

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah *Carrefour*

Carrefour Indonesia memulai sejarahnya di Indonesia pada bulan Oktober 1998 dengan membuka unit pertama di Cempaka Putih. Pada saat yang sama, *Continent*, juga sebuah PASERBA atau Pasar Serba Ada dari Perancis, membuka unit pertamanya di Pasar Festival.

Pada penghujung 1999, *Carrefour* dan *Promodes* (Induk perusahaan *Continent*) sepakat untuk melakukan penggabungan atas semua usahanya di seluruh dunia. Penggabungan ini membentuk suatu grup usaha ritel terbesar kedua di dunia dengan memakai nama *Carrefour*. Dengan terbentuknya *Carrefour* baru ini, maka segala sumber daya yang dimiliki kedua group tadi menjadi difokuskan untuk lebih memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan kami.

Penggabungan ini memungkinkan kami untuk meningkatkan kinerja pasarba - pasarba kami, mendapat manfaat dari keahlian karyawan - karyawan kami di Indonesia dan di dunia, dan mengantisipasi terjadinya evolusi ritel dalam skala nasional dan global. Fokus terhadap konsumen ini kami terjemahkan dalam 3 pilar utama kami, yang diyakini akan dapat membuat *Carrefour* menjadi pilihan tempat belanja bagi para konsumen Indonesia.

Ketiga pilar utama tersebut adalah sebagai berikut :

1. Harga yang bersaing
2. Pilihan yang lengkap

3. Pelayanan yang memuaskan

Di bulan Januari 2008 PT. *Carrefour* Indonesia berhasil menyelesaikan proses akuisisi terhadap PT. Alfa Retailindo Tbk. Saat ini, *Carrefour* Indonesia memiliki lebih dari 60 (enam puluh) gerai yang tersebar di Jakarta, Bandung, Surabaya, Denpasar, Yogyakarta, Semarang, Medan, Palembang dan Makasar yang didukung lebih dari 11,000 (sebelas ribu) karyawan profesional yang siap untuk melayani para konsumen.

Konsep *paserba* merupakan konsep perdagangan eceran yang diciptakan oleh *Carrefour* yang dirancang untuk memuaskan para konsumen. Di Indonesia, terutama di Jakarta, *Carrefour*, dengan cepat, menjadi suatu alternatif belanja pilihan bagi seluruh keluarga. Ditambah dengan adanya fasilitas - fasilitas pelengkap seperti *snack corner*, *food court*, parkir gratis di *paserba* - *paserba* tertentu, bahkan dengan adanya garansi harga dan garansi kualitas, maka *paserba Carrefour* benar - benar merupakan tempat belanja keluarga. *Carrefour* adalah pilihan belanja masa kini dan masa depan bagi konsumen di Indonesia dan di dunia.

Kantor Pusat *Carrefour* Indonesia:

Jl.Lebak Bulus Raya No.8

Jakarta Selatan - 12310

Telp: (021) 27 58 58 00

B. Visi, Misi, Tujuan, Strategi, Nilai dan Slogan

1. Visi

Dikenal dan dicintai karena membantu pelanggan dan konsumen menikmati kualitas hidup yang lebih baik setiap hari.

2. Misi

Menjadi ritel pilihan di Indonesia pada 2012

3. Tujuan

Carrefour memberi Indonesia akses untuk kehidupan yang lebih baik

4. Strategi :

1. Brand equity
2. Pertumbuhan
3. Transformasi

5. Nilai :

1. Berkomitmen
2. Peduli
3. Positif

6. Slogan

Untuk Hidup Yang Lebih Baik

C. Logo



Gambar 3

Logo Carrefour

Makna Lambang

Warna

Logo *Carrefour* dengan warna nya biru, merah dan putih memiliki arti yang sangat signifikan di balik itu: yaitu komitmen yang terus-menerus untuk pelanggan mereka. Logo diciptakan pada tahun 1966.

Huruf C dan panah di kedua sisi

Berasal dari C *Carrefour* dan panah di kedua sisi, yang mewakili pelanggan datang membentuk segala arah dan pertemuan di *Carrefour*. *Carrefour* di Cina, dengan artinya "Setiap keluarga Happy", mencerminkan nilai-nilai inti dari *Carrefour*.

E. Deskripsi Karyawan

Karyawan yang akan diteliti pada penelitian ini berjumlah 320 orang. Ini merupakan karyawan tetap dari *Carrefour*. Karyawan tetap adalah karyawan yang telah terikat kontrak kerja secara resmi oleh perusahaan. Biasanya karyawan tetap berangkat dari karyawan kontrak setelah masa kerja tertentu, karyawan kontrak diangkat menjadi karyawan tetap. Tetapi ada juga karyawan perusahaan yang langsung diangkat menjadi karyawan tetap.

A. Aktivitas Karyawan Carrefour

Aktivitas karyawan *Carrefour* di bagi menjadi 2 bagian, yaitu aktivitas tahunan dan bulanan. Berikut penjelasan singkatnya :

1. Aktivitas Bulanan

a. Rapat bulanan

Rapat bulanan adalah rapat yang dilakukan setiap bulannya. Rapat ini dilakukan setiap minggu ke 4 bulan tersebut. Ini merupakan rapat rutin yang wajib diikuti setiap karyawan. Perbedaan rapat bulanan dengan rapat tahunan di *Carrefour* yogyakarta adalah rapat bulanan hanya dilakukan perdevisi saja, sedangkan rapat tahunan dilakukan oleh semua devisi yang berkumpul menjadi 1. Dalam rapat bulanan setiap anggota dalam 1 devisi wajib untuk berkumpul dan membawa semua perkembangan dari keadaan ataupun program- program yang dijalankan selama bulan itu. Kemudia akan dilakukan evaluasi dan di dalam rapat ini

pula semua karyawan dapat menyampaikan kritik, saran, ide, gagasan mereka untuk perusahaan yang nantinya oleh kepala divisi akan diproses bersama pihak managerial. Sama juga dengan rapat bulanan, rapat tahunan ini juga merupakan salah satu aktivitas komunikasi karyawan yang merupakan perwujudan pembangunan kepuasan kerja.

b. *Employee of The Month*

Pemberian penghargaan bagi karyawan terbaik di bulan tersebut. Karyawan yang memperoleh penghargaan tersebut berhak mendapatkan hadiah berupa voucher belanja di *Carrefour* dari perusahaan. Sertifikat dan fotonya akan dipublikasikan atau di pameran di kantor dan diletakkan di tempat yang strategis untuk dapat dilihat oleh semua karyawan maupun tamu. Hal ini dilakukan agar semua publik baik internal maupun eksternal dapat mengetahui siapa karyawan terbaik pada bulan itu. Dan penerimaan hadiah dan slem pang penghargaanapun dilakukan di dalam toko agar dapat diketahui oleh semua pihak. Pemilihan *Employee of The Month* dilakukan dengan cara masing – masing divisi mengirimkan 1 orang perwakilan untuk mengikuti pemilihan ini, kemudian semua wakil akan di test oleh jajaran direksi, yaitu diberi pertanyaan yang berhubungan dengan perusahaan. Karyawan yang dapat

mengerjakan test dan menjawab pertanyaan – pertanyaan dengan baik yang akan menjadi *Employee of The Mont*. Karyawan ini dipilih berdasarkan prestasi kerja, semangat, motivasi dan pengetahuannya terhadap perusahaan.

c. *Coffe morning*

Kegiatan *Coffe morning* ini dilakukan setiap 1 bulan sekali, *Coffe morning* dilakukan pada minggu pertama setiap bulan tersebut. *Coffe morning* dilakukan pada pagi hari sebelum toko buka, karyawan diwajibkan datang lebih awal. Pada saat *coffe morning* semua karyawan wajib datang dan berkumpul serta diberi pengarahan sambil menyantap makanan ringan dan menikmati *coffe* bersama-sama. Dalam *Coffe morning* ini karyawan diperbolehkan untuk mengajukan ide, gagasan ataupun kritk dan saran terhadap perusahaan. Ini bertujuan agar karyawan dapat menuangkan segala pemikirannya untuk perusahaan dan lebih akrab dengan karyawan lainnya maupun dengan atasan. Dan bertujuan pula agar karyawan lebih semangat dalam bekerja.

2. Aktivitas Tahunan

a. Rapat Tahunan

Rapat tahunan merupakan kegiatan yang dilakukan secara teratur 1 tahun 1 kali. Dalam rapat, seluruh karyawan diharapkan datang

semua dengan membawa hasil pekerjaan dan segala perkembangan yang dilakukan selama 1 tahun. Rapat ini berfungsi untuk mengevaluasi keseluruhan kegiatan yang dilakukan karyawan, dan efek yang terjadi. Rapat ini juga untuk menilai keberhasilan atau kegagalan program-program yang telah dilakukan kemudian apabila ada program yang dirasa kurang berhasil. Dalam rapat ini juga akan dibahas masalah-masalah yang sedang dihadapi perusahaan dan setelah menemukan apa yang menjadi masalah maka dalam langkah selanjutnya diupayakan bagaimana cara menyelesaikannya. Rapat tahunan merupakan salah satu aktivitas kegiatan karyawan yang memberikan informasi kepada karyawan dan dapat memicu kepuasan kerja. Karena di dalam rapat tahunan dapat terjalin adanya komunikasi dua arah antara pekerja dengan manajemen. Melalui komunikasi yang dilakukan pihak manajemen maupun pekerja dapat lebih saling memahami dan mengerti keinginan dan kebutuhan masing – masing pihak sehingga dapat diperoleh adanya win win solution yang pada akhirnya bisa meningkatkan kepuasan kerja karyawan.

b. *Employee of The year*

Pemberian penghargaan terhadap karyawan dari hasil seleksi karyawan yang mendapat penghargaan *Employee of the Month*. Dan dari hasil penyaringan dari 12 kandidat yang memperoleh penghargaan *Employee of the Month* akan dipilih 1 orang untuk

dinobatkan sebagai *Employee of The Year* dan memperoleh uang tunai, voucher dan sertifikat. Pemilihan *Employee of The Year* ini dilakukan seperti pemilu, jadi yang mendapat suara paling banyak itulah yang akan menjadi *Employee of The Year*.

c. Kegiatan *Outing*

Kegiatan *Outing* adalah kegiatan rekreasi yang dilakukan dan diadakan diluar jam kerja. Biasanya masing – masing devisi mengadakan outing tersebut bersama keluarga karyawan. Prosedur pelaksanaan kegiatan ini harus mengajukan proposal kepada General manager lewat *Head Department*. Apabila proposal disetujui oleh General manager maka seluruh biaya mulai dari transportasi dan akomodasi akan ditanggung oleh pihak perusahaan.

B. Media Komunikasi Karyawan

Media yang digunakan di *Carrefour* untuk menyampaikan keluhan, saran, kritik dan masukan dari karyawan ke atasan atau atasan ke karyawan dibagi menjadi dua yaitu :

1. Media Tulisan

f. Papan Pengumuman

Papan pengumuman yang ditujukan untuk semua karyawan dari perusahaan di *Carrefour* dipasang di ruang ganti atau satu ruangan dengan loker karyawan. Ini bertujuan agar semua karyawan dapat melihat dan membaca informasi yang disampaikan. Pengumuman

yang ditujukan untuk karyawan biasanya bersifat resmi, yaitu yang berhubungan dengan kegiatan atau kepentingan perusahaan yang menurut perusahaan perlu diketahui oleh karyawan. Papan pengumuman berisi kebijakan – kebijakan perusahaan untuk karyawan, kegiatan untuk karyawan, dan berbagai informasi untuk karyawan.

g. Memo

Memo ini lebih khusus biasanya, pesan khusus untuk seseorang dalam hal tertentu. Memo digunakan untuk memberitahukan sesuatu hal kepada seseorang biasanya bersifat lebih personal. Memo digunakan dari atasan kepada bawahannya. Memo di *Carrefour* biasanya dipakai jika atasan ingin memanggil bawahannya untuk suatu hal tertentu. Misalnya kepala divisi ingin memanggil *Team Leader* nya untuk membicarakan masalah dalam divisinya.

h. Kotak Saran dan Kritik

Kotak saran dan kritik ini disediakan untuk menampung keluhan dan masukan dari seluruh karyawan untuk atasan maupun perusahaan. Di *Carrefour* kotak saran dan kritik ini merupakan sarana komunikasi, karena jika seorang karyawan tidak berani secara lisan menyampaikan ide ataupun keluhannya maka dapat ditampung dengan media ini. Kotak saran dan kritik ini akan dibuka setiap bulan pada rapat bulanan, dan akan dicari solusi

maupun pemecahannya guna memperlancar dan memperbaiki kualitas komunikasi.

i. Buletin

Buletin karyawan di *Carrefour* diterbitkan tiap bulan sekali dan biasanya pada akhir bulan. Buletin ini bernama *Gapura*, yaitu *internal magazine* yang memuat seluruh kegiatan *Carrefour* baik lokal maupun nasional. Karena buletin ini dibuat secara nasional. Buletin ini berisi mengenai kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh karyawan selama 1 bulan dan memuat mengenai informasi – informasi dari perusahaan. Serta memuat kegiatan perusahaan yang telah dilakukan, agar karyawan tidak tertinggal mengenai informasi perusahaan baik lokal maupun nasional. Seperti *Employee of The Month* pasti akan diterbitkan di buletin untuk memberitahukan dan memberi contoh pada karyawan lain.

2. Media Lisan

1. Berita Karyawan

Berita karyawan ini yang dimaksud adalah penyampaian informasi dari atasan kepada bawahan secara langsung. Karyawan biasanya dijelaskan mengenai tugas – tugas dan kewajiban yang harus dilakukan selama jam kerja. Berita karyawan ini biasanya dilakukan dengan *breafing* maupun pemanggilan secara langsung.