

BAB II

DESKRIPSI MIROTA KAMPUS

1. Sejarah Lahirnya Mirota Kampus.

Mirota Kampus merupakan perusahaan perseorangan yang didirikan pada tahun 1950, oleh bapak dan ibu Hendro Sutikno sebagai pemilik dari Mirota Kampus. Nama Mirota mempunyai arti tersendiri yakni kepanjangan dari kata minuman, roti dan tart. Di samping usaha tersebut pada tahun 1952, bapak dan ibu Hendro Sutikno mengembangkan usahanya dengan membuka toko P & D (*provision & dranken*) yang terletak di Jl. A.Yani, 75 Yogyakarta. Seterusnya perkembangan usaha PT Mirota, diteruskan oleh putera-puteri bapak Hendro Sutikno meliputi berbagai jenis usaha dengan nama *brand* MIROTA. Salah satu usaha yang organisasinya bergerak di bidang retail atau eceran yang didirikan oleh bapak Siswanto Hendro Sutikno dan Bapak Nico Sukandar. Bapak Niko Sukandar adalah saudara kandung dari Bapak Siswanto Hendro Sutikno, yang sama-sama mendirikan usaha Mirota Kampus dengan membentuk retail dan eceran *brand* Mirota Kampus pada beberapa cabang yang ada di Yogyakarta.

Dalam perkembangannya, usaha Mirota Kampus semakin maju dan di kenal oleh banyak orang. Bapak Niko Sukandar menjadi komisaris utama yang ditugaskan untuk memimpin usaha Mirota Kampus yang terletak di Jl. C. Simanjuntak, 70 Yogyakarta. Mirota Kampus sebenarnya

merupakan bagian dari PT Mirota Nayan yang menjadi perseroan terbatas pada tanggal 13 Mei 1983, yang berlokasi di Jl. Solo Km, 7. Babarsari Yogyakarta. Kemudian pada tanggal 13 Mei 1985, PT Mirota Nayan membuka cabangnya di Jl. C. Simanjuntak 70 Yogyakarta. Nama Mirota Kampus diambil berdasarkan lokasi, karena sangat dekat dengan kampus (UGM, UII, UNY, dan beberapa sekolah). Saat ini nama Mirota Kampus sudah sangat dikenal di Yogyakarta dan berdirinya cabang di Jl. C. Simanjuntak, 70 Yogyakarta merupakan titik tolak berkembangnya PT Mirota Nayan, sehingga diputuskan bahwa tanggal 13 Mei sebagai hari Jadi Mirota Kampus, PT Mirota Nayan.

Berikut merupakan visi dan misi Mirota Kampus :

2.Visi :

1. Mewujudkan Mirota Kampus sebagai rumah belanja terpercaya yang bernuansa kekeluargaan, memiliki layanan yang ramah, cepat dan tepat dengan produk yang berkualitas. Memberikan harga yang murah serta fasilitas yang aman dan nyaman.
2. Memberikan *value added* dan *benefit*. (nilai tambah dan kelebihan) bagi ibu-ibu rumah tangga dan remaja putri khususnya di kabupaten sleman, kota Yogyakarta, DIY dan sekitarnya.
3. Menjadikan Mirota Kampus sebagai rumah belanja, tujuan utama untuk menjalin kerjasama bisnis bagi para *supplier* di D.I. Yogyakarta.

4. Ikut serta melestarikan warisan bpk/ibu Hendro Sutikno yaitu perusahaan susu, *bakery* manna dan es krim Mirota.

3. Misi:

1. Menanamkan Mirota Kampus sebagai rumah belanja terpercaya dibenak ibu-ibu rumah tangga dan remaja putri di DIY secara konsisten dan berkesinambungan.
2. Memberikan layanan sepenuh hati untuk mencapai kepuasan konsumen yang maksimal.
3. Memberikan pelatihan dan pengembangan pribadi setiap karyawan Mirota Kampus sesuai dengan kebutuhan perusahaan untuk memenuhi *standard* kompetensi yang dibutuhkan.
4. Mensejahterakan karyawan, manajer dan pihak ketiga (SPG) sesuai dengan aturan pemerintah yang berlaku.
5. Menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara Mirota Kampus dengan para *supplier* di Yogyakarta.
6. Memberikan laba usaha yang maksimal guna pengembangan usaha dan kesejahteraan karyawan.
7. Menawarkan kerjasama yang saling menguntungkan bagi sesama perusahaan Mirota.

4. Tujuan / Goals Mirota Kampus

Tujuan secara umum Mirota Kampus berorientasi pada filosofi perusahaan dengan prioritas :

1. Senantiasa meningkatkan mutu layanan untuk mencapai kepuasan konsumen : *continual improvement*.
2. Meningkatkan laba guna mencapai pertumbuhan usaha yang optimal : *profit oriented*.
3. Senantiasa meningkatkan citra dan nilai perusahaan : integritas dan kredibilitas.
4. Kerjakeras, kreatif dan inovatif untuk kemajuan bersama : *hardwork creativity innovative*.
5. Kerjasama timbal balik melalui komunikasi yang terbuka, saling menghargai dan saling menguntungkan : *team work bulding*.
6. Profesional, jujur dan berdedikasi tinggi dalam menjalankan tugas : *honesty/kejujuran dan dedicated profesional*.
7. Antisipasi dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan : *adaptable*.
8. Mengembangkan potensi sumberdaya manusia : *Learning organization*.
9. Bersama-sama menciptakan suasana kekeluargaan di lingkungan kerja : *respect, kind and honour / gotong royong*.

5. Galeri Logo



(Gambar 1. Logo Mirota Kampus)

6. Arti dari Logo



(Gambar 2. Slogan Mirota Kampus)

Secara umum gambaran logo Mirota Kampus memiliki arti sebagai berikut : rasa optimis produktifitas, aman : (*safe*), nyaman : (*convenience*), lengkap : (*complete*), berkualitas : (*quality*), pelayanan : (*service*). Warna orange : komunikasi, ambisi untuk maju, ekspansi, kemakmuran dan kegembiraan, serta kehangatan (dari pelayanan).Warna hitam : *distinction* (berbeda,unik) dan *elegance* (gagah).

7. Slogan Mirota Kampus.



2005-2010

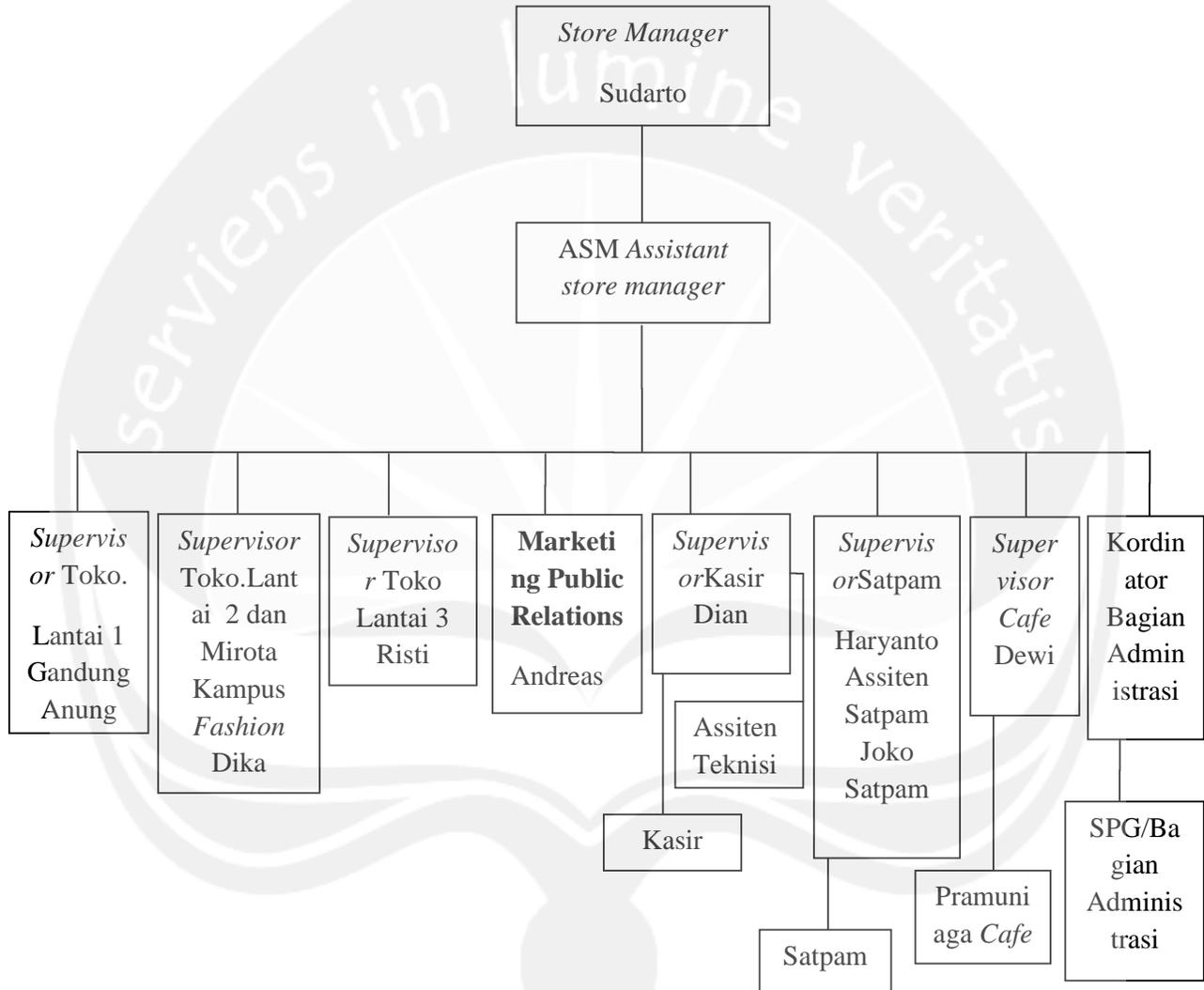
2010 (Juli)- sekarang

(Gambar 3. Slogan Mirota Kampus)

8. STRUKTUR ORGANISASI MIROTA KAMPUS SECARA

KHUSUS DIVISI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* TAHUN

2014 -2015



A. Tugas dan tanggung jawab divisi khusus *marketing public relations* di Mirota Kampus.

1. URAIAN JABATAN

Nama jabatan yang khusus bertugas dalam menangani keluhan konsumen, adalah divisi *marketing public relations*. Dalam pembentukan unit organisasi pada Mirota Kampus, divisi *marketing public relations* masuk dalam bidang usaha yang disebut sebagai PT Mirota Nayan. Berdasarkan tugas dan tanggung jawab divisi *marketing public relations*, terdapat beberapa uraian jabatan yang digunakan untuk menggambarkan tugas pokok dari divisi ini.

2. IKHTISAR JABATAN :

Berdasarkan jabatan yang diberikan secara khusus dari PT Mirota Nayan kepada divisi *marketing public relations*, pekerjaan utama yang dilakukan, dengan menjalin *relationship*, menyusun rencana dan melaksanakan program kerja kegiatan promosi dan publikasi untuk memperkenalkan PT Mirota Nayan kepada masyarakat luas dalam rangka merangsang minat konsumen dan memperluas target *market* perusahaan.

3. HASIL KERJA :

Dalam mengerjakan tugas dan pekerjaan, PT Mirota Nayan memberikan kepercayaan kepada divisi *marketing public relations*, untuk menyusun proposal dan permohonan kerjasama dengan perusahaan yang lain. Secara internal maupun eksternal, divisi *marketing public relations*,

diberikan tugas dan wewenang untuk menyusun segala bentuk kegiatan program PT Mirota Nayan. Terkait dengan kegiatan program, divisi *marketing public relations*, selalu membangun komunikasi yang baik dengan bagian divisi yang lainnya pada PT Mirota Nayan, untuk kelanjutan segala kegiatan publikasi yang berhubungan dengan toko. Tujuan dari adanya publikasi yang berhubungan dengan toko, tentunya untuk tetap menjaga kemungkinan buruk yang terjadi, dengan berkurangnya jumlah komplain konsumen.

4. BAHAN KERJA :

PT Mirota Nayan, memberikan pekerjaan yang berbeda pada setiap divisinya. Divisi *marketing public relations*, secara khusus dalam mengerjakan tugas dan tanggung jawabnya, memiliki bahan yang digunakan sebagai acuan untuk membuat program kerja. Setiap informasi yang terkait dengan persoalan konsumen, dari divisi *marketing public relations* terlebih dahulu, sudah menyusun program kerja. Program khusus kerja yang pertama, yaitu Atk. (analisi terhadap masalah komplain). Dengan adanya program tersebut, Mirota Kampus dapat mengkategorikan persoalan tersebut dengan penyelesaiannya seperti apa kepada konsumen.

Dalam menyusun program kerja, divisi *marketing public relations*, diberikan tugas dan tanggung jawab yang lain juga untuk membuat kalender *event*, sesuai dengan program kerja yang dilaksanakan di Mirota Kampus. Menentukan *event* pada hari tertentu. Misalnya hari raya 17 Agustus, hari raya Idul fitri, hari raya Natal dan *event-event* yang

lainnya. Termaksud menyusun program khusus untuk Mirota Kampus, seperti program belanja murah dan program promosi kepada konsumen.

Dalam pelaksanaan program tersebut, divisi *marketing public relations*, membuat materi khusus untuk promosi dan program. Terkait dengan program yang ada, maka divisi *marketing public relations*, untuk menjaga segala kemungkinan yang terjadi, membuat program khusus untuk mendata komplain konsumen dan identitasnya, sehingga setiap komplain yang disampaikan, Mirota Kampus dapat melakukan tindakan penyelesaian dengan baik.

Selain itu, PT Mirota Nayan, memberikan tugas dan tanggung jawab yang lain kepada divisi *marketing public relations*, yaitu dengan bertanggung jawab terhadap *supplier*. Memberikan kesempatan untuk mengecek setiap produk yang masuk pada Mirota Kampus dan mengecek setiap produk yang dikeluarkan oleh Mirota Kampus kepada *supplier*.

5. PERANGKAT KERJA :

Divisi *marketing public relations*, dalam mengerjakan tugas dan tanggung jawabnya, menggunakan beberapa fasilitas yang diberikan, sebagai penunjang untuk penyelesaian pekerjaan. Fasilitas tersebut antara lain : komputer, yang dapat digunakan untuk mempermudah dalam menyusun program kerja dan proposal perusahaan, telepon/Fax (Alat komunikasi), untuk mempermudah hubungan antara Mirota Kampus dengan pihak luar, *internet* untuk memperoleh informasi seputar urusan kerja dengan para *supplier*.

Dapat menggunakan untuk *menupload* perkembangan setiap program promosi dan belanja murah Mirota Kampus, serta menggunakannya untuk memperoleh informasi seputar komplain konsumen kepada Mirota Kampus. Fasilitas penunjang lainnya, dengan menggunakan kendaraan bermotor untuk kelanjutan dalam pekerjaan.

6. SIFAT JABATAN :

PT Mirota Nayan, setiap masuk dalam berkerja secara khusus kantor, dengan jam kerja sebagai berikut : Senin-Sabtu dari jam 07.50-15.00 wib. Toko dengan jam kerja, 07.20-09.00 wib. Untuk hari minggu, kantor diliburkan, sedangkan toko tetap dibuka seperti biasa. Terkecuali jika bertepatan dengan hari raya besar. Dengan masa kerja hanya setengah hari.

7. URAIAN TUGAS :

- a. Rincian Tugas
 1. Merencanakan bentuk sasaran usaha publikasi dan promosi untuk pedoman pelaksanaan publikasi dan promosi.
 2. Membuat proposal dan menangani permohonan kerja sama dengan pihak eksternal (*supplier*) untuk menunjang lancarnya kegiatan promosi perusahaan.
 3. Membuat dan mengaplikasikan program yang berkaitan dengan tujuan dan misi perusahaan supaya dapat menjaga dan membina keselarasan hubungan baik dengan masyarakat/instansi/konsumen.

4. Menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal perusahaan sehingga dapat memperluas target *market* atau mempermudah proses promosi perusahaan.
5. Membantu publikasi di dalam toko, melayani komplain konsumen dengan lebih *helpful* supaya citra perusahaan tetap terjaga.
6. Mengaplikasikan program internal perusahaan melalui program yang dibuat oleh atasan langsung supaya dapat menjaga hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan karyawan.
7. Memantau hasil pelaksanaan publikasi dan promosi toko agar sesuai dengan maksud dan tujuan perusahaan dalam rangka peningkatan omzet penjualan.
8. Mengevaluasi hasil pemantauan publikasi dan promosi sebagai bahan penyusunan strategi publikasi dan promosi selanjutnya.
9. Membuat dan melaporkan hasil kegiatan publikasi dan promosi sebagai bahan pertanggung jawaban dan penyusunan rencana selanjutnya.
10. Mengantisipasi dan menangani terjadinya komplain dari pihak luar agar tujuan perusahaan dalam menciptakan *image* positif dapat tercapai.
11. Melaksanakan tugas tambahan yang diberikan oleh atasan yang sesuai dengan kapasitas pekerjaan.

12. Tanggun jawab :

Untuk kelancaran setiap kerja divisi *marketing public relations*, bertanggung jawab untuk segala kegiatan publikasi dan promosi. Bertanggung jawab untuk tetap menjaga kualitas layanan dan penanganan komplain. Membangun hubungan baik dan tetap memeliharanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat luar, khususnya konsumen dan hubungan yang baik (internal) yaitu : karyawan. Memberikan kesempatan kepada setiap karyawan Mirota Kampus, untuk memperoleh informasi yang *realis/up to date* tentang kondisi eksternal (perkembangan masyarakat luar/pesaing).