

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri ritel merupakan salah satu industri yang cukup kuat untuk bisa bertahan dalam segala situasi dan kondisi ekonomi apapun, dalam krisis ataupun keadaan yang sulit sekalipun secara makro ekonomi. Di Indonesia pertumbuhan bisnis atau industri ritel ini cukup bagus dari tahun ke tahun, sehingga bagi para pebisnis ataupun pengusaha industri ini masih memiliki peluang yang cukup bagus untuk dilirik. Industri ritel yang mengalami perkembangan cukup pesat di antaranya adalah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk kebutuhan sehari-hari (*consumer goods*).

Dalam beberapa tahun terakhir kita bisa lihat perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam kategori penjualan produk-produk ini seperti Indomaret, Alfamart, Circle K, Seven Eleven (711), dan lain-lain. Ini baru dari sisi segmentasi untuk kategori minimarket, belum lagi perusahaan - perusahaan yang skalanya lebih besar seperti Hero, Carrefour, Hypermart, Giant dan lain - lain sebagainya. Dari fenomena ini kita bisa lihat bahwa pertumbuhan industri di sektor ritel ini cukup bagus. Contoh-contoh diatas baru hanya untuk kategori *consumer goods*, apalagi jika kita lihat untuk kategori yang menjual produk dan jasa lainnya.

Industri ritel berubah dengan cepat. Perubahan-perubahan itu dapat dilihat dari perbedaan yang mendasar dan terus berkembang dalam format ritel, meningkatnya konsentrasi industri, globalisasi dan penggunaan berbagai cara untuk berinteraksi dengan konsumen.

Saat ini konsumen dapat membeli barang yang sama dari sejumlah ritel yang berbeda. Masing-masing format ritel menargetkan pangsa pasar yang berbeda dan yang semakin meningkat. Tiap jenis ritel menawarkan manfaat yang berbeda, sehingga para konsumen bisa berlangganan pada ritel yang berbeda untuk pembelian dan kebutuhan yang berbeda.

Pada awalnya ritel adalah bisnis lokal. Saat ini, konsep ritel yang berhasil di sebuah negara telah berkembang secara global. Mengapa beberapa konsep ritel

dapat berkembang secara global dan sementara beberapa tidak bisa berkembang? Biasanya tergantung pada apa yang dinamakan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) di negara tersebut. Disini mungkin sedikit akan dijelaskan dan disebutkan beberapa faktor yang mendorong globalisasi yang dilakukan para peritel internasional:

- Pasar domestik yang semakin jenuh
- Di Amerika Serikat, banyak peritel gagal karena banyaknya para pelaku pasar yang memiliki kesamaan produk yang dijual. Hal ini mendorong peritel tersebut melakukan ekspansi ke luar negeri.
- Sistem dan Keahlian
- Saat ini peritel memiliki kemampuan mengatur toko-toko yang ada di luar negeri dengan lebih baik karena kemampuan mereka dalam mengelola sistem informasi dan distribusi yang lebih mudah ditransfer dari negara asalnya.
- Hilangnya batasan perdagangan
- Kebijakan perdagangan internasional yang menghapus berbagai hambatan dalam perdagangan seperti *WTO* atau *NAFTA*.

Beberapa waktu terakhir ini, inovasi merupakan menjadi bagian terpenting bagi kelangsungan hidup sebuah perusahaan, terutama inovasi untuk pengembangan produk dan jasa. Inovasi produk dan berbagai terobosan bisnis ini juga terjadi dalam industri ritel.

Dalam kesempatan ini, penulis akan mencoba menggambarkan dan menjelaskan kerangka dasar rencana bisnis (*business plan*) dalam industri ritel, yang lebih konsentrasi menjual produk – produk pakaian jadi (*fashion apparel*). Dalam hal ini penulis adalah sebagai salah satu pemilik (*business owner*) dan juga terlibat dalam pengelolaan manajemen secara profesional. Perusahaan ini berbentuk badan hukum yaitu PT. Aditya Mandiri Sejahtera. Pada awalnya dirintis oleh *founder*-nya (saat ini pemegang saham mayoritas sekaligus sebagai Presiden Direktur) sejak tahun 1985. Awalnya sistem manajemen yang diterapkan adalah seadanya atau dengan kata lain masih dikelola secara tradisional.

Seiring dengan berjalannya waktu dan keinginan serta visi dan misi dari *founder* yang memiliki pandangan jauh ke depan, akhirnya dibentuk lah badan hukum pada tahun 2002. Saat itu jugalah mulai di rekrut orang – orang profesional dari industri ritel untuk melakukan perubahan dan revolusi besar – besaran dalam hal tata kelola manajemen secara profesional.

Kerangka dasar bisnis yang akan coba di kembangkan dalam penulisan ini adalah bagaimana membuat dan mendirikan sebuah entitas bisnis dengan konsep toko ritel modern yang menjual produk–produk pakaian jadi (*fashion apparel*), menganalisa seluruh kemungkinan peluang–peluang pasar, mengendalikan resiko kerugian serta faktor–faktor pendukung apa saja yang diperlukan agar nantinya bisnis ini bisa berjalan lancar dan menghasilkan profit maksimal. Dan tentunya hasil penulisan ini diharapkan bisa memberikan manfaat untuk perusahaan dalam rangka untuk terus meningkatkan pertumbuhan dan pengembangan bisnisnya.

Saat ini PT.Aditya Mandiri Sejahtera sudah memiliki jaringan toko / outlet ritel yang dikelola sendiri lebih kurang 110 toko atau cabang dengan mengusung tiga merek toko / merek dagang yaitu Iwan *Famous fashion female*, Mississippi dan Celcius. Ketiga merek atau *brand* ini memiliki segmentasi dan target yang berbeda–beda dan beroperasi di seluruh mal–mal dan pusat perbelanjaan kota–kota di Indonesia kecuali Bali, Bandung, Bengkulu, Aceh dan Kupang.

Sedangkan portofolio atau kerangka dasar *Business Plan* yang akan coba dipaparkan dalam penulisan ini adalah mendirikan toko dengan mengintegrasikan semua lini produk yang sudah ada dan mencoba untuk beroperasi diluar mal atau pusat perbelanjaan. Atau dengan kata lain mengusung dua merek dagang yaitu di satu lokasi (*single building*) yang terintegrasi sekaligus di kota Manado, Sulawesi Utara, sehingga diharapkan nantinya tempat ini akan menjadi *destination* (tujuan utama) bagi pelanggan dalam memenuhi kebutuhan *fashion* mereka.

Kenapa kota Manado yang menjadi pilihan lokasi dan tempat usaha, karena faktor utamanya adalah dikarenakan saat ini tiga toko dengan merek dagang tersebut yaitu Iwan *Famous fashion female*, Mississippi dan Celcius sudah beroperasi di Manado dalam satu Mal yang sama yaitu Mega Mall Manado, Jalan Boulevard.

Hasil penjualan dari tiga merek dagang toko di Manado ini cukup memberikan *revenue* dan *profit* yang bagus bagi PT.Aditya Mandiri Sejahtera, sehingga rencana untuk mendirikan dua *brand* sekaligus di luar Mal sedikit masuk akal. Ada beberapa pertimbangan positif dan negatif dengan melakukan strategi pengembangan bisnis seperti ini, akan tetapi setelah melalui perhitungan analisa serta melihat nanti hasil penelitian ini maka tentunya nanti akan diputuskan apakah rencana bisnis ini layak untuk direalisasikan atau tidak.

Bisnis ritel *fashion* ini sudah tidak asing lagi bagi masyarakat Indonesia, baik bagi produsen atau pelaku bisnis maupun pelanggan atau konsumen. Ada dua jenis bisnis ritel *fashion* yang ada khususnya di kota Manado, yaitu toko ritel *fashion* tradisional dan ritel *fashion* modern. Keduanya memiliki ciri yang berbeda, antara lain:

- a. Toko ritel *fashion* tradisional, ciri – cirinya sebagai berikut :
 - Lokasinya berada di tengah pasar tradisional, pusat keramaian (ruko) dan umumnya berada di pinggiran kota
 - Pemilik usaha adalah perorangan
 - Memiliki pegawai dua hingga tiga orang
 - Desain interior dan tampilan toko seadanya
 - Produk yang dijual biasanya tidak lagi mengikuti trend / *old fashion*
 - Tidak memiliki standar pelayanan dan kurang memahami karakteristik pelanggan
 - Harga produk relatif bisa ditawarkan atau tidak dengan *Fixed Price policies*
 - Tidak memiliki kemasan dan label khusus yang sesuai dengan merek toko untuk produk dan *packaging*-nya
 - Biasanya *Brand awareness* dan *Brand Image* dari pelanggan masih rendah
 - Target konsumennya adalah masyarakat ekonomi menengah bawah

b. Toko ritel *fashion* modern dan profesional, dengan ciri – ciri sebagai berikut :

- Lokasi bisnis di tengah kota, biasanya kebanyakan berada di dalam mal atau pusat perbelanjaan modern
- Berbadan hukum, baik itu CV, Firma atau Perseroan
- Karyawan satu toko bisa lebih dari enam orang
- Hampir rata – rata memiliki jumlah cabang lebih dari dua
- Memiliki desain interior dan tampilan toko yang menarik
- Produk yang dijual sudah memiliki private label sesuai dengan merek toko
- Kebanyakan sudah menerapkan standar pelayanan kepada konsumen
- Harga produk yang dijual sudah harga tetap dan harga pas
- Tokonya memiliki ciri dan identitas yang jelas sebagai point diferensiasi kepada pelanggan
- Target konsumennya adalah menengah keatas

Dari uraian di atas dapat terlihat dengan jelas ciri – ciri toko ritel *fashion* yang modern dan profesional benar-benar dijalankan dengan prinsip manajemen yang jelas serta mencakup seluruh aspek fungsional dari bisnis mulai dari aspek keuangan atau *finance*, pemasaran atau *marketing*, operasional atau *operations*, serta sumber daya manusia atau *human resources*. Dalam hal ini seluruh jaringan toko ritel *fashion* yang dikelola oleh PT.Aditya Mandiri Sejahtera sudah dapat dikategorikan ke dalam toko ritel modern dan profesional karena memiliki ciri – ciri seperti yang sudah dijelaskan diatas. Contoh toko – toko lainnya yang sudah menggunakan konsep ritel modern adalah seperti Hammer, Loggo, Orange, 126, Executive, Contempo untuk *brand* lokal, serta Giordano, Mango, Zara, GAP dan lain – lain untuk *brand* yang sudah global.

Peluang bisnis terutama untuk bisnis ritel *fashion* di kota Manado masih cukup bagus mengingat memang secara psikografis pola perilaku konsumen benar-benar konsumtif, terutama yang berhubungan dengan penampilan dan gaya hidup. Hampir rata – rata mayoritas penduduk di Manado memiliki budaya yang berorientasi kepada gaya hidup dan penampilan. Mereka benar – benar peduli dan memperhatikan untuk penampilan sehingga banyak para pelaku bisnis ataupun

investor dari luar kota Manado berlomba untuk menyediakan semua kebutuhan (*needs and wants*) masyarakat terutama untuk bisnis *entertainment* dan *lifestyle*. Banyak sekali hotel, tempat – tempat hiburan malam, karaoke, diskotik, bar, dan sejenisnya mulai untuk kalangan bawah sampai kalangan atas. Belum lagi industri – industri yang menjual produk–produk yang berhubungan dengan penampilan dan gaya hidup seperti handphone, elektronik dan komputer, sepatu, tas dan aksesoris lainnya serta produk–produk pakaian jadi (*fashion apparel*) yang juga menyediakan untuk kebutuhan semua kalangan.

Saat ini ada 4 (empat) pusat perbelanjaan atau mal dengan skala cukup besar yang beroperasi di kota Manado antara lain Mega Mal Manado berikut kawasan ruko Mega Mas, Boulevard Square yang sedang dalam proses pembangunan, Pusat perbelanjaan ITC khusus produk–produk teknologi dan handphone serta Manado Town Square. Sedangkan untuk skala menengah seperti Departemen Store atau swalayan juga ada beberapa seperti Multi Mart dan Matahari Departemen Store yang memiliki gedung sendiri.

Selain itu banyak juga sudah hadir hotel–hotel baru berbintang mulai dari Bintang Tiga sampai Bintang Lima. Hal ini menandakan bahwa perkembangan dan pertumbuhan ekonomi kota Manado bisa dikatakan sangat baik dan memiliki prospek yang bagus ke depannya mengingat kondisi iklim investasi juga baik. Peluang ini jugalah yang coba dimanfaatkan oleh manajemen PT.Aditya Mandiri Sejahtera untuk membangun sebuah lokasi bisnis terintegrasi yang menyediakan semua kebutuhan berbelanja *fashion* baik laki–laki dan wanita dengan mengusung konsep toko ritel modern yang nyaman. Sehingga diharapkan nantinya para pelanggan akan merasakan pengalaman (*experience*) tersendiri dengan berbelanja disana.

Sebagai gambaran umum mengenai pertumbuhan ekonomi dan sekilas mengenai kota manado, dapat dilihat dari data berikut:

- Pendapatan Asli Daerah (PAD) Manado di tahun 2009 mencapai Rp 65 miliar, maka untuk mendongkrak PAD ini pemerintah kota Manado berencana untuk mendirikan kasino di beberapa pulau yang berpotensi (<http://northsulawesi.blogspot.com/2008/10/>)

- Sudah mulai banyaknya berdiri hotel berbintang di kota Manado serta perbaikan pembangunan infrastruktur pendukung lainnya
- Semakin banyak juga bertambahnya pembangunan mal dan pusat perbelanjaan di kota Manado
- Ditunjuknya kota Manado sebagai kota pariwisata dunia untuk tahun 2010 memungkinkan untuk bertumbuhnya perekonomian
- Laju inflasi kota Manado di bulan Mei 2010 sebesar 1,37% (Berita Resmi Statistik Provinsi Sulawesi Utara No. 25/06/71/Th. IV, 1 Juni 2010)
- PDRB Sulawesi Utara triwulan I/2010 dibandingkan triwulan yang sama tahun 2009 (*y-on-y*) mengalami pertumbuhan sebesar 6,75 persen.
- Perekonomian Sulawesi Utara yang diukur berdasarkan besaran PDRB atas dasar harga berlaku triwulan I/2010 mencapai Rp. 7,66 triliun dan atas dasar harga konstan 2000 sebesar Rp. 3,89 triliun (Berita Resmi Statistik Provinsi Sulawesi Utara No. 25/06/71/Th. IV, 1 Juni 2010).
- Pola dan perilaku masyarakat Manado yang cukup konsumtif dan tertarik dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan gaya hidup (*lifestyle*)
- Jumlah penduduk kota Manado lebih kurang 400.000 jiwa yang terdiri dari berbagai macam profesi, belum lagi penduduk yang diluar kota Manado tapi secara geografis tidak terlalu jauh
- Budaya masyarakat Manado yang masih memiliki kebanggaan apabila berbelanja di kota Manado terutama untuk masyarakat yang tinggal diluar kota dan memiliki profesi mengandalkan hasil bumi

Jadi atas dasar beberapa pertimbangan diatas-lah makanya kota Manado dipilih menjadi tempat lokasi membangun perencanaan bisnis untuk mendirikan toko ritel fashion dengan format baru yaitu beroperasi diluar mal. Selain menawarkan konsep berbelanja dengan kenyamanan ini, produk yang disediakan tentunya juga yang selalu me-nomorsatukan *trend* dengan kualitas bagus dan harga yang cukup relatif terjangkau karena target konsumen yang direncanakan adalah kelas ekonomi menengah dan atas, untuk laki – laki dan perempuan yang masih *single*, baik pasangan muda yang baru menikah, dan juga yang sudah mempunyai keluarga kecil.

1.2. Perumusan Masalah

Pemilihan lokasi yang strategis dan tepat merupakan faktor utama dan paling penting dalam industri ritel, termasuk juga dalam bisnis ritel *fashion apparel*. Kota Manado dipilih sebagai tempat dan lokasi berusaha dikarenakan memang potensi dan prospek bisnis terutama untuk bisnis yang menjual produk kebutuhan gaya hidup masih bagus ke depannya. Selain itu toko – toko ritel *fashion* yang skala nasional dengan merek yang sudah dikenal belum terlalu signifikan jumlahnya, walaupun ada itu sebatas hanya beroperasi di dalam ruang lingkup sebuah Mal atau pusat perbelanjaan. Dengan pertimbangan dua faktor ini maka penulis merasa yakin dan optimis untuk mendirikan sebuah lokasi belanja yang terintegrasi dan berada di luar mal dengan menjual dan menyediakan produk – produk pakaian jadi (*fashion apparel*) untuk segmen pria dan wanita kecuali anak – anak.

Jalan raya Boulevard di Manado merupakan jalan utama di pusat kota Manado yang juga merupakan kawasan pariwisata yang dijual oleh Pemerintah Provinsi. Jalan Boulevard ini sekaligus juga sebagai pusat perdagangan kota Manado dimana sepanjang jalan ini juga banyak berdiri kawasan untuk perdagangan dan perkantoran, bahkan hampir semua mal yang ada di kota Manado juga berada di jalan Boulevard ini.

Dalam hal ini masalah yang akan diangkat adalah bagaimana konsep perencanaan bisnis yang akan dibuat ini bisa direalisasikan dengan mempertimbangkan peluang dan kemungkinan kendala–kendala yang terjadi, kemudian apa saja faktor–faktor yang membuat bisnis ini bisa sukses serta apa saja strategi bisnis yang akan dilakukan agar nantinya bisa mencapai tingkat keberhasilan yang maksimal.

1.3 Tujuan

Dari permasalahan yang dihadapi, tujuan penelitian ini adalah :

- a. Menyusun perencanaan bisnis untuk mengembangkan jaringan toko ritel pakaian jadi (*fashion apparel*) di luar mal di kota Manado
- b. Untuk mengetahui kelayakan pendirian bisnis toko ritel *fashion* dan merumuskan strategi bisnis yang tepat (pemasaran, SDM dan keuangan)

1.4 Profil Perusahaan

PT. Aditya Mandiri Sejahtera merupakan perusahaan lokal yang berdiri dan berbentuk badan hukum pada tahun 2002. PT. Aditya Mandiri Sejahtera bergerak di bidang penjualan eceran atau (*retailing*) khusus untuk produk pakaian jadi (*fashion apparel*) yang saat ini memiliki jaringan toko dengan brand Iwan Famous Fashion Female, Mississippi dan Celcius. Sebelum memasuki era perubahan manajemen modern dan sebelum berbentuk badan hukum di tahun 2002, pengelolaan perusahaan lebih banyak mengarah kepada *profit oriented*, dengan kata lain adalah bagaimana cara untuk menjual produk sebanyak mungkin dan dengan biaya yang kecil, sehingga profit yang diperoleh cukup memadai.

Jumlah jaringan *outlet* atau cabang sampai dengan akhir tahun 2001 adalah sebanyak 13 *outlet* dengan satu *brand* yaitu "Iwan Famous fashion female" yang beroperasi di kota Jakarta, Padang, Pekanbaru, Surabaya, Semarang dan Yogyakarta.. Jumlah total karyawan pada saat itu lebih kurang 120 orang (kantor pusat di Jakarta). Aktivitas bisnis secara keseluruhan yang menjadi *profit centre* adalah jaringan *outlet* atau toko yang beroperasi di Mal – Mal dan plaza di tiap kota dengan sistem sewa (*Rent Space*) untuk jangka waktu tertentu, dan produk yang dijual adalah produk barang jadi yang dibeli dari pusat grosir Mangga Dua dan Tanah Abang.

Target pasar atau *captive market*-nya adalah wanita berusia 14 tahun – 35 tahun dengan tingkat penghasilan *middle low* yang enerjik dan selalu memperhatikan penampilan. *Pricing policy* atau penentuan harga jual kepada konsumen cukup bervariasi yang disesuaikan dengan segmen *middle low* tadi sehingga *brand image* pada saat itu adalah harganya cukup murah. Struktur permodalan atau *capital* awal adalah dari *founder* sendiri, dan begitu juga seterusnya sampai beberapa tahun ke depan. Di awal tahun 2005 barulah manajemen sedikit membutuhkan modal kerja yang cukup besar dan untuk investasi sehingga struktur permodalan dibantu oleh pihak ketiga yaitu PT.Bank Mandiri, Tbk.

Kemudian setelah melihat pertumbuhan bisnis dan hasil yang cukup bagus terbukti dari mulai satu cabang kemudian bisa menjadi 13 cabang sampai dengan akhir tahun 2001, akhirnya dibentuk badan hukum pada tahun 2002 dan

dimulainya era manajemen modern sekaligus merekrut tenaga – tenaga profesional yang cukup memiliki pengalaman dalam mengelola bisnis ritel. Orang – orang ini direkrut dari perusahaan ritel yang sudah cukup mapan di tanah air seperti dari Matahari Dept.Store, Hero Supermarket, Giant, Carrefour, toko buku Gunung Agung, Disc Tara, dll. Struktur organisasi pun mulai dibentuk mulai dari level Top Management sampai ke bawah. Pada tahun 2002 itupun visi dan misi perusahaan dipertegas sesuai dengan visi dari *founder* yaitu :

Visi : *To be Market Leader Fashion Store that Focus on Customer Satisfaction in Indonesia and South East Asian.*

Misi : *To be a Favourite and First Choice Store, where customers feels our store is convenience and can fulfill their needs to buy fashion.*

Adapun nilai - nilai budaya perusahaan yang dianut adalah : *Profesional, berintegritas, kekeluargaan serta orientasi profit dan pelanggan.* Berdasarkan visi, misi dan tujuan tersebut manajemen dengan tim yang baru mulai menterjemahkan ke dalam bentuk perencanaan, strategi, langkah – langkah dan tindakan nyata yang akan dilakukan untuk mewujudkan semua tujuan tadi. Tentunya perencanaan – perencanaan jangka pendek dan jangka panjang harus diformulasikan di tingkat top manajemen, bagaimana strategi ke depan untuk menghadapi persaingan dengan cara menciptakan inovasi – inovasi dari sisi produk, inovasi dari sisi penampilan fisik toko (*store ambience*) dan sampai dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia.

Tiga aspek internal inilah yang terus menjadi fokus utama manajemen untuk selalu ditingkatkan sesuai dengan kebutuhan sehingga proses aktivitas bisnis bisa mencapai hasil yang maksimal. Sedangkan untuk orientasi terhadap kebutuhan dan kepuasan pelanggan pastinya akan berbanding lurus jika tiga faktor tersebut bisa seimbang sehingga fokus terhadap kepuasan dan kenyamanan pelanggan tadi bisa terealisasi.

Dan setelah melalui proses yang cukup panjang, dalam periode waktu delapan tahun (sejak tahun 2002 – 2010) saat ini PT.Aditya Mandiri Sejahtera sudah memiliki tiga brand berbeda yaitu ”Iwan *Famous fashion female*,

Mississippi dan Celcius dengan masing – masing segmen pasar yang berbeda juga. Selain bisnis utama adalah jaringan toko ritel tadi, perusahaan juga memiliki pabrik dan konveksi sendiri untuk produksi kebutuhan *supply* produk terhadap semua jaringan outlet ritel internal.

Di Taiping Cina – pun memiliki kantor kecil perwakilan untuk bagian pengadaan khusus produk – produk import untuk kebutuhan produk di jaringan outlet seluruh Indonesia. Disamping itu untuk jasa pengiriman produk (jasa ekspedisi) dari distribusi pusat ke seluruh cabang outlet – pun juga sudah mulai dikelola sendiri semenjak 3 tahun terakhir.

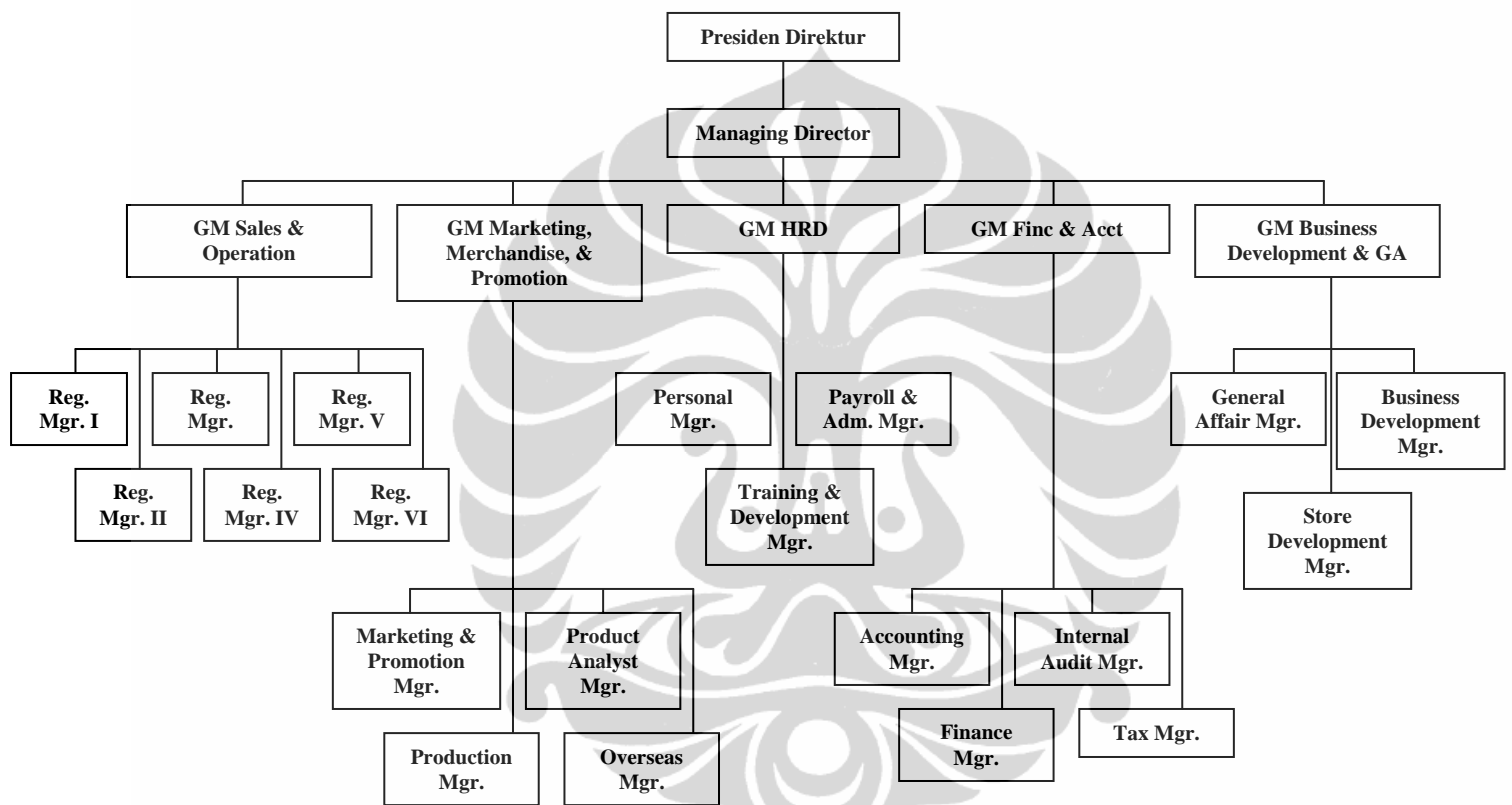
Artinya aktivitas alur dan bisnis model yang dikembangkan adalah menguasai bisnis dari hulu sampai dengan hilir meskipun hulu nya adalah pabrik tekstil, tetapi setidaknya dalam rencana jangka panjang hal ini sudah menjadi pertimbangan. Aktivitas bisnis ini yaitu mulai dari proses desain dan pembelian bahan baku tekstil dari pihak ketiga yaitu pabrik tekstil, kemudian melakukan proses produksi sendiri di pabrik garmen baik lokal maupun di China, kemudian setelah menjadi produk jadi (*finishing goods*) dikirim dengan jasa ekspedisi sendiri ke seluruh jaringan toko. Sedangkan *channel distribution* penjualan produk juga melalui jaringan outlet sendiri sampai ke tangan konsumen. Jumlah total karyawan saat ini lebih dari 1500 orang (kantor pusat Jakarta, Cina, Pabrik dan Konveksi serta cabang).

Jaringan toko atau outlet dari ketiga *brand* yang dimiliki oleh PT.Aditya Mandiri Sejahtera tadi adalah dengan mengusung konsep *single brand store*, artinya masing – masing brand hanya menjual merek-nya masing – masing, misal brand mississippi, semua produk yang dijual untuk semua kategori adalah dengan label mississippi. Seluruh jaringan toko ini beroperasi di seluruh kota terutama di ibukota propinsi dan kabupaten atau daerah tingkat dua, kecuali Aceh, Denpasar Bali, Kupang, dan Ambon. Total semua *brand* yang beroperasi sampai dengan Q1 tahun 2010 saat ini adalah sebanyak 110 cabang.

Strategi pengembangan bisnis yang diterapkan adalah memperkuat jaringan yang berbasis di daerah / region, meningkatkan *brand positioning* dan *brand image* di daerah dulu sehingga pencapaian sales juga maksimal, sedangkan untuk Jakarta dan sekitarnya manajemen merencanakan untuk ekspansi buka toko

di awal tahun 2011 seiring kualitas produk semakin baik serta infrastruktur pendukung teknis lainnya juga sudah maksimal. Target sampai dengan akhir tahun 2010 ini jumlah toko harus di atas 125 gerai / toko.

1.5. Struktur Organisasi



Gambar 1.1. Struktur organisasi Perusahaan

Sumber : HRD PT. Aditya Mandiri Sejahtera

1.6. Metodologi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan dua metode yaitu studi kepustakaan (*Library Research*) dan Penelitian lapangan (*Field Research*). Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi langsung ke lapangan yaitu di kota Manado, wawancara baik dengan pihak internal perusahaan dan juga dengan pesaing, dan studi literatur serta dari laporan yang tersedia di internal perusahaan.

1.7. Sistematika Penulisan

Penulisan karya akhir ini terbagi menjadi lima bagian yaitu:

- Bab 1 Pendahuluan

Pendahuluan berisi mengenai penjelasan dan uraian awal tentang tulisan ini yang berisi latar belakang dan perumusan masalah, tujuan penelitian, sejarah singkat perusahaan mulai dari awal tujuan serta profil bisnis dan struktur organisasi, metodologi serta sistematika penulisan yang akan menjadi kerangka dalam mengembangkan penulisan.

- Bab 2 Analisis Industri

Pada bab 2 ini akan membahas mengenai analisa terhadap industri yang akan menjadi sektor bisnis yang akan direncanakan, menganalisa semua kemungkinan – kemungkinan yang terjadi dalam industri tersebut serta menggali potensi pasar, segmentasi serta pesaing yang bermain dalam industri tersebut.

- Bab 3 Formulasi Strategi Bisnis (*Corporate or Business Strategy*)

Bab ini berisi mengenai perumusan strategi bisnis yang mengacu kepada *strategic management process*.

- Bab 4 Perencanaan Fungsi Departemen (*Functional Plan*)

Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai definisi dan peran masing – masing fungsi dalam bisnis yang akan mendukung secara keseluruhan terhadap berjalannya proses bisnis. Fungsi – fungsi ini terdiri dari *Marketing, Finance, Operations, dan Human Resources (HRD)*

- Bab 5 Kesimpulan. Bab ini akan merangkum keseluruhan dari rangkaian perencanaan bisnis yang sudah dirumuskan dalam perumusan masalah.