

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Laporan Perusahaan

Era milenium baru ini ditandai dengan berbagai *fenomena* yang muncul baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Jatuhnya nilai mata uang rupiah terhadap Dollar Amerika (US\$) masih menjadi topik yang selalu hangat dibicarakan di akhir Milenium 11 dan awal Milenium 111 ini. Situasi diatas masih di tambah dengan kondisi politik di Indonesia yang tidak segera membaik sehingga terus menghambat laju pertumbuhan ekonomi. Gejolak politik dunia juga semakin tidak menentu akibat teror yang menimpa Amerika Serikat yang ditandai dengan runtuhnya menara kembar WTC (*World Trade Center*) di New York 11 September 2001¹.

Dalam situasi krisis ini, banyak perusahaan berkapital besar yang tidak bertahan hidup. Di lain pihak ternyata tumbuh pula usaha-usaha dengan nilai kapitalisasi menengah dan kecil. Berbagai jenis dan bidang usaha juga mulai bermunculan, yang sebagian besar karena ingin bertahan hidup di situasi sulit ini. Beberapa perusahaan berkapitalisasi besar yang bertahan hidup mencoba konsisten dengan bidang usaha yang ditekuninya sejak lama. Salah satu bidang usaha tersebut adalah bidang *retail* atau perdagangan eceran.

Salah satu perusahaan *retail* dengan nilai kapitalisasi besar di Indonesia adalah PT. Matahari Putra Prima Tbk. Perusahaan ini memiliki jumlah toko *retail* cukup banyak (78 toko hingga November 2002)² dan tersebar di beberapa kota besar di Indonesia. Perusahaan ini menawarkan berbagai produk dari mulai kebutuhan rumah tangga (dalam

¹ *Kompas*, 12 September 2001

format toko Supermarket) hingga kebutuhan pakaian atau *fashion ware* (dalam format toko *Department Store*).

Studi ini akan membahas PT. Matahari Putra Prima dalam format Matahari *Department Store* atau format yang menjual kebutuhan pakaian. Dalam menjalankan bisnisnya, perusahaan ini juga menerapkan prinsip - prinsip *Marketing Mix (Product, Price, Place, Promotion)*³ Dari sisi *product*, perusahaan ini berusaha menyediakan produk yang disesuaikan dengan permintaan konsumen. Dari segi *Price* , perusahaan ini juga melakukan berbagai perbaikan dalam *Pricing Strategy* yang bersaing. Dari sisi *Place*, perusahaan ini melakukan ekspansi dengan membuka toko-toko baru di daerah strategis, serta perbaikan kondisi toko yang sudah usang. Perusahaan ini juga mengelompokkan tokonya dalam beberapa wilayah regional untuk mempermudah koordinasinya. Dari segi *Promotion*, Matahari *Department Store* menerapkan berbagai jenis dan bentuk promosi (*discount*, turun harga, hadiah)guna menaikkan nilai penjualan.

Dalam bisnis *retail*, usaha untuk menaikkan penjualan atau omset adalah mutlak adanya, karena *profit* atau laba dinilai dari persentase hasil penjualan terhadap keuntungan. Dalam situasi ekonomi yang kurang baik ini, persentase profit cenderung mengecil, karena *cost* (biaya) yang dikeluarkan untuk pengadaan produk semakin naik, sementara harga jual yang tinggi kurang disukai konsumen. Usaha paling realistis untuk menaikkan nilai penjualan ini adalah dengan terus menerus menyediakan produk yang sesuai dengan permintaan konsumen serta melakukan langkah - langkah promosi yang gencar.

² Matahari, *Daily Sales Report*, 27 November 2002

³ Philip Kotler, *Marketing Management, an Asian Perspective*, Second Edition, 1999

Salah satu usaha Matahari *Department Store* dalam menyediakan produk yang sesuai dengan permintaan konsumen adalah dengan menyediakan produk yang terjangkau harganya namun kualitas dan model nya tidak ketinggalan jaman. Produk yang disediakan ini salah satunya ada dalam format *NATIONAL BRAND*. Apa itu *National Brand* ? Mengapa harus *National Brand* ? dan bagaimana mengembangkan *National Brand* ini di Matahari *Department Store* ? Apa saja kendala dan bagaimana mengatasi kendala-kendala tersebut ? pertanyaan diatas akan dijabarkan jawabannya dalam studi ini.

1.2 Batasan-Batasan Laporan Perusahaan

Berdasarkan Latar Belakang dan agar laporan perusahaan lebih fokus, penulis membatasi laporan ini pada :

1.2.1 Sejarah Singkat Matahari.

Bagian ini akan membahas Sejarah Singkat Matahari dan perkembangannya mulai pertama kali dikembangkan berupa toko kecil "*Mickey Mouse* " di daerah Pasar Baru hingga berkembang seperti saat ini dengan 78 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, perubahan Matahari menjadi perusahaan umum, Visi, Misi, Filosofi dan Tujuan Matahari.

1.2.2 Alasan Matahari *Department Store* Mengembangkan *National Brand*

Pada bagian ini akan menjawab pertanyaan mengapa harus *National Brand* yang dikembangkan oleh Matahari *Department store*. *National Brand* yang dimaksud adalah *Manufacturer Brand* yang dijual di *Department Store* menggunakan sistem pembelian beli putus (*Direct Purchase*). Karena sebagian besar *Manufacturer Brand* lebih dikenal menggunakan sistem *Consignment* (Konsinyasi).

1.2.3 Langkah - langkah Matahari *Department Store* Mengembangkan *National Brand*.

Bagian ini akan membahas bagaimana Matahari *Department Store* mengembangkan *National Brand*, dari mulai *Brand Concept* hingga implementasi dan promosi.

1.2.4 Kendala - kendala Matahari *Department Store* dalam Mengembangkan *National Brand*.

Bagian ini berisikan kendala-kendala yang berasal dari dalam perusahaan dan dari luar perusahaan. Kendala-kendala ini penting untuk dijabarkan agar dapat diketahui cara yang tepat untuk mengantisipasinya.

1.2.5 Langkah - langkah untuk Mengatasi Kendala

Bagian ini berisikan tindakan-tindakan Matahari *Department Store* dalam mengatasi kendala yang datang dari dalam perusahaan dan dari luar perusahaan..

1.3 Tujuan Laporan Perusahaan

Adapun tujuan dari Laporan Perusahaan ini adalah :

1.3.1 Untuk mengetahui alasan-alasan Matahari *Department Store* dalam mengembangkan *National Brand*.

1.3.2 Untuk mengetahui langkah-langkah yang dijalankan Matahari *Department Store* dalam mengembangkan *National Brand*.

1.3.3 Untuk mengetahui tindakan-tindakan yang dilakukan Matahari *Department Store* dalam mengatasi kendala-kendala pada saat mengembangkan *National Brand*.

1.4 Kegunaan Laporan Perusahaan

Dengan melaporkan pelaksanaan pengembangan *National Brand* di Matahari *Department Store*, Penulis mengharapkan Laporan Perusahaan ini berguna untuk:

- 1.4.1 Sebagai informasi yang komprehensif kepada Manajemen Matahari *Department Store* tentang pengembangan *National Brand* sebagai suatu alat untuk bekerja lebih efektif dan efisien dalam rangka memuaskan kebutuhan pelanggan..
- 1.4.2 Sebagai informasi yang komprehensif bagi Manajemen Matahari *Department Store* bahwa pengembangan *National Brand* adalah memiliki dampak menguntungkan dan juga menimbulkan masalah jika tidak dilakukan secara baik dan benar.
- 1.4.3 Sebagai informasi yang komprehensif bagi perusahaan lain yang memiliki kesamaan masalah dan ruang lingkup kerja dengan Matahari *Department Store* tentang pengembangan *National Brand*.
- 1.4.4 Sumbangan bagi laporan atau riset di masa yang akan datang.

1.6 Struktur Laporan Perusahaan

Secara umum, Laporan Perusahaan ini dibagi menjadi empat bab dan masing-masing bab terdiri dari sbb.:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini terdiri dari Latar Belakang Penulisan Laporan Perusahaan, Batasan-Batasan Laporan Perusahaan, Tujuan Penulisan, Kegunaan Laporan dan Struktur Laporan Perusahaan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari arti dari *NATIONAL BRAND*, Langkah-Langkah pengembangan *National Brand*, *Framework National Brand*, Struktur dan Disain Organisasi.

BAB III : PROFIL PERUSAHAAN

Bab ini terdiri dari Sejarah Singkat, Visi, Misi, Filosofi dan Tujuan Matahari.

BAB IV : LATAR BELAKANG PENGEMBANGAN NATIONAL BRAND

Bab ini terdiri dari Alasan-Alasan Matahari mengembangkan *National Brand*

BAB V : STRATEGI PENGEMBANGAN NATIONAL BRAND

Bab ini terdiri dari Langkah-Langkah, Kendala-Kendala dan Tindakan-Tindakan untuk Mengatasi Kendala dalam mengembangkan *National Brand* di Matahari *Department Store*.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri atas Kesimpulan dari pembahasan pengembangan *National Brand* dan Saran untuk manajemen Matahari *Department Store* serta perusahaan yang tertarik untuk mengembangkan *National Brand*.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN