

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **3.1.1 Data Perusahaan**

Nama Perusahaan	: PT. Microvision Indonesia
Alamat Perusahaan	:Jalan Rajawali Selatan Raya, Kemayoran, Komplek Rukan Multiguna Blok 2A, 14410, Pedemangan, Kota, Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14410
Website	: <a href="http://www.microvision.co.id">www.microvision.co.id</a>
Telepon	: (021) 6412557
Fax	: (021) 6412132

##### **3.1.2 Sejarah Perusahaan**

PT. Microvision Indonesia berdiri sejak Tahun 2014, yang merupakan anak perusahaan dari Indovisual Group. PT. Microvision Indonesia adalah perusahaan terkemuka dalam produk presentasi multimedia yang memahami aktivitas komunikasi dalam menyampaikan informasi melalui proses penggantian ide, pesan, atau informasi.

Menyadari fakta-fakta, sejak pendekatan awal, presentasi peralatan yang salah satu instrumen-instrumen dalam berkomunikasi speech, visual, dan, menulis, telah bisnis inti kami dan belum masih ada dan saat ini menjadi salah satu kelompok produk inti di bawah Indovisual Group.

Melalui tim profesional PT. Microvision, dikenal memiliki produk canggih dan solusi yang selalu dapat memenuhi kebutuhan presentasi konsumen untuk berbagai kegiatan seperti: pertemuan, belajar & mengajar, atau aktivitas kerja. Berikut strategi bisnis PT Microvision Indonesia:

1. Cakupan Pasar

Kepemimpinan PT. Microvision yang kuat dan kebijakan perusahaan yang rendah telah membuat kami menjadi mitra bisnis

yang paling disukai untuk banyak segmen pasar termasuk perusahaan, pemerintah, pendidikan, dan rumah ibadah.

2. Unit Anak Perusahaan

Memiliki jaringan kepulauan nasional dari 24 gerai dan 7 pusat layanan di kota-kota besar dan kota-kota potensial lainnya adalah langkah strategis kami untuk membangun dan memperoleh saluran distribusi untuk memenangkan persaingan yang dinamis.

3. Bidang Usaha

Kemitraan kami dengan banyak manufaktur industri terkemuka di dunia memungkinkan kami untuk memberikan Anda, produk teknologi terbaik yang canggih. Dengan membawa secara dinamis yang terbaik dari apa yang tersedia di pasar, kami berusaha keras untuk mempertahankan posisi terdepan kami.

### 3.1.3 Visi dan Misi

Vision: *“Your Partner Where You Could Rely On”*

Mision: *To Make our company as a partner who always response for dynamic market, so we can be a reliable & trusted company to achieve customer succeed*

### 3.1.4 Logo Perusahaan

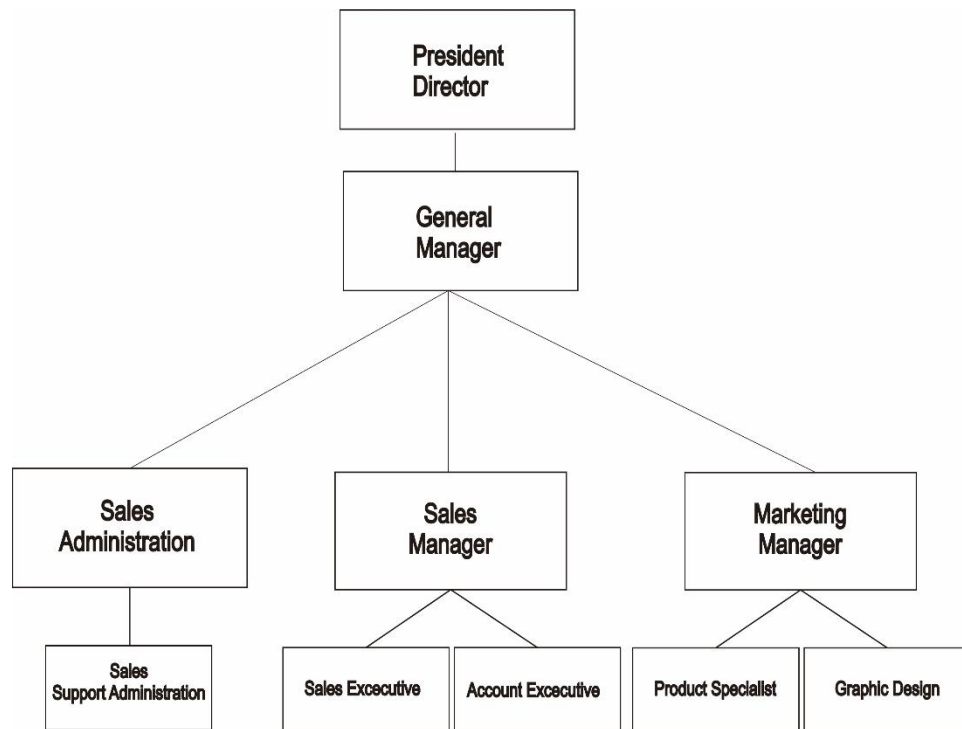
Gambar 3.1 Logo Perusahaan

The logo for Microvision, featuring the word "Microvision" in a bold, blue, italicized sans-serif font.

Sumber: Data Perusahaan

### 3.2 Struktur Organisasi

Gambar 3.2 Struktur Organisasi



Sumber: Data Perusahaan

### 3.3 Deskripsi Pekerjaan

1. Nama Jabatan : Merchandiser (Magang)
2. Tujuan Umum Jabatan : Merencanakan dan menjalankan aktivitas merchandising untuk menunjang peningkatan volume penjualan
3. Bertanggung Jawab Atas : *Control Stock*  
*Promotion Media*
4. Tugas-tugas pokok : ***Promotion Media***
  1. Membuat Konsep *display* / demo produk
  2. *Maintenance display* / demo produk di retail store

3. Mengelola *Marketing Tools*

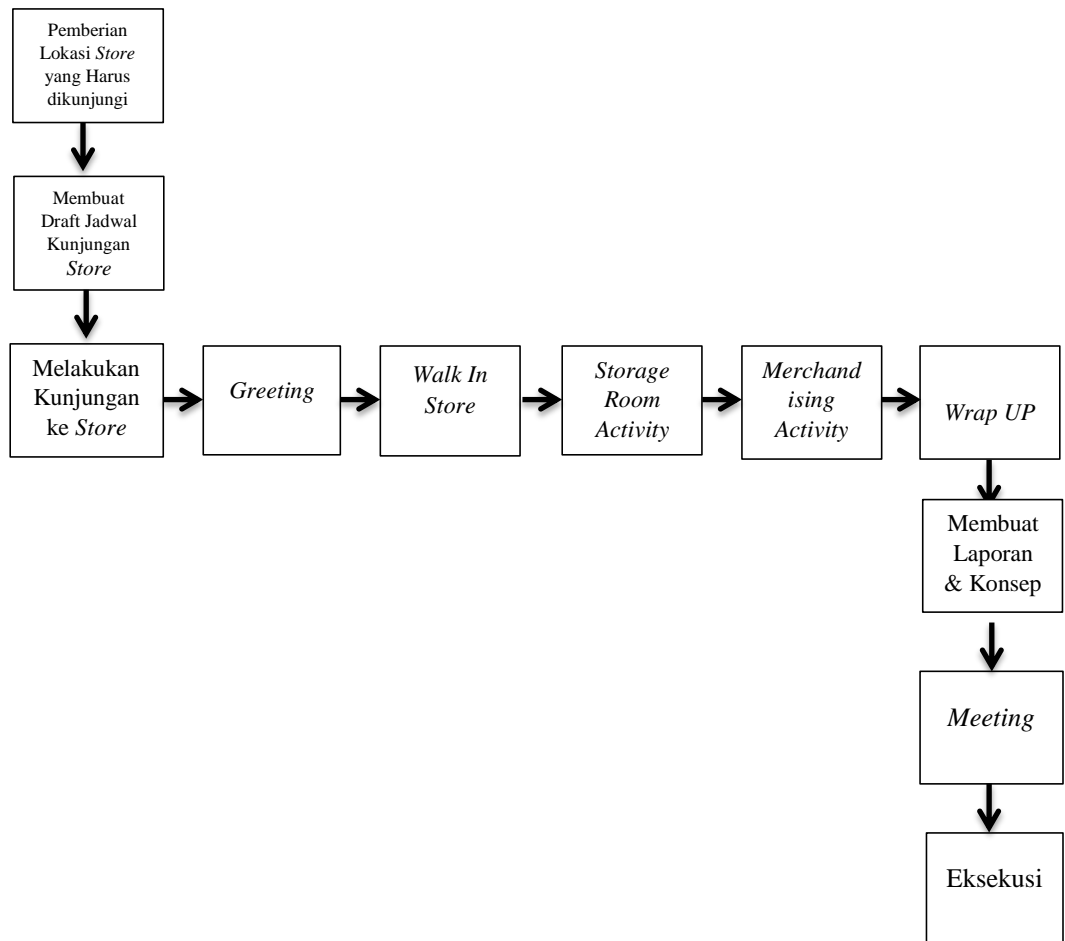
4. Melakukan observasi media promosi di ritel *store*

**Control Stock**

1. Membuat Laporan stock di ritel *store*

2. Melakukan control stock di ritel *store*

### 3.3.1 Alur Kerja *Merchandising*



### 1. Pemberian Lokasi *Store* yang harus dikunjungi

Tahap pertama dalam kegiatan *merchandising* perusahaan, kegiatan ini bermula saat *marketing manager* memberikan Daftar lokasi *store* mana saja yang harus dikunjungi, daftar *store* tersebut tersebar di seluruh JABODETABEK, meliputi *store-store* eksternal dari PT Microvision Indonesia.

### 2. Membuat Draft Jadwal Kunjungan *Store*

Pada tahap kedua dalam kegiatan *merchandising* ini, Setelah mendapatkan daftar *store* mana saja yang harus dikunjungi, seorang *merchandiser* harus membuat jadwalnya sendiri untuk berkunjung ke *store-store* eksternal, jadwal berkunjung dapat dilakukan pada saat jam operasional *store* tersebut.

### 3. Melakukan kunjungan ke *store*

Tahap ketiga dalam kegiatan *merchandising* perusahaan, setelah daftar *store* lengkap, jadwal telah ditetapkan, seorang *merchandiser* kemudian mengunjungi *store-store* sesuai dengan jadwal yang ditetapkan, seorang *merchandiser* melakukan kegiatan *merchandising* nya meliputi: *Greeting*, *Walk In Store*, *Storage Room Activity*, *Merchandising Activity*, *Warp Up* .

### 4. *Greeting*

Pada tahap ini seorang *merchandiser* harus melakukan;

Mengucapkan salam kepada karyawan toko

Memperkenalkan diri kepada Kepala Toko/Asisten Toko/ Karyawan Toko

Menginformasikan kepada pihak toko mengenai promo yang sedang berjalan

Meminta Izin untuk melakukan kegiatan *merchandiser*

### 5. *Walk In Store*

Pada tahap ini seorang *merchandiser* harus melakukan;

Pengecekan *Price Tag* ( Tanda Harga ) yang terpasang pada setiap produk – produk yang terpajang di *store* tersebut. Kemudian pengecekan OOS (*Out Of Stock*) pengecekan ini berguna untuk mengetahui berapa banyak produk yang masih tersedia di *store* tersebut.

#### 6. ***Storage Room Activity***

Pada tahap ini seorang merchandiser meminta Izin/Bantuan kepada pihak toko untuk melakukan pemeriksaan *stock* digudang dan mengeluarkannya untuk *display*. Mengambil *stock* untuk mengisi stock didalam toko dengan catatan seizin dari pihak toko.

#### 7. ***Merchandising Activity***

Pada tahap ini seorang merchandiser Melakukan pemajangan semua produk

Memastikan setiap *Price Tag* terpasang pada setiap SKU( *Stock Keeping Unit*)

Memastikan Promo yang sedang berjalan

Mengecek semua produk dan pastikan posisinya berada pada posisi *Hot Zone* (zona tepat) dan *High Traffice Area* (area yang sering dilewati dan menjadi jalan oleh konsumen)

Memastikan produk mudah dijangkau oleh konsumen

#### 8. ***Wrap Up***

Pada tahap ini seorang *merchandiser* mengingatkan kembali pada pihak toko mengenai program promosi yang sedang berjalan memastikan pihak store mengetahui informasi terupdate mengenai produk

#### 9. **Membuat Laporan Kunjungan& Menyusun Konsep**

Tahap kesembilan pada kegiatan merchandising perusahaan , setelah mengunjungi *store* , seorang *merchandiser* harus dapat melaporkan apa saja yang terjadi dan bagaimana keadaan di *store* , seorang *merchandiser* harus membuat report berdasarkan hasil kunjungan tersebut. Setelah membuat *report*, seorang *merchandiser* akan membuat dan menyusun konsep yang berkaitan dengan promosi yang sedang berjalan pada setiap *store* yang dikunjungi.

#### 10. ***Meeting***

Pada tahap ini seorang *merchandiser* berdiskusi oleh *marketing manager* serta *team marketing* atas pengkonsepian yang telah disusun, konsep ini bertujuan untuk menarik perhatian calon konsumen dengan membuat visualisasi *display* yang unik dan menarik guna meningkatkan penjualan.

## **11. Eksekusi**

Tahap akhir dari kegiatan merchandising perusahaan, setelah berdiskusi oleh pihak-pihak terkait (*Marketing manager* dan *team marketing*), apabila konsep diterima, kemudian seorang merchandiser melakukan eksekusi atas konsep yang telah disusun. Segera seorang *merchandiser* kembali ke *store* untuk melakukan kelengkapan dan pemasangan/pembaruan dari konsep yang telah disusun.