

BAB III

DESKRIPSI UMUM RAMAYANA DI PLAZA ANDALAS PADANG

3.1 Sejarah Ramayana

Ramayana *Department Store* didirikan oleh bapak Paulus Tumewu pada tahun 1974, berawal dari sebuah toko busana sederhana di Jl. H. Agus Salim (Sabang) Jakarta Pusat. Kiprah usaha Paulus di bisnis eceran ini boleh dikatakan memang tak terlepas dari latar belakang keluarganya sendiri yang sebagian besar memang bergelut dalam usaha eceran. Mereka telah membayangkan sebuah *Department Store* yang menjual barang-barang berkualitas dengan harga terjangkau untuk segmen berpenghasilan menengah ke bawah. Dari hasil kerja kerasnya bersama istrinya, Lie Cuan, Paulus berhasil mewujudkan sebuah toko yang diberi nama Ramayana. Saat itu tokonya hanya memperkerjakan sekitar 40 tenaga kerja.

Paulus ini boleh dikatakan memulai segalanya dari awal sekali. Kendati masih berbentuk sebuah toko kecil pada waktu itu Ramayana sudah menerapkan prinsip *swalayan* (melayani sendiri) meski dalam taraf kecil-kecilan. Seiring dengan bergesernya perekonomian di dalam negeri, konsumen Indonesia tampak mulai mengenali konsep Toserba. Menyadari kenyataan itu, Paulus mulai berpikir untuk memperluas usahanya dengan membuka satu cabang Ramayana dikawasan Blok M. Sejalan dengan hadirnya cabang Ramayana ini pada tahun 1978, Paulus juga mulai memberi bendera bagi usahanya dengan nama PT. Ramayana Lestari Sentosa, Tbk. Serta anak perusahaan Ramayana lainnya yang diberi nama Robinson dan Cahaya di bawah bendera PT. Ramayana Group. Mereka membuka toko pertama mereka yang khusus terutama di garmen dan pakaian di Jalan Sabang. Mereka bernama toko mereka "Ramayana Fashion Store". Dengan pertumbuhan yang baik dari toko, bisnis baru yang ditambahkan produk yang selaras dengan fokus bisnis asli, yang garmen dan pakaian.

Pada tahun 1985, mode pakaian seperti sepatu, tas, aksesoris diperkenalkan. Bergerak maju dengan optimisme, Ramayana juga memperluas coverage area nya. Pada tahun yang sama toko outlet pertama di luar Jakarta dibuka di Bandung. Pada tahun 1989 Ramayana telah menjadi jaringan ritel, yang terdiri dari 13 gerai dan mempekerjakan sebanyak 2.500 pekerja. Berbagai produk yang dijual juga menjadi lebih luas untuk mencakup kebutuhan rumah tangga, mainan dan alat tulis. Tak lama kemudian, pada tahun 1993 pusat perbelanjaan one stop shopping dilaksanakan di setiap toko Ramayana karena jangkauan produk dan harga yang terjangkau.

Ramayana terus tumbuh, meliputi kota-kota lebih banyak dan membangun jaringan ritel yang lebih besar. Saat ini, Ramayana mengoperasikan 115 gerai di 42 kota besar dengan total area penjualan kotor sebesar 765.735 meter persegi, yang mempekerjakan 17.867 karyawan. Perusahaan keluarga tradisional telah berkembang menjadi bisnis raksasa ritel modern. Cerita mengesankan pertumbuhan Ramayana atas waktu yang relatif singkat dari 29 tahun sebagian besar kontribusi dari kerja keras, dedikasi karyawan dan fokus bisnis yang terus berlangsung yang pada penyediaan penghasilan dasar menengah kebawah dengan nilai yang sangat baik untuk barang dagangan uang dengan menyediakan produk-produk berkualitas dengan harga terjangkau (Annual Report, 2023).

3.2 Profil Ramayana

Kota Padang menjadi salah satu kota yang berkembang di Indonesia dengan tingkat pertumbuhan penduduk dan pertambahan pendapatan menjadi peluang bagi pebisnis untuk membangun usaha baru di Kota Padang. Sebelum menjadi *Plaza* Andalas, lokasi ini adalah kuburan Belanda, kemudian dilakukan pemindahan tempat ini diubah menjadi Terminal Bus Lintas Andalas yang dikenal Terminal Andalas. Pemerintahan Kota Padang menutup tempat tersebut dan merubahnya menjadi *Plaza* Andalas dengan kerjasama antara pemerintah Kota Padang dan PT Inti Griya Primasakti melalui kontrak nilai Investasi. *Plaza* Andalas resmi dibuka pada 1 Februari 2006, sejak masa

itu tempat ini menjadi pusat perbelanjaan terbesar di Padang, dengan empat lantai yang menawarkan berbagai produk dan layanan (Annual Report, 2023).

Letak usaha menjadi pengaruh bagi keberhasilan suatu perusahaan, kelancaran aktifitas serta keberlangsungan hidup dari perusahaan. Lokasi yang strategis mampu membuat perusahaan semakin dikenal serta memudahkan para konsumen untuk menemukan lokasi usaha. Ramayana Plaza Andalas Padang bertempat di Jl. Belakang Lintas No.2f, Olo, Kecamatan Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat. Plaza Andalas buka setiap hari dengan jam operasional *weekday* (hari kerja) 10.00-21.00 WIB, *weekend* (akhir pekan) 10.00-22.00 WIB.

Lokasi Ramayana di Plaza Andalas Padang berdekatan dengan Pasar Raya Padang Barat, serta berjarak sekitar 3 km menuju Pantai Padang. Struktur Ramayana terdiri dari lantai satu hingga lantai tiga di Plaza Andalas Padang. Plaza Andalas juga menyediakan tempat kunjungan dalam berbagai aspek seperti :

1. Tempat bermain anak-anak yang terletak di lantai 4,
2. Berbagai restoran hingga makanan ringan terletak di lantai 1 dan lantai
3. Toko kosmetik terletak di lantai 1,
4. Toko elektronik terdiri atas laptop, handphone terletak di lantai 2 dan lantai 3,
5. Terdapat bioskop Cinema XXI di lantai 4 yang dilengkapi berbagai teater untuk menampilkan film-film terbaru.

Banyak pilihan yang disediakan Plaza Andalas menjadi pusat perbelanjaan yang masih aktif dikunjungi konsumen. Ramayana *Department Store* menjadi kunci daya tarik tinggi bagi konsumen yang menempati beberapa lantai yaitu:

Lantai 1 terdiri atas *supermarket*, bagian hall depan terdapat barang-barang murah seperti pakaian remaja pria mulai dari baju hingga celana dengan berbagai model, koper, sepatu yang beragam juga murah ada pada hall depan.

Lantai 2 terdiri atas produk-produk busana wanita yang terdiri dari pakaian remaja wanita, dewasa, pakaian dalam wanita, produk-produk busana pria terdiri dari jaket, pakaian Muslim, celana berbagai model tentu masing-masing memiliki merek yang berkualitas.

Lantai 3 terdiri atas produk-produk busana anak-anak serta aksesoris sepatu dan tas untuk berbagai kalangan mulai dari usia anak-anak, remaja hingga dewasa.

3.3 Visi dan Misi Ramayana

Visi : Hadir sebagai solusi market massal dalam produk *fashion*.

Misi : Menghadirkan pengalaman berbelanja yang seru dan menyenangkan dengan jaminan produk berkualitas, bergaya keren dan dengan harga yang terjangkau. Ramayana telah hadir di dunia fasion retail selama lebih dari empat dekade. Perjalanan yang panjang telah membangun reputasi dengan baik. Tidak kalah penting adalah untuk tetap menjaga hubungan erat dengan para pemasok, karyawan dan investor. Sebagai apresiasi dan loyalitas kepada para pelanggan, Ramayana meyakini bahwa transformasi berperan penting dalam memenuhi apa yang pelanggan butuhkan, tak hanya di segmen *fashion retail*, tetapi juga produk dan layanan lainnya yang merancang tren gaya hidup masa kini. Selain itu perusahaan juga berperan penting sebagai mitra pemerintah dalam hal menyediakan lapangan pekerjaan, memberikan pemasukan ke pemerintah selaku usaha dan membantu menaikkan pendapatan daerah (Annual Report, 2023).

3.4 Produk Unggulan Ramayana

Ramayana di Plaza Andalas Padang menjadi salah satu *department store* terkemuka yang menawarkan berbagai produk unggulan, terutama dalam kategori pakaian dan barang-barang kebutuhan sehari-hari. Produk unggulan pada Ramayana sebagai berikut :

1 Fashion.

Fashion adalah gaya berpakaian yang digunakan setiap hari oleh seseorang, baik itu dalam kehidupan sehari-harinya ataupun acara tertentu dengan tujuan untuk menunjang penampilan. Fashion tidak hanya berkaitan dengan gaya berpakaian saja, akan tetapi berhubungan dengan gaya aksesoris, kosmetik, gaya rambut, dan lain-lain yang dapat menunjang penampilan seseorang. Fashion secara umum di atas, Ramayana di Plaza Andalas Padang memiliki produk seperti jenis pakaian, aksesoris, sepatu, sandal dan juga kosmetik. Fashion menjadi produk unggulan utama di Ramayana serta menjadi konsentrasi pertama dari pemasaran untuk setiap kalangan. Barang jenis fashion ini sering didapati potongan harga atau diskon.

1. Supermarket.

Supermarket adalah tipe jasa penjualan secara eceran yang berstruktur dengan menyediakan berbagai macam barang dagangan (mencakup bahan makanan, minuman, dan beberapa produk non makanan) yang dioperasikan dengan sistem swalayan dan pelayanan menawarkan harga yang menarik. Jenis produk-produk supermarket menguatkan eksistensi Ramayana terutama bagi pemenuhan kebutuhan rumah tangga, hal ini semakin melengkapi target pasar Ramayana diberbagai kalangan.

2. Promosi dan diskon.

Ramayana sering mengadakan promosi menarik seperti diskon besar-besaran pada produk tertentu, diskon hari besar di tiap tahunnya, hingga promo serba Rp50.000., yang menarik perhatian konsumen.

3. Member Card.

Ramayana menyediakan media digital untuk memudahkan anggota dalam mengakses berbagai produk layanan dan informasi terkait keanggotaan mereka. Adanya member card akan mendapat beragam keuntungan seperti kemudahan bertransaksi, belanja praktis dengan poin,

promo dan diskon khusus member. Anggota akan mendapat penawaran setiap hari agar berkesempatan mendapatkan *flash sale* setiap harinya tentunya dengan *member card* maka anggota akan mendapatkan harga yang lebih murah. Dengan mendownload aplikasi Ramayana *member card* serta kumpulkan koin sebanyak mungkin agar mendapatkan potongan harga yang besar.

4. Pelayanan pelanggan. Ramayana berusaha memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi pelanggan hingga saat berbelanja konsumen menjadi nyaman karna pelayanan yang baik ditambah dengan jumlah karyawan disetiap titik produk belanja mejadikan konsumen merasa dihargai saat berbelanja ditoko (Annual Report, 2023).

3.5 Macam-Macam Diskon

Menurut Philip Kotler ada beberapa macam bentuk dari diskon, yaitu:

1. Diskon Tunai

Diskon tunai adalah pengurangan harga untuk pembeli yang membayar tagihan secara tunai atau tepat pada waktunya. Diskon tunai biasanya ditetapkan sebagai suatu presentase harga yang tidak perlu dibayar. Diskon tunai ini diberikan kepada pembeli karena syarat-syarat tertentu telah ditetapkan penjual (harga resmi yang tertera pada brosur harga). Misalnya diskon 30% untuk pembayaran tunai, sehingga pembeli hanya membayar 70% dari harga normal.

2. Diskon Kuantitas

Diskon kuantitas merupakan pengurangan harga bagi pembeli yang membeli dalam jumlah besar. Diskon ini dapat diberikan berdasarkan jumlah unit yang dipesan untuk suatu periode, misalnya diskon Rp50.000 untuk setiap pembelian diatas Rp500.000. Penghematan ini meliputi pengurangan biaya penjualan, persediaan, dan pengangkutan. Diskon memberikan insentif bagi pelanggan untuk membeli lebih banyak dari seorang penjual dan tidak membeli dari banyak sumber.

3. Diskon Fungsional

Diskon fungsional juga disebut diskon perdagangan, ditawarkan oleh produsen pada para anggota saluran perdagangan jika mereka melakukan fungsi-fungsi tertentu seperti menjual, menyimpan, dan melakukan pencatatan. Produsen boleh memberikan diskon fungsional yang berbeda bagi saluran perdagangan yang berbeda karena fungsi mereka berbeda-beda, tetapi produsen harus memberi diskon dalam tiap saluran perdagangan.

4. Diskon Musiman

Diskon musiman merupakan pengurangan harga untuk pembeli yang membeli barang atau jasa diluar musimnya. Misalnya toko pakaian memberikan diskon 20% selama musim liburan atau akhir tahun. Diskon ini bertujuan untuk mendorong konsumen membeli lebih banyak selama periode tertentu ketika permintaan cenderung tinggi. Hotel, motel, dan perusahaan penerbangan juga menawarkan diskon musiman pada periode-periode yang lambat penjualannya.

5. Potongan

Potongan merupakan pengurangan dari daftar harga. Misalnya, potongan tukar tambah dan potongan promosi. Potongan tukar tambah adalah pengurangan harga yang diberikan untuk menyerahkan barang lama ketika membeli yang baru. Potongan tukar tambah paling umum terjadi dalam industri mobil dan juga terdapat pada jenis barang tahan lama lain. Potongan promosi merupakan pengurangan pembayaran atau harga untuk memberi imbalan pada penyalur karena berperan serta dalam pengiklanan dan program pendukung penjualan (Kotler, 2005:162).