

BAB II

GAMBARAN UMUM CARREFOUR DP MALL SEMARANG

2.1 Sejarah singkat Carrefour Internasional

Carrefour ialah sebuah kelompok supermarket internasional, berkantor pusat di Perancis. Carrefour adalah kelompok ritel kedua terbesar setelah Wal-Mart. Gerai 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.

Kelompok Carrefour memperkenalkan konsep hipermarket untuk pertama kalinya, sebuah supermarket besar yang menggabungkan *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 negara, lebih dari 52 persen omset Carrefour berasal dari luar Perancis. Carrefour melihat potensi kuat untuk pertumbuhan

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.

2.2 Sejarah PT. Carrefour Indonesia

Carrefour hadir menjadi Sahabat berbelanja keluarga di Indonesia sejak 1998. Sejak tanggal 19 November 2012, Carrefour di Indonesia sudah dimiliki 100% sahamnya oleh CT Corp. Seiring dengan pergantian pemegang saham tersebut, nama perusahaan berubah menjadi PT. Trans Retail Indonesia dari sebelumnya PT. Carrefour Indonesia, sehingga *Brand* Carrefour menjadi berubah menjadi Transmart Carrefour. Hingga saat ini, terdapat 13 gerai Transmart dengan konsep *onestopShopping* yang telah memiliki area khusus untuk *mom&baby*, *Electronicpro*, *fashion*, *homeliving*, *fresh*, *breadshop* dan juga *areagroceries*. Dari gerai tersebut terdapat 4 gerai Transmart dengan konsep yang lebih *Premium* dan

lifestyle dimana konsep tersebut digabung dengan area *entertain* yaitu arena bermain keluarga *kidcity*-“Mini Trans Studio”.

Hingga saat ini, sebanyak 100 gerai Carrefour tersebar di seluruh Indonesia. Transmart 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 Transmart Carrefour, para pemasok ini dapat memberikan akses kepada pelanggan ke puluhan ribu jenis produk yang 90% nya merupakan produk lokal.

Akses informasi, promo dan berbagai program Carrefour di www.carrefour.co.id, *FanPage* Carrefour Indonesia, Twitter @Carrefour_ID, Instagram @carrefour_id, Youtube Carrefour Indonesia dan Google Plus Carrefour Indonesia.

2.3 Sejarah Carrefour DP Mall Semarang

DP Mall Semarang merupakan sebuah pusat perbelanjaan di Semarang yang berlokasi di Jalan Pemuda No. 150. Dengan memelopori adanya travelator yang memudahkan pengunjung dalam berbelanja dengan trolley dan juga merupakan kemudahan akses bagi disabile, membuat mall ini dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja dari terbawah hingga area Food Courtnya yang digemari oleh masyarakat Semarang pada umumnya ini.

Mall yang beroperasi sejak 31 Agustus 2007 ini dikelola oleh PT Wijaya Pratama Raya, yang tergabung dalam Sinarmas Group dengan pengalaman 25 tahun lebihdalam mendirikan dan mengelola berbagai proyek property di Indonesia, seperti ITC Mangga Dua, ITC Roxy Mas, ITC Cempaka Mas Mega

Grosir, ITC Kuningan, ITC Fatmawati, ITC BSD, ITC Permata Hijau, ITC Depok dan ITC Surabaya Mega Grosir. Selain pusat perbelanjaan, Sinarmas Group juga mendirikan perhotelan, gedung perkantoran, perumahan, dan lain-lain.

Gerai Carrefour ke 67 juga didirikan di DP Mall Semarang dan juga mulai beroperasi pada waktu yang sama dengan dibukanya DP Mall, dengan dengan luas *SalesArea* sebesar 8.700 m². DP Mall diapit oleh Kantor Walikota Semarang dan Lawang Sewu, DP Mall berisikan tenant nasional seperti halnya KFC, A&W, Pizza Hut, Excelso, Solaria, Share Tea, Istana Mie, Century, Guardian, Shoeline, Game Fantasia, Oke Shop, Stroberi, Naughty, Terry Palmer, Rinnai, Pondok Pujian dan ratusan lainnya, telah ambil bagian dalam mall ini.

2.4 Profil Perusahaan

2.4.1 Visi PT. Carrefour Indonesia

Visi hypermarket Carrefour Indonesia adalah **menjadi ritel nomor 1 (satu) di Indonesia**. Visi ini menunjukkan bahwa Carrefour berusaha untuk menjadi Top Leader dalam bisnis ritel di Indonesia baik peritel local maupun peritel dari luar sehingga persaingan semakin kompetitif dalam merebut, menarik, dan mempertahankan konsumen.

2.4.2 Misi PT. Carrefour Indonesia

Misi dari Carrefour berlandaskan aspek kebebasan, tanggung jawab, berbagi, menghargai, integritas, solidaritas, dan progres, dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Menciptakan toserba dengan konsep tempat belanja keluarga.
- Memberikan pilihan dan kualitas ke semua orang.

- Menciptakan harga yang diinginkan konsumen dan penyediaan lokasi yang dekat dengan rumah.
- Membangun kerja sama yang baik dengan para pemasok yang berkualitas.
- Memberikan dukungan yang terbaik bagi karyawan untuk berkembang dan mencapai potensi maksimal guna memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan.

2.4.3 Logo PT. Carrefour Indonesia

Setiap perusahaan pasti memiliki logo pada setiap produknya, logo tersebut merupakan hal terpenting bagi sebuah produk agar konsumen tidak salah untuk menentukan pilihan pada produk dengan logo seperti apa yang akan ia beli, semakin menarik logo yang dimiliki oleh sebuah produk maka konsumen akan lebih tertarik untuk memilih produk tersebut. Berikut merupakan logo dari Setiap perusahaan pasti memiliki logo pada setiap produknya, logo tersebut merupakan hal terpenting bagi sebuah produk agar konsumen tidak salah untuk menentukan pilihan pada produk dengan logo seperti apa yang akan ia beli, semakin menarik logo yang dimiliki oleh sebuah produk maka konsumen akan lebih tertarik untuk memilih produk tersebut. Berikut merupakan logo dari Carrefour:



Gambar 2. 1Logo PT. Carrefour Indonesia

Setelah diambil alih oleh PT. Trans Retail Indonesia, logo perusahaan diubah mulai tanggal 16 Juni 2014 menjadi sebagai berikut.



Gambar 2. 2Logo PT. Trans Retail Indonesia

2.4.4 Kepemilikan di Indonesia

Komposisi saham Carrefour Indonesia berubah sejak Januari 2013 dengan komposisi saham tunggal terbesar dikuasai perusahaan Indonesia yaitu, Trans Corp (100%).

Dengan komposisi kepemilikan terbaru ini pihak Trans Corp akan membuka lebih luas produk yang dijual di Carrefour dengan produksi Indonesia unggulan.

2.4.5 Slogan

Berikut ini adalah perubahan slogan Carrefour dari tahun ke tahun:

- 1998 – 2001 : Belanja Leluasa, Penuh Gembira
- 2001 - 2010 : Ke Carrefour Aja, Ahh!!!
- 2010 - kini : Untuk Hidup yang Lebih Baik
- 2016 - kini : Transformasi Ritel Modern(sebagai Transmart)

2.4.6 Tipe Gerai

Di Indonesia ada 5 tipe gerai Carrefour, yaitu:

- Transmart Carrefour, ada 6 gerai

- Groserindo, ada 1 gerai
- Carrefour Hypermarket, ada 83 gerai
- Carrefour Market, ada 7 gerai
- Carrefour Express, ada 3 gerai

2.4.7 Daftar Gerai

1. Gerai Carrefour dan Transmart

➤ JABODETABEK

- Blok M Square
- Buaran
- Transmart Carrefour Cempaka Putih
- Central Park Jakarta
- Emporium Pluit
- ITC Cempaka Mas Mega Grosir
- ITC Kuningan
- Kramat Jati Indah Plaza
- Lebak Bulus (Kantor Pusat)
- Mall of Indonesia
- Mangga Dua Square
- Mal Taman Palem
- Menteng Prada
- MT. Haryono
- Pasar Minggu
- Puri Indah
- Seasons City
- Sunter
- Tamini Square
- Transmart Carrefour Kalimalang (Pondok Kelapa)
- Pemata Hijau
- Meruya
- Kebayoran
- Kota Kasablanka
- Cipinang
- Pluit Village
- Duta Merlin
- Cibinong, Bogor
- Cibinong City Mall
- Dewi Sartika, Depok
- ITC Depok
- Transmart Carrefour Tangerang Center (Cikokol)
- TangCity Mall
- Supermal Karawaci

- Ciledug
- Bintaro
- Ciputat
- ITC BSD
- Pamulang
- **BANTEN**
- Serang
- **JAWA BARAT**
- Karawang
- Cirebon
- Cimahi
- **JAWA TENGAH**
- Armada Town Square, Magelang
- DP Mall Semarang
- Srandol, Semarang
- **YOGYAKARTA**
- Plaza Ambarrukmo
- Maguwoharjo
- **JAWA TIMUR**
- Jember
- Kalimas
- ITC Surabaya
- Rungkut
- BG Junction
- Revo Town Mall (Bekasi Square)
- Blue Mall Bekasi
- Cikarang
- Kota Harapan Indah
- Cipadung
- Paris Van Java Mall Bandung
- Kiara Condong
- Solo Baru, Solo
- Pabelan
- Mega Centre Pekalongan
- Solo Paragon Lifestyle Mall
- A.Yani
- Dukuh Kupang
- Lenmarc Mall
- Madiun
- Mojokerto

- Pasuruan
- Panjang Jiwo
- Malang Blimbing
- **BALI**
- Sunset Road Denpasar
- Imam Bonjol Denpasar
- **SUMATERA BARAT**
- SPR Plaza Padang (Segera Hadir)
- **SUMATERA SELATAN**
- Palembang Square
- OPI Mall Palembang
- **SUMATERA UTARA**
- Plaza Medan Fair
- Citra Garden Medan
- **KEPULAUAN RIAU**
- Kepri Mall Batam
- **SULAWESI SELATAN**
- Daya Grand Square
- Panakkukang Square
- Pengayoman Makassar
- Tamalanrea Makassar
- Trans Studio Mall
- Karebosi Link
- **SULAWESI TENGAH**
- Palu
- **KALIMANTAN BARAT**
- Mall Matahari Pontianak Kalimantan Barat
- Malang Mitra
- Kediri Mall
- Singaraja

➤ **KALIMANTAN TIMUR**

- Transmart Carrefour Daun Village Balikpapan

2. Gerai Groserindo

- Groserindo Ir. H. Juanda Bekasi

3. Gerai Carrefour Express

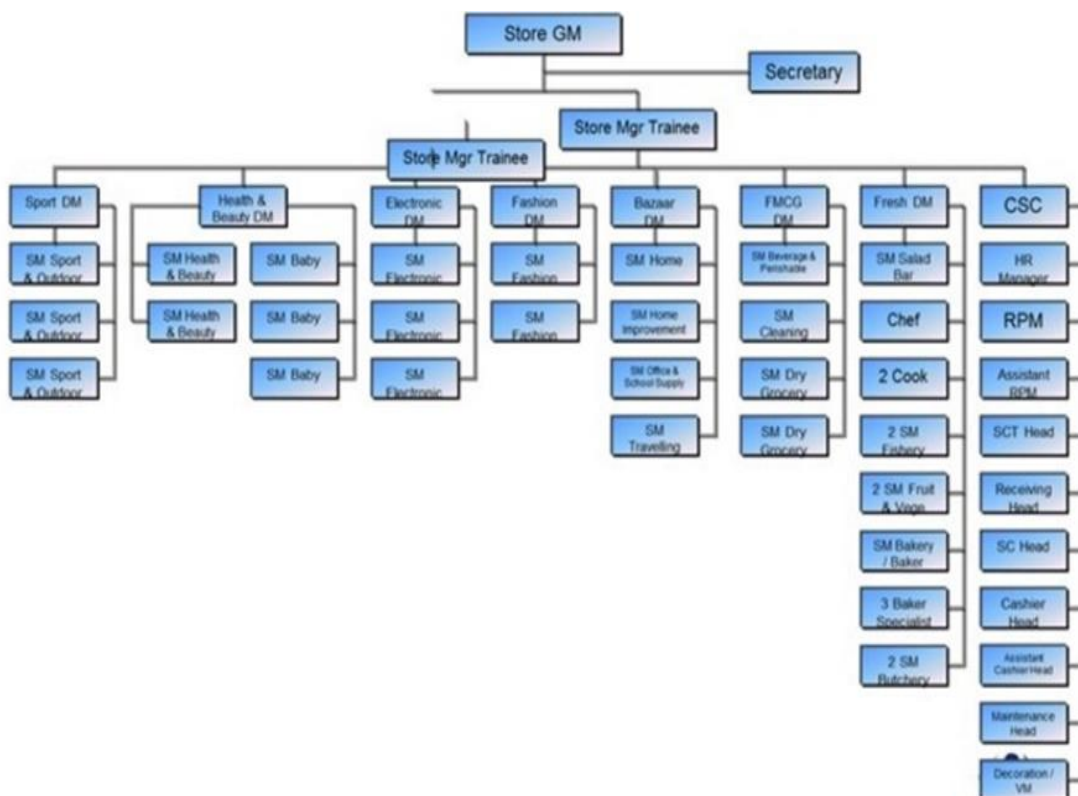
- Kebayoran, Jakarta
- Panjang Jiwo Surabaya
- Meruya Ilir, Jakarta

4. Gerai Carrefour Market

- Menteng Prada (dahulunya Carrefour Express Menteng Prada)
- Pamulang (dahulunya Carrefour Express Pamulang)
- Plaza Mitra Malang
- Malang Blimbing
- Plaza Singaraja
- Karebosi Link

2.4.8 Struktur Organisasi

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



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Gerai Carrefour

2.4.9 Tugas dan Tanggung Jawab

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*

Tugas dan tanggung jawab *store manager* secara umum 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*

Tugas dan tanggung jawab *division manager* secara umum :

- 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*

Tugas dan tanggung jawab *sales manager* adalah :

- 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*

Tugas dan tanggung jawab team leader adalah :

- a. Membuat jadwal shift kerja pramuniaga yang menjadi bawahannya
- b. Mengatur pembagian tugas kerja pramuniaga dan melakukan pemantauan terhadap 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. *Pramuniaga*

Tugas dan tanggung jawab pramuniaga adalah :

- 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)

Tugas dan tanggung jawab service head front end (kepala divisi kasir) adalah :

- 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

Tugas dan tanggung jawab pengawas kasir adalah :

- 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, cek discount 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.

2.5 Identitas Responden

Data mengenai identitas konsumen Carrefour DP Mall Semarang yang menjadi responden dalam penelitian ini, dimaksudkan untuk mengetahui data yang berkaitan erat dengan responden (objek) yang diteliti. Data tersebut kemudian dapat digunakan sebagai arahan dalam menganalisis data berikutnya. Data mengenai identitas responden yang penulis sajikan dalam penelitian ini meliputi data tentang jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan lama kerja responden.

2.5.1 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis kelamin pada 100 responden yang diteliti dapat ditunjukkan pada tabel 2.3 berikut:

Tabel 2. 1
Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	71	71
Laki – Laki	29	29
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.1 di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden berjenis kelamin perempuan sebesar 71% responden dan sisanya sebesar 29% adalah responden laki-laki.

2.5.2 Identitas Reponden Menurut Usia

Usia merupakan salah satu karakteristik yang menunjukkan identitas responden. Gambaran mengenai umur responden yang diteliti dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini.

Tabel 2. 2
Identitas Reponden Menurut Usia

Rentang Usia	Jumlah	Persentase (%)
< 20 tahun	1	1
20-30 tahun	30	30
31-40 tahun	22	22
41-50 tahun	27	27
> 50 Tahun	20	20
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.2 di atas dapat dilihat bahwa responden terbanyak adalah usia kisaran 20-30 tahun yaitu sebesar 30% responden. Responden yang

berusia dibawah 20 tahun terdapat 1% responden. Untuk responden kisaran usia 31-40 tahun terdapat sebesar 22% responden. Selanjutnya usia kisaran 41-50 tahun terdapat sebesar 27% responden. Terakhir, untuk responden usia lebih dari 50 tahun terdapat 20% responden.

2.5.3 Identitas Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan merupakan salah satu karakteristik yang menunjukkan identitas responden. Gambaran mengenai pekerjaan responden yang diteliti dapat dilihat pada tabel berikut di bawah ini:

Tabel 2. 3
Identitas Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase(%)
Pelajar/Mahasiswa	6	6
Ibu Rumah Tangga	18	18
Pegawai Negeri	10	10
Pegawai Swasta	31	31
Wiraswasta	30	30
Lainnya	5	5
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 2.3 tersebut di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden dilihat dari jenis pekerjaannya adalah pegawai swasta yakni sebesar 31% responden. Kemudian untuk responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta terdapat sebesar 30% responden dan responden sebagai pekerjaan ibu rumah tangga terdapat sebesar 18% responden. Selanjutnya untuk responden dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri ada sebesar 10%. Sedangkan untuk pelajar/mahasiswa ada sebesar 6% dan dengan pekerjaan lainnya terdapat sebesar 5% responden.

2.5.4 Identitas Responden Menurut Pengeluaran Perbulan

Pengeluaran perbulan merupakan salah satu karakteristik yang menunjukkan jumlah uang yang dikeluarkan oleh responden dalam kurun waktu satu (1) bulan. Gambaran mengenai pengeluaran per bulan responden yang diteliti dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

Tabel 2. 4
Identitas Responden Menurut Pengeluaran Perbulan

Pengeluaran perbulan	Jumlah	Persentase(%)
< Rp 1.500.000	4	4
>Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000	14	14
>Rp 3.000.000 – Rp 4.500.000	27	27
>Rp 4.500.000 – Rp 6.000.000	38	38
>Rp 6.000.000	17	17
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.4 diatas bahwa mayoritas responden adalah yang melakukan pengeluaran perbulan pada kisaran Rp 4.500.001 – Rp 6.000.000 yakni sebesar 38% responden. Selanjutnya adalah responden dengan pengeluaran perbulan pada kisaran Rp 3.000.001 – Rp 4.500.000 yaitu sebesar 27% responden. Kemudian responden dengan pengeluaran perbulan di atas Rp 6.000.001 ada sebanyak 17% responden. Sementara responden dengan pengeluaran perbulan pada kisaran Rp 1.500.001 – Rp 3.000.000 terdapat sebesar 14% reponden dan terakhir responden dengan pengeluaran per bulan dibawah Rp 1.500.000 terdapat 4% responden.

2.5.5 Identitas Reponden Menurut Frekuensi Berbelanja

Perilaku konsumen dapat dilihat dari frekuensi berbelanja mereka. Gambaran mengenai frekuensi berbelanja responden yang diteliti dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 2. 5
Identitas Responden Menurut Frekuensi berbelanja
(dalam 6 bulan terakhir)

Frekuensi berbelanja	Jumlah	Persentase(%)
2 kali	21	21
3 kali	33	33
4 kali	24	24
5 kali	12	12
> 5 kali	10	10
Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.5 diatas bahwa mayoritas responden adalah responden dengan frekuensi berbelanja di Carrefour DP Mall 3 kali dalam 6 bulan terakhir Carrefour yakni sebesar 33% responden. Selanjutnya adalah responden dengan dengan frekuensi berbelanja 4 kali dalam 6 bulan terakhir yaitu sebesar 24% responden. Kemudian responden dengan frekuensi berbelanja 2 kali ada sebanyak 21% responden. Sementara responden dengan frekuensi berbelanja 5 kali terdapat sebesar 12% reponden dan terakhir responden dengan frekuensi berbelanja lebih kali 10% responden.