

BAB III

PROFIL SB MART BUMI ASRI

3.1 Sejarah SB Mart Bumi Asri

SB Mart Bumi Asri berdiri pada tanggal 3 Agustus 2013 atau 22 Sya'ban 1431 H. Pendirian SB Mart dilatarbelakangi oleh rasa rindu akan hadirnya sarana belanja bagi masyarakat umum yang betul-betul memihak masyarakat umum baik konsumen, pedagang serta pelaku ekonomi di lingkungan selintas SB Mart. SB Mart memiliki nuansa yang berbeda dengan minimarket-minimarket yang sudah ada, juga memiliki filosofi dan orientasi yang berbeda. SB Mart adalah salah satu unit usaha dari Koperasi Sejahtera Bersama yang bergerak dalam bidang perdagangan kebutuhan pokok yang diharapkan dapat menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari bagi anggota/ calon anggota koperasi dan masyarakat pada umumnya dengan kualitas baik dan harga yang terjangkau serta menjadi pembina bagi toko-toko kecil yang memiliki masyarakat di setiap daerah.

Seiring dengan maraknya bisnis ritel minimarket di Indonesia, SB Mart hadir dalam melayani masyarakat dengan nuansa yang berbeda. Baik dalam hal suasana belanja, tampilan, ataupun produk-produk yang dijual di dalamnya. SB Mart tidak menjual minuman keras serta barang-barang haram lainnya sehingga SB Mart sangat bersahabat dengan keluarga Indonesia. Di SB Mart pun dijual barang dagangan yang khas seperti Habbatusauda, air Zam-Zam, Jus Kurma, Peralatan Shalat, serta buku-buku Islam membuat SB Mart terlihat sangat kental dengan nuansa Islamnya. Dengan variasi produk lebih dari 4.000 item barang

dagangan, serta diperkuat dengan nuansa Islami dan Sistem Teknologi Informasi (IT) yang mumpuni, diharapkan masyarakat dapat mengandalkan keberadaan SB Mart di lingkungannya masing-masing sebagai penyedia kebutuhan pokok sehari-hari, terlebih lagi SB Mart menyediakan variasi buah lebih banyak khususnya buah-buah lokal.

SB Mart memiliki program-program yang sangat berpihak kepada pedagang kecil serta pelaku usaha di lingkungan selintas SB Mart, yaitu dengan program Rak Kemitraan, Muhasaba (Mitra Usaha Sejahtera Bersama), serta Harga Anggota. Rak kemitraan digunakan sebagai sarana untuk menampung produk-produk baik itu berupa makanan, kerajinan dan sebagainya yang dihasilkan oleh masyarakat sekitar gerai SB Mart berada. Oleh karena itu rencana ekspansi SB Mart diarahkan untuk dapat menjangkau sampai ke pelosok daerah. Dengan program-program tersebut dapat diharapkan SB Mart menjadi pembina bagi toko-toko kecil yang memiliki masyarakat di setiap daerah serta betul-betul menjadi minimarket yang mampu bersaing dan mensejahterakan setiap anggota/ calon anggota Koperasi Sejahtera bersama dan masyarakat luas pada umumnya.

Dalam menjalankan usahanya, SB Mart memegang teguh prinsip-prinsip Koperasi yang diorientasikan untuk dapat membantu, memperkokoh dan mengembangkan perekonomian masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial dari masyarakat itu sendiri. SB Mart memiliki Anggota Koperasi yang sangat banyak dan tersebar di seluruh Indonesia. Layaknya filosofi perekonomian koperasi “Dari anggota untuk anggota”, SB Mart memberikan harga khusus kepada anggotanya. Harga yang sangat murah ini diharapkan

mampu memberikan loyalitas lebih kepada anggota untuk berbelanja dan memenuhi kebutuhan sehari-hari di SB Mart. Semakin sering anggota berbelanja di SB Mart maka semakin besar SHU yang dinikmati. Akan tetapi target market SB Mart tidaklah melulu anggota, target utama adalah keluarga muslim dari kalangan menengah. Oleh karena itu SB Mart didirikan dengan dengan motto Nyaman dan Ideal. Pendirian gerai-gerai SB Mart selalu mempertimbangkan kondisi tersebut. Mulai dari parkir yang luas, tampilan gerai yang bersih, lorong belanja yang lebar, pelayanan yang ramah, penyediaan trolley belanja dan sebagainya. Tersedianya harga yang sesuai dengan seluruh target market SB Mart diharapkan mampu memuaskan seluruh konsumen sehingga SB Mart Ideal bagi semua kalangan.

Dengan cepatnya pertumbuhan gerai dan tepatnya posisi dari gerai itu sendiri, maka besar hara

3.2. Visi dan Misi

1. Visi

Menjadi jaringan distribusi ritel berdaya saing tinggi yang mensejahterakan.

2. Misi

Menjalankan unit usaha dengan struktur yang baik dan efisien dengan Azas pelayanan.

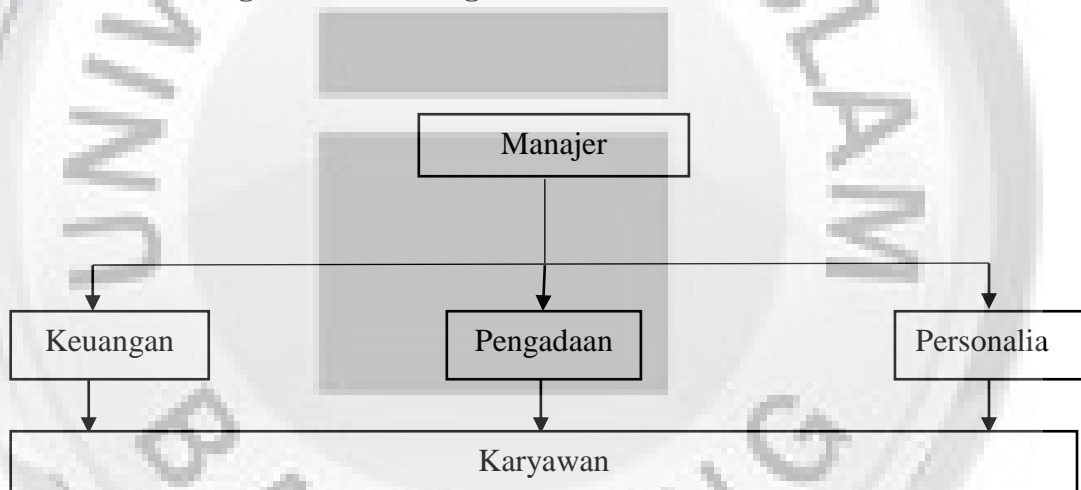
3.3. Motto SB Mart Bumi Asri

“Belanja Nyaman dan Ideal”

Nyaman dengan sapa, senyum, dan pelayanan kepada setiap konsumen, bersih, sejuk, rapi, ideal, dan sesuai harapan target market SB Mart, anggota dan konsumen umum. Ideal harganya, tempanya, dan produknya.⁵⁴

3.4. Struktur Organisasi SB Mart Bumi Asri

Gambar 3.1
Bagan Struktur Organisasi SB Mart Bumi Asri



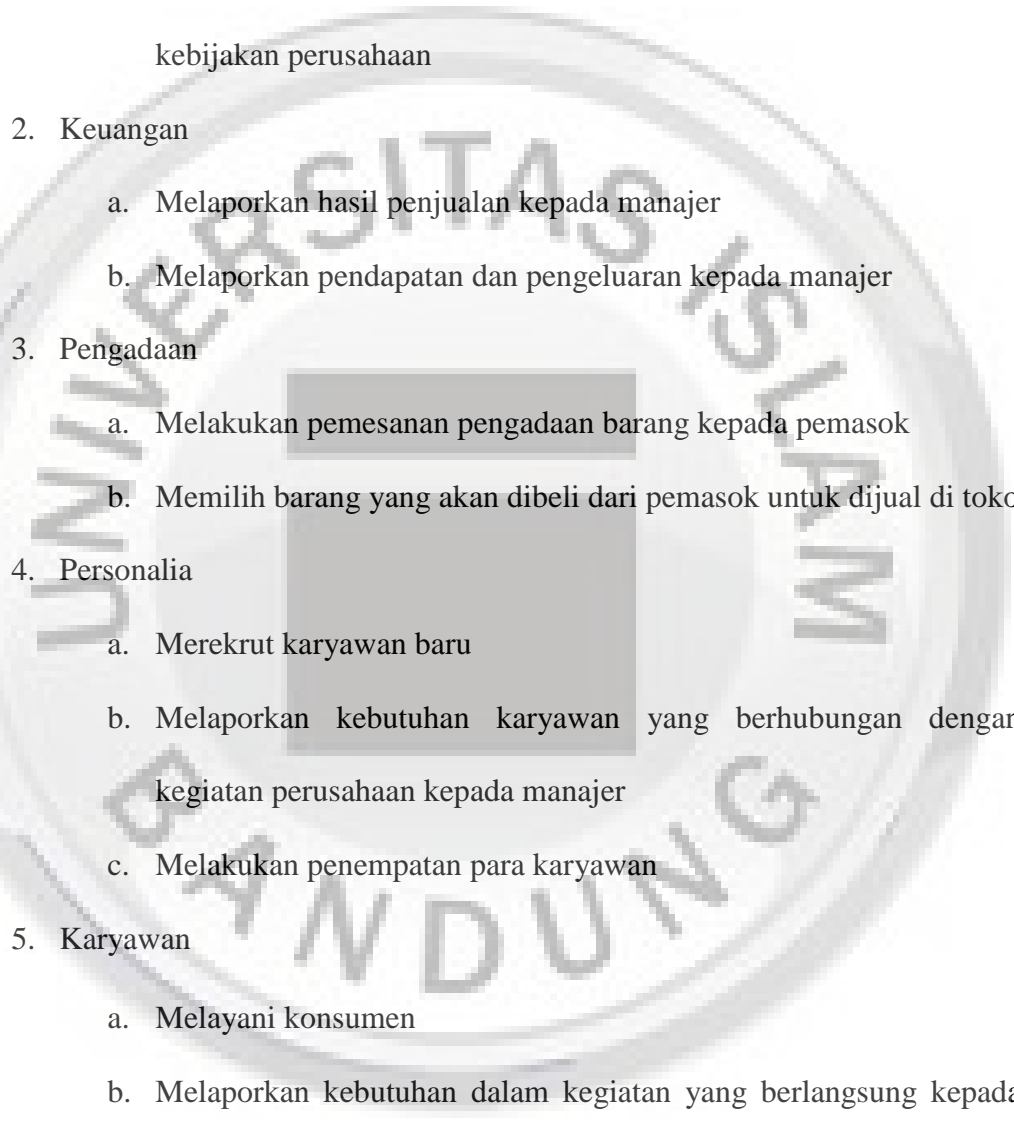
Sumber: SB Mart Bumi Asri

Adapun tugas wewenang dan tanggung jawab dari tiap bagian atau fungsi yang ada dalam struktur organisasi tersebut, yaitu:

1. Manajer

Manajer SB Mart yaitu sebagai kepala toko. Tugas dan tanggung jawab manajer sebagai berikut:

⁵⁴ <http://new.sbmart.co.id/profil.php>

- 
- a. Memimpin, mengelola, serta bertanggung jawab atas aktivitas yang dilaksanakan perusahaan
 - b. Menetapkan tugas dan wewenang dari setiap bagian di perusahaan
 - c. Merumuskan tujuan perusahaan dan menetapkan garis besar kebijakan perusahaan
2. Keuangan
 - a. Melaporkan hasil penjualan kepada manajer
 - b. Melaporkan pendapatan dan pengeluaran kepada manajer
 3. Pengadaan
 - a. Melakukan pemesanan pengadaan barang kepada pemasok
 - b. Memilih barang yang akan dibeli dari pemasok untuk dijual di toko
 4. Personalia
 - a. Merekrut karyawan baru
 - b. Melaporkan kebutuhan karyawan yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan kepada manajer
 - c. Melakukan penempatan para karyawan
 5. Karyawan
 - a. Melayani konsumen
 - b. Melaporkan kebutuhan dalam kegiatan yang berlangsung kepada manajer
 - c. Melaksanakan perintah manajer
 - d. Memberikan informasi kebutuhan konsumen kepada manajer

3.5. Produk Makanan Dalam Kemasan Berlabel Halal

Tabel 3.1

**Daftar Makanan Dalam Kemasan Bersertifikat Halal
Di SB Mart Bumi Asri**

No	Merek	Jenis	No Sertifikat Halal
1	Kue lapis	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.227510013516
2	Mie ABC rebus	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.00090005900797
3	Biskuat energi cokelat	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.00100013080800
4	Hatori	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.227102398001
5	Inaco	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.234210004245
6	Choco Cream	Makanan Ringan	Lp-POM MUI No.227113024330
7	Lafonte	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.327609033114
8	Nissin	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.227000032003
9	Snack Cemilan	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.215910022414
10	Sozzis os good	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.215910022414
11	Wilco	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.255413024041
12	Bakso sapi	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.2151133083138
13	Chicken naget	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.215410033606
14	KDS pop corn	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.215357801349
15	Room botter	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.206337101028
16	Sus kering keju	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.206337401548
17	Sambal ekstra pedas	Sambal	LP-POM MUI No.645310658017
18	Tiora	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.2063374101538
19	Camilan	Makanan Ringan	LP-POM MUI No.215337403841

20	Kwaci neri	Makanan Ringan	LP-POM No.215337401600	MUI
----	------------	----------------	---------------------------	-----

Produk makanan dalam kemasan yang dijual di SB Mart Bumi Asri berjumlah sangat banyak dan semua produk yang disediakan SB Mart Bumi Asri benar-benar berlabel halal secara prosedur yaitu mencantumkan nomor sertifikat halal dari LPPOM MUI.

3.6. Komunikasi Pemasaran di SB Mart Bumi Asri

Kinerja komunikasi pemasaran yang baik, diyakini konsumen dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya, maka keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa akan timbul dari diri konsumen. Kinerja komunikasi pemasaran yang baik tentu dapat menjadi kekuatan bagi perusahaan yang menerapkan komunikasi pemasaran tersebut. Oleh karena itu strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan suatu perusahaan harus memiliki perbedaan dari perusahaan lain sehingga konsumen lebih tertarik menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut.

Pada lingkungan ritel, konsumen dapat terekspos oleh berbagai stimuli yang keseluruhannya dapat mempengaruhi bagaimana konsumen bertindak, mempengaruhi terhadap keputusan pembelian, dan mempengaruhi kepuasan mereka terhadap pengalaman berbelanja secara potensial.

Agar berhasil dalam memenangkan persaingan, SB Mart Bumi Asri harus dapat menjaring konsumen sebanyak-banyaknya, dengan kata lain perusahaan harus dapat menarik minat beli konsumen agar konsumen melakukan keputusan

pembelian, dengan meningkatkan kepuasan konsumen yang berbelanja di SB Mart.

Pada prakteknya, komunikasi pemasaran yang diterapkan pada SB Mart sedikit berbeda dari ritel-ritel lainnya. Mengingat SB Mart merupakan ritel yang menjual semua produk berlabel halal. Dalam rangka untuk meningkatkan pangsa pasar, SB Mart menyediakan komunikasi pemasaran yang dilakukan secara umum oleh ritel lainnya, yaitu menyediakan brosur, poster, kupon berhadiah, katalog, dan log yang disediakan oleh SB Mart. Selain itu, SB Mart juga menyediakan komunikasi pemasaran yang berbeda dengan ritel lainnya, yaitu menyediakan jasa *delivery service* untuk semua produk yang tersedia di SB Mart Bumi Asri. Melalui strategi komunikasi pemasaran ini diharapkan dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih ritel yang bernuansa Islami.