BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ritel merupakan mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam suatu proses distribusi. Melalui ritel, suatu produk dapat bertemu langsung dengan penggunanya. Industri ritel di sini didefinisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir.

PERKEMBANGAN INDUSTRI RITEL INDONESIA Menurut Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO), bisnis ritel atau usaha eceran di Indonesia mulai berkembang pada kisaran tahun 1980 an seiring dengan mulai dikembangkannya perekonomian Indonesia. Hal ini timbul sebagai akibat dari pertumbuhan yang terjadi pada masyarakat kelas menengah, yang menyebabkan timbulnya permintaan terhadap supermarket dan departement store (convenience store) di wilayah perkotaan. Trend inilah yang kemudian diperkirakan akan berlanjut di masa-masa yang akan datang.

Hal lain yang mendorong perkembangan bisnis ritel di Indonesia adalah adanya perubahan gaya hidup masyarakat kelas menengah ke atas, terutama di kawasan perkotaan yang cenderung lebih memilih berbelanja di pusat perbelanjaan

modern. Perubahan pola belanja yang terjadi pada masyarakat perkotaan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan berbelanja saja namun juga sekedar jalan-jalan dan mencari hiburan.

Berkembangnya usaha di industri ritel ini juga diikuti dengan persaingan yang semakin ketat antara sejumlah peritel baik lokal maupun peritel asing yang marak bermunculan di Indonesia. Industri ritel di Indonesia saat ini semakin berkembang dengan semakin banyaknya pembangunan gerai-gerai baru di berbagai tempat. Kegairahan para pengusaha ritel untuk berlomba-lomba menanamkan investasi dalam pembangunan gerai-gerai baru tidaklah sulit untuk dipahami.

Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia dilaporkan sebesar 3.7 % pada 2019-08. Rekor ini naik dibanding sebelumnya yaitu 2.4 % untuk 2019-07. Data Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia diperbarui bulanan,, dengan rata-rata 9.8 % dari 2011-01 sampai 2019-08, dengan 104 observasi. Data ini mencapai angka tertinggi sebesar 28.2 % pada 2013-12 dan rekor terendah sebesar -5.9 % pada [Retail Sales Growth.MIN_DATE. Data Pertumbuhan Penjualan Ritel Indonesia tetap berstatus aktif di CEIC dan dilaporkan oleh CEIC Data. Data dikategorikan dalam Global Economic Monitor World Trend Plus – Table: Retail Sales: Y-o-Y Growth: Monthly: Asia.

Beberapa perusahaan Ritel di Indonesia diantaranya adalah Foodmart, Farmers 99 market, Hypermart, Matahari Department Store, Metro Department Store, Global Teleshop, Super indo, Yogya Group, Memiliki keunggulan masing-masing "Kelebihan deptartment store ialah menawarkan lebih banyak merek ketimbang

yang ditawarkan butik," kata Anskarina Christin M, Asisten Manajer Umum Pemasaran PT Metropolitan Retailmart, pemilik Metro Department Store.

Menghadapi persaingan yang ketat di bisnis ini, Metro Department Store pun melakukan berbagai program promosi. Salah satu kegiatan promosi misal dengan menggandeng Bank Mega, perusahaan yang masih terafiliasi dengan Metropolitan lewat Grup Para.Selain itu, Metro Department Store juga menerapkan sistem keanggotaan eksklusif. Setiap anggota berkesempatan mendapatkan penawaran khusus. Menanggapi penutupan Harvey Nichols, Metro Departmen Store pun tak menutup kemungkinan merambah ke segmen premium yang tinggalkan MAP tersebut, Keunggulan Matahari Departmen Store harga produk relatif terjangkau membuat penjualan produk di matahari departement store terus berkelanjutan.Pangsa pasar Indonesia yang besar maka mungkin mendapatkan marketshare yang besar.Hubungan dengan pemasok telah terjalin.

PT. Matahari Departemen Store dimulai sejak tahun 1958 dimana bapak Hari Dermawan mendirikan suatu perusahaan dagang yang mempromosikan toko seluas 159 meter persegi di pasar Baru Jakarta Pusat yang menjual pakaian dari usaha konveksi garment di lantai dua bangunan toko tersebut. Toko serba ada Matahari yang pertama dibuka pada tahun 1972 dengan luas sekitar 1500 meter persegi yang juga terletak di bilangan Pasar Baru. Dari konsentrasi penjualan pakaian-pakaian Impor dan Eropa, PT. Matahari putra prima mengalihkan pada pakaian-pakaian buatan lokal sejak adanya pengenaan tarif impor di tahun 1975. Sejak pada saat itu juga segmen pasar diarahkan pada segmentasi berpenghasilan menengah.

Pada tahun 1984, 12 tahun setelah pembukaan toko yang pertama PT.Matahari Putra Prima tampil sebagai salah satu perusahaan jaringan “toko Serba ada” dengan jumlah keseluruhan 11 toko terbesar di 3 kota utama Jakarta, Bogor dan Bandung, hanya berselang waktu 8 tahun sesudah tahun 1984 telah berhasil dibuka tambahan 22 toko baru pertanggal 30 Juni 1992, PT. Matahari Putra Prima membuka 33 buah toko tersebar di 16 kota di seluruh Indonesia.

Sejarah PT. Matahari Department Store Cabang Lampung

Central Plaza Lampung adalah sebuah pusat perbelanjaan besar di Bandar Lampung, Indonesia. Mal ini didirikan pada tahun 2009. Mal ini terdiri dari 3 lantai dengan penyewa-penyewa perusahaan besar baik skala nasional maupun internasional, dan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan warga Bandar Lampung dan sekitarnya.Matahari Department Store Lampung dipindahkan ke Central Plaza Lampung. Di mall ini terdapat Food Court, MCD, dll. Di mall ini juga terdapat toko furniture yang terkemuka. Mall Central Plaza yang menggantikan Mall Arthomoro Lampung.

Awalnya PT. Matahari Deaprment Store Cabang Lampung Berdiri di Jl. Ikan Bawal No.29, Pesawahan, Kec. Telukbetung Selatan, Kota Bandar Lampung, Lampung 35221 lalu berpindah tempat di Jl. Raden Ajeng Kartini No.49, Palapa, Kec. Tj. Karang Pusat, Kota Bandar Lampung, Lampung 35116. Dan sekarang telah menetap tempat di Jl. Raden Ajeng Kartini No.21, Durian Payung, Kec. Tj. Karang Pusat, Kota Bandar Lampung, Lampung 35214.

1.2 Ruang Lingkup Program Kerja Praktik

Ruang lingkup dari Laporoan Kerja Praktik yaitu “Efektifitas Promosi Harga Terhadap Pembelian di PT. Matahari Department Store Cabang Lampung”

1.3 Manfaat dan Tujuan Program Kerja Praktik

A. Adanya Manfaat Kerja Praktik

1. Mahasiswa
   a. Mendapat pengalaman untuk bekal pada saat bekerja nantinya.
   b. Dapat mengetahui lebih jauh realita ilmu yang diterima di perkuliahan dengan kenyataan dilapangan.
   c. Menambah meningkatkan keterampilan dan sikap kerja para mahasiswa.
2. Institusi
   a. Membina hubungan kerjasama yang baik antara pihak kampus dengan institusi.
   b. Sebagai bahan evaluasi kurikulum yang telah diterapkan.
   c. Sebagai referensi dan bahan perbandingan bagi proposal selanjutnya.
3. Perusahaan
   a. Untuk memberikan informasi kepada supplier tentang promosi yang diminati konusmen
   b. Sebagai sarana kerjasama antara perusahaan dengan institusi IBI Darmajaya dimasa yang akan datang.

c. Dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi kepada PT. Matahari Department Store dalam menentukan strategi, peningkatan penjualan serta kepuasan pelanggan.

B. Adanya Tujuan Kerja Praktik antara lain :

Untuk mengetahui Efektifitas Promosi Harga Terhadap Pembelian Produk Fashion di PT. Matahari Departmen Store Cabang Lampung.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

1.4.1 Waktu

Kerja Praktik ini berlangsung selama satu bulan, dimulai dari tanggal 20 Agustus sampai dengan 19 September 2019.

1.4.2 Tempat

Kerja Praktik/ telah dilaksanakan yaitu pada **PT. Matahari Department Store Cabang Lampung** yang beralamat di Jl. Raden Ajeng Kartini No.21, Durian Payung, Kec. Tj. Karang Pusat, Kota Bandar Lampung, Lampung 35214

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan laporan Kerja Praktik adalah sebagai berikut :

Untuk mempermudah memahami laporan Kerja Praktik menggunakan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menerangkan tentang latar belakang Kerja Praktik secara umum, ruang lingkup kerja program Kerja Praktik, manfaat dan tujuan kerja praktik, tempat dan waktu pelaksanaan program kerja, dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan tentang sejarah perusahaan yang menceritakan terbentuknya perusahaan hingga berkembang sampai saat ini, visi dan misi perusahaan, bidang usaha/kegiatan utama dari **PT. Matahari Deparment Store Cabang Lampung**, lokasi perusahaan dan struktur organisasi.

BAB III PERMASALAHAN PERUSAHAAN

Pada bab ini menganalisa permasalahan apa yang terjadi dalam perusahaan, setelah menganalisa tentunya penulis menemukan beberapa temuan masalah yang selanjutnya membuat perumusan dari masalah tersebut sehingga membentuk kerangka pemecahan masalah yang ada. Dalam bab ini juga dijelaskan tentang landasan teori sebagai acuan dari rancangan program yang akan dibuat oleh mahasiswa.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi hasil uraian hasil analisis yang diperoleh berkaitan dengan landasan teori yang relevan dan pembahasan hasil analisis mengenai efektifitas promosi harga terhadap pembelian di **PT. Matahari Department Store Cabang Lampung.**

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berusaha untuk menarik beberapa simpulan yang penting dari semua uraian dalam bab-bab sebelumnya dan memberikan saran-saran yang dianggap perlu untuk perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN