

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bagian ini memberikan gambaran mengenai Giant secara umum, yang meliputi profil umum seperti sejarah, visi-misi, struktur organisasi, dan jumlah gerai yang dimiliki Giant. Selain itu juga membahas tentang jenis produk yang dijual di Giant, serta beberapa profil mengenai *supplier*, yakni yang memasok buah semangka.

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Salah satu perusahaan retail yang saat ini berkembang di Indonesia adalah PT Hero Supermarket Tbk. PT Hero Supermarket Tbk terbagi menjadi enam unit usaha yaitu Hero Supermarket, Star Mart, Guardian, Giant Hypermarket, Giant Supermarket, dan Mitra Toko Diskon. Jumlah gerai yang dimiliki oleh PT Hero Supermarket Tbk terus meningkat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Hero Supermarket melebarkan sayapnya dan bergabung dengan peritel Malaysia yang kemudian berubah nama menjadi Giant untuk segmen Hypermarket. Ritel Malaysia yang menjadi cikal bakal Giant ini pada awalnya didirikan oleh Teng Meng Chun (Teng Family) pada tahun 1944, diawali dengan toko kecil di Sentul Market, Malaysia. Mini Market pertama didirikan tahun 1971 dengan nama Teng Mini Market Centre (TMC) di Bangsar Kuala Lumpur. Selanjutnya berganti nama menjadi Giant setelah bergabung dengan PT Hero Supermarket Tbk.

Gerai Giant *Hypermarket* yang pertama di Indonesia dibuka pada tahun 2002, dan berlokasi di Villa Melati Mas Serpong Tangerang. APRINDO (2008) mengemukakan bahwa Giant telah memberikan kontribusi pendapatan sebesar 40 persen pada tahun 2005 kemudian meningkat sebesar 78,3 persen pada tahun 2008 terhadap total perdagangan nasional. Selain itu di tahun 2008, Kompas mengemukakan bahwa Giant memiliki pangsa pasar 32,35 persen dengan omset Rp 2,4 triliun. Gerai Giant *Hypermarket* pada tahun 2007, yang berjumlah 17 gerai telah meningkat menjadi 23 gerai pada tahun 2008. Hingga tahun 2012, jumlah gerai Giant terus meningkat hingga 20 persen dari tahun sebelumnya, yakni mencapai 46 gerai untuk jumlah gerai Giant *Hypermarket*,

sementara gerai Giant Supermarket mencapai 103 gerai yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia (Hero Group *Annual Report*, 2012).



Gambar 4.1 Logo Giant Hypermarket

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi *Giant Hypermarket* yaitu menjadi peritel terkemuka di Indonesia dalam segi penjualan dan penciptaan nilai jangka panjang bagi pemegang saham.

Sedangkan Misi *Giant Hypermarket* adalah meningkatkan nilai investasi pemegang saham Hero melalui keberhasilan komersil dengan menarik konsumen dan meningkatkan daya saing yang mantap.

4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Secara umum struktur organisasi di Giant Supermarket dan Giant Hypermarket tidak berbeda jauh. Berikut merupakan salah satu contoh gambaran struktur organisasi perusahaan di Giant berupa bagan Struktur organisasi *Giant Hypermarket* Gajayana Malang.

