

BAB II

DESKRIPSI MIROTA KAMPUS

A. Sejarah Lahirnya Mirota Kampus

PT Mirota merupakan perusahaan perseorangan yang didirikan pada 1950 oleh Hendro Sutikno (Tan Kim Tik) dan Tini Yulianti (Nyoo Tien Nio). Berlokasi di Jl. FM. Noto 7 Kotabaru Yogyakarta. Usaha pertamanya adalah minuman, roti dan tart yang di singkat menjadi MIROTA dan sekaligus menjadi merek dagang. Pada tahun 1952 mengembangkan usaha dengan membuka toko P&D (Provision & Dranken) yang terletak di Jl. A. Yani 75 Yogyakarta. Pada tahun 1980 berdirilah sebuah rumah makan dengan nama “MIROTA NAYAN” di Jl. Solo km 8 Yogyakarta. Rumah makan ini didirikan oleh Bapak Siswanto HS selaku pemilik dan Direktur Utama. Kemudian sempat berpindah ke Babarsari, Pacinan, Catur Tunggal, Sleman yang terletak di Jl. Solo km 7 Yogyakarta serta menambah usaha dengan menjual alat tulis, *food* dan *drink*. Selanjutnya tahun 1983, usaha ini disahkan oleh Notaris RM. Soeryanto Partaningrat,SH dengan nama “PT. Mirota Nayan”. Akta ditandatangani oleh Bapak Siswanto HS sebagai Direktur Utama dan Bapak Nico Sukandar sebagai *General Manager*. Tahun 1985 tepatnya pada tanggal 13 Mei, PT. Mirota Nayan memperluas usahanya dengan membuka toko buku dan alat-alat tulis di Jl. C. Simanjuntak No. 64C Yogyakarta, dengan nama “Mirota Kampus”. Sejak saat itu tanggal 13 Mei diperingati sebagai tanggal kelahiran “Mirota Kampus”. Mirota Kampus Jl. C. Simanjuntak 70 sudah

berkembang hingga memiliki 3 lantai di tahun 1988. Kemudian Mirota Kampus membuka cabang yang terletak di Jl. Menteri Supeno 38 Yogyakarta pada tanggal 29 Agustus 2010. Tepatnya pada tanggal 15 Juni 2011, Mirota Kampus terus mengembangkan outlet Mirota Palagan menjadi Mirota Kampus Palagan yang terletak di Jl. Palagan Tentara Pelajar No.31 Yogyakarta. Tanggal 1 Januari 2012, Mirota Kampus mengembangkan outlet Mirota Godean menjadi Mirota Kampus Godean yang terletak di Jl. Godean Km. 2,8 Yogyakarta.

Selanjutnya perkembangan usaha PT Mirota diteruskan oleh putera-puteri Bapak Hendro Sutikno dengan berbagai jenis usaha dengan *brand* “MIROTA”. Salah satunya bergerak dibidang retail atau eceran yang didirikan oleh anak ke-2 Bapak dan Ibu Hendro Sutikno. Bapak Siswanto Hendro bersama sahabatnya Bapak Nico Sukandar membuka Mirota Kampus sebagai merek dagang dengan nama perusahaan yang terdaftar hukum PT (Perseroan Terbatas) Mirota Nayan. Toko pertama berdiri pada 13 Mei 1983, berlokasi di Jl. Solo Km.7 Babarsari. Toko kedua berdiri pada 13 Mei 1985 berlokasi di Jl. C. Simanjuntak 70 Yogyakarta. Hingga pada tahun 2012, PT. Mirota Nayan memiliki tiga cabang lain yang terletak di Jl. Menteri Supeno No. 38 Yogyakarta, Jl. Palagan Tentara Pelajar No. 31 Yogyakarta dan Jl. Godean KM. 2,8 Yogyakarta.

Penamaan Mirota Kampus bukan tanpa sebab, letaknya yang berdekatan dengan kampus (UGM, UII, UNY) dan sekolah (SMP 1, SMP 8, SMU 6, MAN 1, SMU 9, SMU 11) adalah alasan dari penamaan tersebut. Dengan logo “Mirota Kampus - Rumah Belanja Terpercaya” Mirota Kampus menyediakan berbagai

kebutuhan barang-barang kelontong dan kebutuhan sehari-hari. Berbeda dengan empat toko lainnya, Mirota Kampus yang terletak di Jl. C. Simanjuntak 70 memiliki tiga lantai. Lantai pertama berisi barang-barang kebutuhan pokok seperti beras, gula, buah, *snack*, biskuit, permen, minuman, *cooking needs*, *ice cream*, kosmetik (peralatan mandi), alat-alat rumah tangga, parfum, dsb. Lantai dua berisi kebutuhan sandang seperti pakaian, sepatu, tas, ikat pinggang, topi, bantal, selimut, handuk, dasi, *baby & kids needs*, kosmetik (peralatan *make up*). Lantai tiga menjual barang *stationary*, barang-barang elektronik, alat olah raga, aksesoris, *souvenir*, mainan anak dan istana kado.

Dengan segmentasi pasar adalah pelajar, mahasiswa dan dan ibu-ibu muda (usia 15 – 45 tahun), Mirota Kampus memposisikan sebagai tempat belanja yang murah. Seperti slogan yang di publikasikan “Belanja LUAR BIASA Murah”.

B. Logo Mirota Kampus



Gambar 2.1. Logo Mirota Kampus Lengkap Dengan Tulisan

(Logo yang digunakan sebagai merek dagang Mirota Kampus)

(Sumber : Data *Design* Grafis Mirota Kampus)

Arti dari logo



Gambar 2.2. Logo Mirota Kampus

(Sumber : Data *Design Grafis* Mirota Kampus)

Logo Mirota Kampus dengan lima garis yang dinamis melambangkan rasa optimis akan masa depan dan menggambarkan derap produktifitas. Rincian makna kelima garis tersebut adalah sebagai Aman (*Safe* : untuk dikunjungi dan dikonsumsi produknya), Nyaman (*Convenience*), Lengkap (*Complete*), Berkualitas (*Quality*) dan Pelayanan (Servis yang baik dan ramah). Warna *orange* berasosiasi pada komunikasi, ambisi untuk maju, ekspansi, kemakmuran dan kegembiraan (*cheerfulness*). Efek fisiknya berupa kehangatan (dari pelayanan). Warna hitam berasosiasi pada *distinction* (beda, lain dari pada yang lain) dan *elegance* (gagah).

C. Visi dan Misi Mirota Kampus

Visi :

Mirota Kampus adalah Rumah Belanja Terpercaya, dimana mempunyai keinginan ke depan menjadikan Mirota Kampus sebagai Rumah Belanja dengan memberikan layanan yang ramah, cepat dan tepat, produk yang berkualitas, harga yang murah dan fasilitas yang aman dan nyaman. Dengan demikian Mirota Kampus mempunyai nilai lebih atau dapat di percaya oleh masyarakat Yogyakarta.

Misi :

1. Meningkatkan kualitas layanan (Internal dan Eksternal) untuk kepuasan konsumen. Mirota Kampus adalah “Kualitas layanan”. Nuansa kekeluargaan dengan memberikan layanan yang ramah, cepat, produk yang berkualitas, dan harga yang murah merupakan komitmen Mirota Kampus.
2. Mengoptimalkan program-program penjualan melalui strategi penjualan “Belanja Luar Biasa Murah”.

D. Slogan Mirota Kampus

SLOGAN MIROTA KAMPUS



Gambar 2.3. Slogan Mirota Kampus

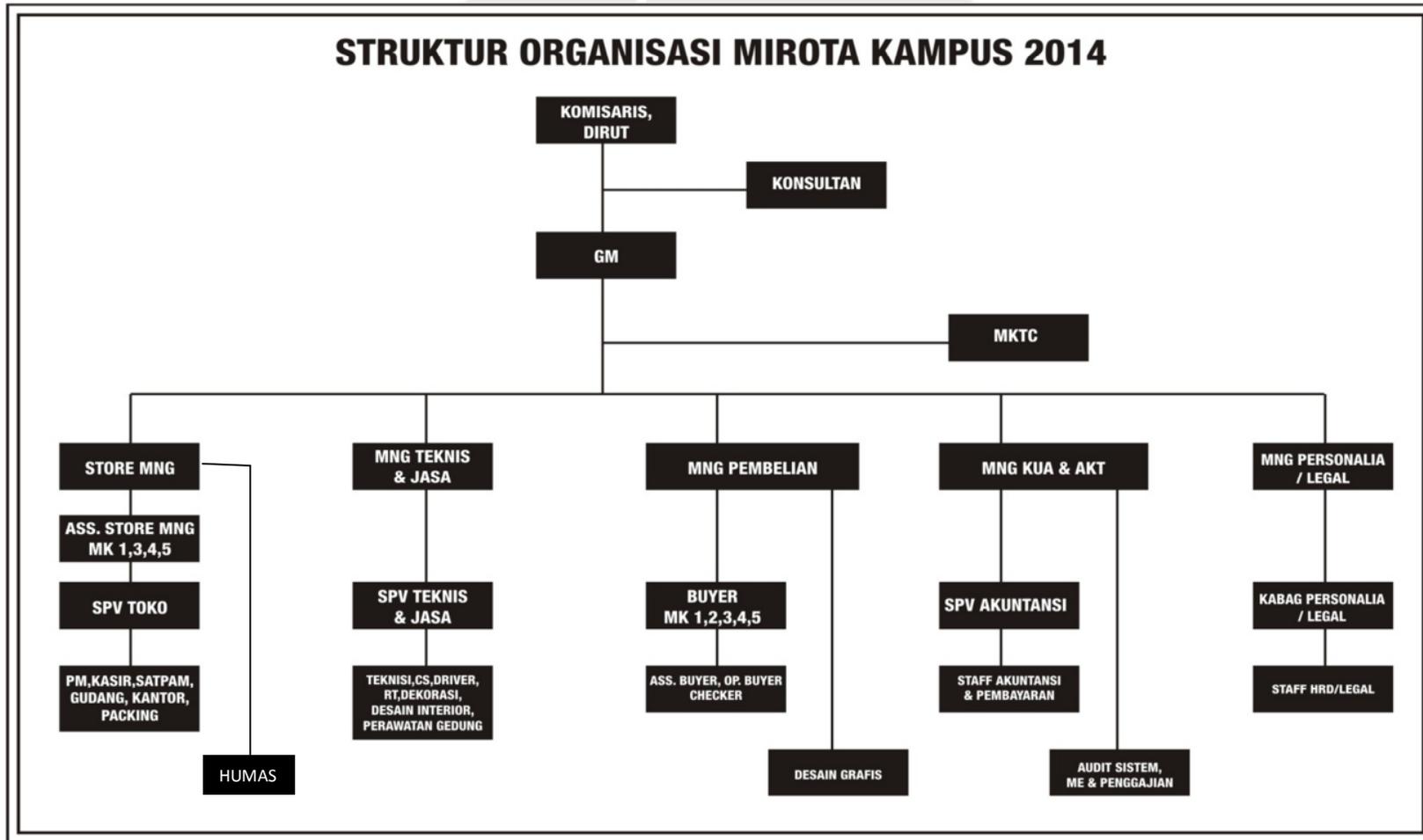
(Sumber : Data *Staff Public Relations* Mirota Kampus)

E. Tujuan / Goals Mirota Kampus

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

1. Senantiasa meningkatkan mutu layanan untuk mencapai kepuasan konsumen
2. Meningkatkan laba guna mencapai pertumbuhan usaha yang optimal
3. Senantiasa meningkatkan citra dan nilai perusahaan
4. Kerja keras, kreatif dan inovatif untuk kemajuan bersama
5. Kerjasama timbal balik melalui komunikasi yang terbuka, saling menghargai dan saling menguntungkan
6. Profesional, jujur dan berdedikasi tinggi dalam menjalankan tugas
7. Antisipasi dan adaptasi terhadap perubahan lingkungan
8. Mengembangkan potensi sumber daya manusia
9. Bersama-sama menciptakan suasana kekeluargaan di lingkungan kerja

F. Struktur Organisasi



Bagan 2.1. Struktur Organisasi Mirota Kampus Jl. C. Simanjuntak

(Sumber : Data Mirota Kampus *Training Center* (MKTC) Manager)

Dalam struktur organisasi, *staff* humas Mirota Kampus berada pada posisi di bawah jabatan *store manager*. Posisi praktisi *public relations* tidak memiliki batasan komunikasi terhadap atasan. Dalam artian ketika atasan memberikan tugas kepada praktisi *public relations*, maka praktisi *public relations* memiliki wewenang melakukan komunikasi langsung terhadap atasan dan dapat melewati birokrasi yang ada. Namun tetap ada koordinasi antara praktisi *public relations* terhadap atasannya yaitu *store manager*. *Staff* humas Mirota Kampus memiliki beberapa tugas utama. Berikut adalah uraian tugas *staff* humas Mirota Kampus :

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 (*suplyer*) 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 omset 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.

Selain tugas yang harus dijalankan, *staff* humas Mirota Kampus juga memiliki beberapa tanggung jawab, yaitu :

1. Kelancaran kegiatan publikasi dan promosi
2. Kualitas layanan dan penanganan komplain
3. Terpeliharanya hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat luar, khususnya konsumen dan hubungan yang baik (*internal*) yaitu karyawan
4. Tersedianya informasi yang *realis/ up to date* tentang kondisi eksternal (perkembangan masyarakat luar/ pesaing)