaret di tempat-tempat lainnya.[2] Seiring dengan perjalanan waktu dan kebutuhan pasar, Indomaret terus menambah gerai di berbagai kawasan perumahan, perkantoran, niaga, wisata dan apartemen. Dalam hal ini terjadilah proses pembelajaran untuk pengoperasian suatu jaringan retail yang berskala besar, lengkap dengan berbagai pengalaman yang kompleks dan bervariasi.

Konsep bisnis waralaba Indomaret adalah yang pertama dan merupakan pelopor di bidang minimarket di Indonesia. Sambutan masyarakat ternyata sangat positif, terbukti dengan peningkatan jumlah Terwaralaba Indomaret dari waktu ke waktu. PT. Indomarco Prismatama mulai memperkenalkan sistem kemitraan

[2] Dokumentasi PT. Indomarco Prismatama tahun 2014.

kepemilikan dan pengelolaan gerai dengan cara waralaba dan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia. Pada Mei 2003, sistem waralaba Indomaret telah terbukti keberhasilannya dengan diperolehnya penghargaan dari Presiden Republik Indonesia saat itu yaitu Presiden Megawati Soekarno Putri sebagai Perusahaan Waralaba Nasional 2003.

Pada bulan Desember 2010 jumlah mini market Indomaret mencapai 4.955 gerai. Dari total itu 3.058 gerai adalah milik sendiri dan sisanya 1.897 gerai waralaba milik masyarakat, yang tersebar di kota-kota di Jabotabek, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Jogjakarta, Bali dan Lampung. Di DKI Jakarta terdapat sekitar 488 gerai. Indomaret mudah ditemukan di daerah perumahan, gedung perkantoran dan fasilitas umum karena penempatan lokasi gerai didasarkan pada motto "mudah dan hemat". Lebih dari 3.500 jenis produk makanan dan non-makanan tersedia dengan harga bersaing, memenuhi hampir semua kebutuhan konsumen sehari-hari. Didukung oleh 13 pusat distribusi, yang menggunakan teknologi mutakhir, Indomaret merupakan salah satu aset bisnis yang sangat menjanjikan.

UBP KARAWANG

2. Visi dan Misi Minimarket Indomaret

Visi adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang. Visi merupakan hal yang sangat krusial bagi perusahaan untuk menjamin kelestarian dan kesuksesan jangka panjang. Sedangkan misi

adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh lembaga dalam usahanya mewujudkan Visi. Jadi misi merupakan sesuatu yang nyata untuk dituju serta dapat pula memberikan petunjuk garis besar cara pencapaian visi.

Adapun yang menjadi visi dari mini market Indomaret yaitu: menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global. Sedangkan misi mini market Indomaret yaitu: meningkatkan pelayanan terbaik sehingga kepuasan pelanggan menjadi sasaran utama yang harus dapat dipenuhi.

Visi dan misi perusahaan juga didukung oleh motto dari Indomaret yaitu: "Mudah dan Hemat". Selanjutnya yang menjadi budaya perusahaan yakni dalam bekerja kami menjunjung tinggi nilai-nilai:

1. Kejujuran, kebenaran, dan keadilan
2. Kerja sama tim
3. Kemajuan melalui inovasi yang ekonomis
4. Kepuasan pelanggan

3. Profil Indomaret Curug

Indomaret curug adalah suatu brand minimarket penyedia kebutuhan penyedia kebutuhan hidup sehari-hari yang dimiliki oleh PT. Indomarco Prismatama, pada tahun 2021 merupakan awal mula berdirinya Indomaret Curug yang berlokasi di Jl. Raya Curug, Kec. Klari, Kabupaten Karawang, Jawa Barat.

Indomaret Curug memiliki posisi yang strategis yaitu berdekatan dengan beberapa PT. di antaranya ada PT.Waskyta sehingga memiliki perkiraan jumlah belanja konsumen sekitar 250 sampai 300 orang/hari, dengan pendapatan rata-rata perhari sebesar Rp. 12.500.000,-.[3]

4. Tugas dan Struktur Karyawan Toko Indomaret Curug

Dalam suatu perusahaan yang sedang berkembang, semua kegiatan yang dilakukan semakin luas dan komplek, maka untuk mendukung kelancaran kegiatan dan mengatasi masalah yang dihadapi diperlukan kesatuan koordinasi dalam tindakan serta pengawasan yang lebih terjamin dalam bentuk organisasi yang terstruktur, setiap badan organisasi mempunyai tujuan yang telah ditetapkan. Langkah utama dalam mencapai tujuan tersebut adalah dengan merencanakan dan merumuskan struktur organisasi yang sesuai dengan kondisi kebutuhan organisasi serta mencerminkan unsur kejelasan atau fleksibelitas. Hal ini merupakan alat atau kerangka yang membantu organisasi dalam mencapai tujuan.

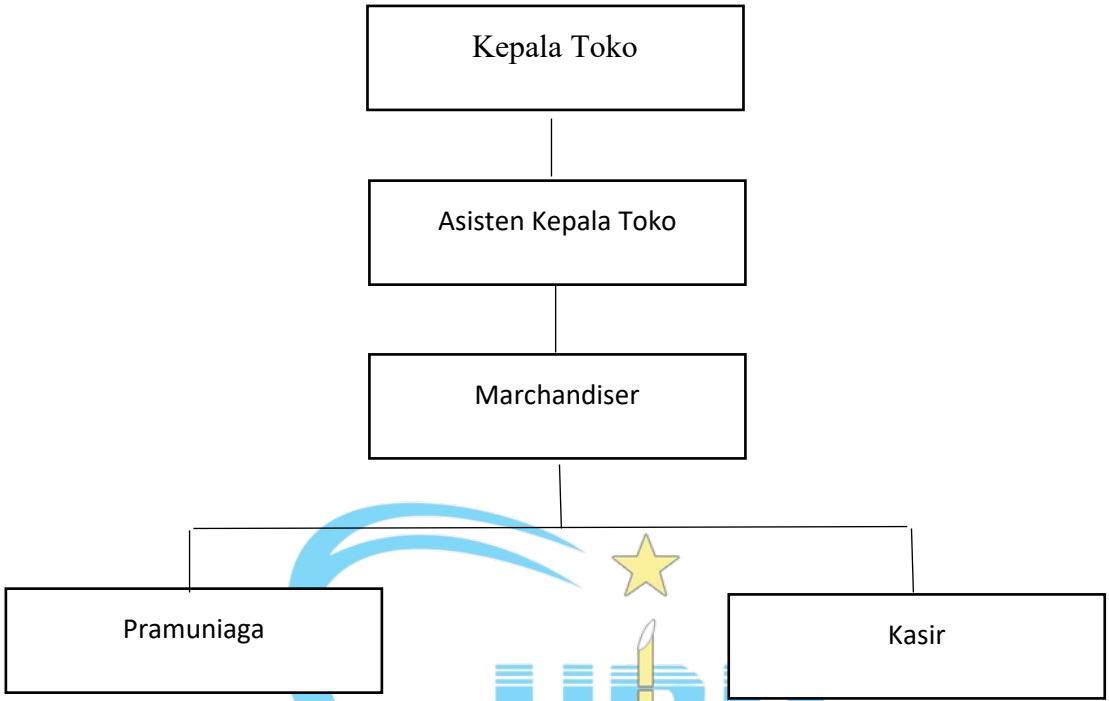
Struktur organisasi adalah suatu susunan atau hubungan antara komponen bagian-bagian dan posisi dalam suatu organisasi, komponenkomponen yang ada di dalam organisasi mempunyai ketergantungan, sehingga jika terdapat satu komponen baik maka akan berpengaruh kepada komponen yang lainnya dan

[3] Berdasarkan hasil wawancara di Indomaret Curug , bapak zaky anwar, pada hari kamis tanggal 7 Juli 2022 pukul 10.25 WIB

tentunya akan berpengaruh juga terhadap tumbuh dan berkembang nya organisasi tersebut.

Struktur organisasi merupakan susunan dan hubungan antara setiap bagian departemen. Bentuk struktur organisasi Indomaret adalah organisasi yang merupakan hubungan dan wewenang dan tanggung jawab langsung secara vertikal yang di kaitkan dengan jabatan dan tugas setiap atasan. Organisasi Indomaret dimana mempunyai karakteristik dimana di dalamnya terdapat pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang di legalisasikan kepada anggota anggotanya, serta mempersiapkan kegiatan kegiatan tersebut untuk dapat menjalankan rencana yang telah di tetapkan agar tujuan dapat tercapai. Adapun struktur organisasi Toko Indomaret Curug :

UBP KARAWANG



Ada pun tugas tugas dari struktur diatas:

a. Kepala toko :

1) Mengkoordinir dan menjalankan semua kegiatan operasional

2) Mengkoordinir semua aktifitas toko di dalam memberikan pelayanan kepada semua pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan

3) Mengkoordinir dan mengelola bawahan sesuai dengan budaya perusahaan 4) Berkoordinir dan berhubungan dengan area coordinator atau departemen lain dalam menanggulangi masalah di dalam took

5) Melakukan evaluasi berkaitan dengan pelaksanaan tugas-tugas operasional sehari-hari.

b. Asisten kepala toko :

1) Mengkoordinir dan menjalan semua kegiatan opersional.

2) Mengkoordinir semua aktifitas di dalam memberikan kepuasan pelangggan.

3) Mengkoordinir dan mengelola bawahan dengan budaya perusahaan.

4) Melakukan evaluasi berkaitan dengan pelaksanaan tugas-tugas operasional sehari hari.

5) Melapor dan meminta persetujuan kepada kepala toko mengenai keputusan yang berhubungan dengan toko.

c. Merchandiser

1) Mengkoordinir permintaan barang dagangan dari distribution center

2) Mengkoordinir pengeluaran atau retur barang dari toko ke distribution center

3) Mengkoordinir pendisplayan barang dagangan di rak rak nya maupun di gudang

4) Memastikan sarana promosi terpasang sesuai petunjuk

5) Menjaga dan merawat sarana promosi

6) Menggantikan kepla toko dan asisten kepala toko apabila sedang off.

d. Pramuniaga

1) Membersihkan lingkungan sekitar toko baik di dalam maupun di luar

2) Memberikan pelayanan kepada pelanggan

3) Mendiplay barang dagangan baik di gudang maupun di rak

4) Menerima barang yang datang

5) Mempersiapkan keperluan sarana keperluan toko

6) Menerima penitipan barang

7) Melakukan transaksi penjualan langsung

8) Melakukan penawaaran barang promosi ataupun tidak ke pelanggan

9) Mempersiapkan retur barang ke distribution center

10) Menyebarkan leafleat promosi ke warga sekitar took

11) Melakukan pengawan dan pencagahan barang hilang atau rusak

12) Stock opname

13) Mencetak harga barang

e. Kasir

1) Melakukan transaksi langsung

2) Melaksanakan kebersihan

3) Menerima penitipan barang

4) Persiapan retur barang

5) Stok opname

6) Menyebar leaflat

7) Mempersiapkan saran toko

8) Melakukan pendisplay barang

9) Melakukan pengawasan dan pencegahan barang hilang.

B. Konsumen

Konsumen merupakan faktor penting di dalam perusahaan, karena dengan adanya konsumen maka perusahaan dapat menjual, memasarkan dan menawarkan produknya. Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyebutkan bahwa pengertian konsumen (pasal 1 angka 2) adalah "setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan".[4] Selain itu dijelaskan pula dalam Undang-Undang ini, bahwa pengertian konsumen sesungguhnya dapat terbagi dalam tiga bagian, yaitu:

a. Konsumen dalam arti umum, yaitu pemakai, pengguna atau pemanfaat barang atau jasa untuk tujuan tertentu.
b. Konsumen antara, yaitu pemakai, pengguna atau pemanfaat barang dan jasa untuk diproduksi (produsen) menjadi barang atau jasa lain atau untuk memperdagangkannya (distributor) dengan tujuan komersial, konsumen antara ini sama dengan pelaku usaha.

[4] Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

c. Konsumen akhir, yaitu pemakai, pengguna atau pemanfaat barang dan jasa konsumen untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga, atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan Kembali.

Berdasarkan pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa konsumen merupakan setiap pemakain barang atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dan tidak untuk diperdagangkan Kembali.

C. Pelaku Usaha

Menurut pengetian pasal 1 angka 3 PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan perlindungan konsumen, pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun Bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Dalam penjelasan pasal 1 angka 3 PP Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen Tersebut, pelaku usaha yang dimaksud adalah perusahaan, korporasi, koperasi, BUMN, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain. Bentuk atau wujud pelaku usaha.[5] Menurut pasal 1 angka 3 PP No.58 Tahun 2001:

[5] http://www.jurnalhukum.com/pengertian-pelaku-usaha/, diakses 20 juni 2022, pukul 21:31 WIB.

a. Orang perorangan, yaitu setiap individu yang melakukan kegiatan usahanya seorang diri.

b. Badan usaha, yaitu kumpulan individu yang secara bersama-sama melakukan kegiatan usaha. Badan usaha dapat dikelompokan kedalam dua kategori, antara lain:

    a) Badan hukum, adalah badan usaha yang sudah mendaftarkan dirinya di notaris untuk mendapatkan akta pendirian yang sudah disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM seperti perseroan terbatas (PT).