

BAB III
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1. Sejarah Singkat dan Perkembangan Perusahaan

Berbicara mengenai sejarah dan perkembangan Galleria Matahari Plaza Surabaya tidak terlepas dari sejarah dan perkembangan Matahari sebagai mata rantai toko (chain store). Hari Darmawan adalah sebuah nama di balik suksesnya Matahari group. Ia memulai usahanya dengan membeli toko Mickey Mouse, sebuah toko kecil seluas lebih kurang 150 meter persegi yang terletak di jalan Pasar Baru nomor 110 Jakarta, pada tanggal 24 Oktober 1958. Toko inilah yang merupakan cikal bakal Matahari Group. Pada saat itu beliau masih berusia 18 tahun. Toko ini bergerak di bidang busana, dan setelah empat belas tahun beliau mengelola toko ini, kemudian pada tahun 1972 beliau membeli sebuah toko lagi yang lebih luas daripada Mickey Mouse, yaitu toko De Zon, yang artinya "Sinar Matahari". Nama itulah yang kemudian dipakai untuk seluruh toko yang akan dibuka dimasa mendatang, yang kemudian disingkat menjadi Matahari.

Dalam perkembangannya toko Matahari mengalami kemajuan yang pesat, sehingga sampai saat ini Matahari

group telah memiliki 58 cabang, yang salah satu cabangnya adalah Galleria Matahari Plaza Surabaya.

Selama kurun waktu 1958-1972 toko Mickey Mouse "berjalan seorang diri" dan mempertahankan eksistensinya dengan daya dan dana yang dihasilkan oleh toko itu sendiri. Pada saat itulah Bapak Hari Darmawan mempelajari segala sesuatu tentang pengelolaan toko eceran. Saat itulah Beliau meletakkan pedoman dasar beroperasinya organisasi dagangnya, yang pada kemudian hari dipergunakan sebagai "Filosofi Matahari Group", yang terdiri dari lima prinsip sehingga dapat pula disebut sebagai "Panca Karsa Matahari Group".

Setelah landasan idiil ini beliau letakkan dan tertata dengan tertib serta telah lulus teruji dalam pelaksanaan praktek sehari-hari, maka di atas landasan yang kuat tersebut beliau mulai mengembangkan tokonya baik secara fisik maupun mutunya.

Mulai tahun 1973 sampai dengan tahun 1979, yakni selama jangka waktu tujuh tahun beliau mencoba berkembang sekaligus memecahkan berbagai persoalan. Persoalan-persoalan tersebut pada tahap pertama terkadang hanya berupa teori, baru kemudian pada tahap kedua teori tersebut berubah menjadi nyata, yang kemu-

dian harus dipecahkan dan dicarikan jalan keluarnya.

Setelah melalui tahap evaluasi yang panjang, maka pada tahun 1980, beliau menggulung lengan bajunya, terbang "tinggal landas" dan melesat bagaikan anak panah yang lepas dari busurnya.

Tokonya bertambah dari tahun ke tahun, dari dua menjadi tiga, empat, lima,.....,duapuluh, sampai pada akhirnya mencapai jumlah 58 buah pada tanggal 17 Februari 1995 dengan dibukanya Matahari Department Store cabang Manado.

Filosofi Matahari Group semula hanya disebarluaskan dari mulut ke mulut (secara lisan), dan baru pada tahun 1981 filosofi tersebut diformulasikan secara baku dan tertulis sehingga lebih mudah dikenal dan disimak oleh warga Matahari dari hari ke hari serta diimplementasikan ke dalam praktek yang nyata.

Pengelolaan oleh Bapak Hari Darmawan yang cepat dan menggebu serta tepat dan pasti untuk urusan barang, uang, mutu dan waktu membuat perkembangan Matahari Group menjadi tak terbendung. Pengelolaan yang menyangkut sumber daya manusia beliau terapkan dengan pendekatan individuil, teduh, damai, dan datang dari dua arah, membuat Matahari Group menjadi satu "keluarga besar" yang kuat berakar. Bapak Hari Darmawan

berkeyakinan bahwa orang harus "dimatangkan" lebih dahulu bila kita menginginkan berkembangnya suatu organisasi. Itulah sebabnya training di Matahari sangatlah berkembang. Sampai-sampai pemerintah bersama Kadin Indonesia pada tahun 1983 menyatakan bahwa Matahari Group merupakan perusahaan dagang eceran yang terbaik dalam memberikan training kepada karyawan dan calon karyawannya, disamping Astra Group (automotive), dan Nasional Gobel (elektronika).

Keterpaduan di Matahari Group sangat diutamakan sehingga setiap divisi dapat maju bersama-sama, tidak ada divisi yang lebih maju daripada divisi yang lain, dan tidak ada divisi yang lebih tertinggal daripada divisi yang lain. Keterpaduan ini pulalah yang akhirnya menghasilkan pengakuan masyarakat yang dinyatakan dalam wujud trofi-trofi seperti Good Service & Quality Award (Madrid, 1985), Trophy Festival Pertokoan (DKI Jakarta, 1987), Trophy Arta Kadin (Jakarta, 1987), American Award of Quality (Texas USA, 1987), Upakarti Jasa Kepeloporan (16 Desember 1989), dan masih banyak lagi penghargaan yang lainnya.

FILOSOFI MATAHARI GROUP

1. MATAHARI berusaha menciptakan tingkat hidup yang lebih baik bagi seluruh karyawan.
2. MATAHARI berusaha menciptakan tempat kerja yang aman, nyaman, tenteram, dan sejahtera sebagai pancaran cita-cita karyawan.
3. MATAHARI berusaha menciptakan sistem organisasi operasional terpadu demi masa depan perusahaan dan karyawan atas dasar efisiensi kerja yang maksimal.
4. MATAHARI berusaha mendidik, melatih dan mengembangkan seluruh karyawan yang merata tanpa membedakan tradisi, agama, asal keturunan, sadar akan tugas dan kewajiban, menjunjung tinggi tujuan perusahaan sebagai penunjang perekonomian bangsa.
5. MATAHARI berharap atas dasar sinkronisasi saling percaya mempercayai, hormat menghormati, kerja sama yang baik dengan azas kekeluargaan untuk mencapai kemajuan yang kekal dan abadi.

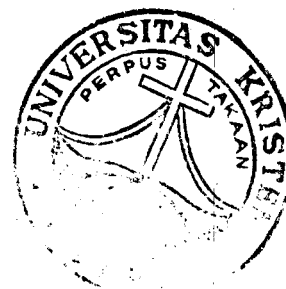
DATA-DATA TOKO MATAHARI GROUP

1. 24 Oktober 1958 - Toko Mickey Mouse - Jl. Pasar Baru no. 110 Jakarta.
2. 15 Desember 1973 - Matahari Department Store (MDS) Pasar Baru Jakarta.
3. 28 Maret 1981 - Sinar Matahari - Jalan Kapten Muslihat no.14 Bogor.
4. 22 Juni 1981 - MM Fashion Senen - Proyek Senen Jakarta Pusat.
5. 19 September 1981 - MDS Ratu Plaza - Jalan Jenderal Sudirman Jakarta Selatan.
6. 25 Juni 1984 - MDS Melawai I - Jalan melawai IV/19 Jakarta Selatan.
7. 23 November 1984 - MDS Palaguna - Jalan Alun-Alun Timur Bandung.
8. 27 September 1985 - MDS Hayam Wuruk Plaza - Jalan Hayam Wuruk Jakarta Barat.
9. 5 Mei 1986 - MDS Tunjungan Plaza - Jl. Basuki Rahmat Surabaya.
10. 8 Mei 1987 - MDS Bogor Internusa - Jl. Pajajaran Bogor.
11. 28 Agustus 1987 - MDS King Harco - Jl. Pasar Baru Jakarta Pusat.

12. 11 Desember 1987 - Bazaar Matahari Cicadas - Jl. A. Yani no. 615 Bandung.
13. 15 Maret 1988 - MDS Malioboro - Jl. Malioboro Yogyakarta.
14. 25 Maret 1988 - MDS Balong Indah Plaza - Jl. Pekiringan Cirebon.
15. 15 April 1988 - MDS Blok M - Jl. Melawai IV Jakarta Selatan.
16. 22 April 1988 - MDS Kramat Jati - Jl. Raya Bogor Jakarta Timur.
17. 28 Oktober 1988 - MDS Singosaren Plaza - Jl. Gatot Subroto Solo.
18. 31 Maret 1989 - MDS Thamrin Plaza - Jl. Thamrin 75 Medan.
19. 28 Juli 1989 - MDS Sidoarjo - Jl. Gajah Mada 120 Sidoarjo.
20. 4 Agustus 1989 - MDS Senen - Proyek senen Jakarta Pusat.
21. 25 Mei 1989 - MDS Pasar Busana - Jl. Jatinegara Jakarta Timur.
22. 1 Desember 1989 - MDS Lokasari - Jl. Mangga Besar Raya Jakarta Barat.
23. 30 Maret 1990 - MDS Semarang - Jl. Simpang Lima Semarang.

24. 2 November 1990 - MDS Arion - Jl. Pemuda Jakarta Timur.
25. 30 November 1990 - MDS Kudus - Jl. Dr. Lukmonohadi Kudus.
26. 29 April 1991 - MDS Duta Plaza - Jl. Dewi Sartika no. 46 Denpasar Bali.
27. 14 Juli 1991 - Convenience Store - Jl. Pasar Baru no. 14 Jakarta Pusat.
28. 4 Oktober 1991 - MDS Asoka Plaza - Jl. Veteran 10 Gunung Pereng Tasikmalaya.
29. 24 Januari 1992 - MDS Johar Plaza - Jl. Diponegoro no. 66 Jember.
30. 28 Februari 1992 - MDS Internasional Plaza - Jl. Jendral Sudirman 147 Palembang.
31. 6 Maret 1992 - MDS Pasar Besar - Jl. Kyai Yamin Malang.
32. 13 Maret 1992 - MDS King Bandung - Jl Kepatihan Bandung.
33. 26 Juni 1992 - Galleria Matahari - Jl. Pasar Baru Jakarta Pusat.
34. 25 September 1992 - MDS Magelang - Jl Jend. A.Yani no. 4 Magelang.
35. 16 Oktober 1992 MDS Balikpapan - Jl. Jend. Sudirman Balikpapan Kalimantan Timur.

36. 22 Januari 1993 - MDS Cipulir - Jl. Raya Cileduk no. 18 Jakarta Pusat.
37. 19 Februari 1993 - MDS Pondok Gede - Jl. Raya Pondok Gede Bekasi.
38. 26 Februari 1993 - MDS Citraland - Jl. Tanjung Duren Utara Grogol Jakarta Barat.
39. 5 Maret 1993 - MDS Buana Plaza - Jl. Aksara no. 2 Medan.
40. 30 Juli 1993 - Bazaar Labuan Jl. Jendral Sudirman Labuan.
41. 29 Oktober 1993 - Galleria Matahari - Plaza Surabaya.
42. 22 Oktober 1993 - MDS Banceuy Permay Jl. Cikapundung Barat Bandung.
43. 5 November 1993 - MDS Metropolitan Mall - Jl. Raya Ujung Kali Malang Bekasi Barat
44. 26 November 1993 - MDS Malioboro Plaza - Jl. Malioboro Jogjakarta.
45. 1 April 1994 - GM Bandung Indah - Jl. Sumatra no. 53 Bandung.
46. 29 Juli 1994 - MDS Cilegon - Jl. Raya Cilegon no. 47 Bandung.
47. 28 September 1994 - MDS Makasar Mall - Jl. HOS Cokroaminoto Makasar.



48. 4 November 1994 - SE Bringharjo Centre - Jl. A. Yani Semarang.
49. 18 November 1994 - Shopping Centre Johar - Jl. KH. Agus Salim Semarang.
50. 2 Desember 1994 - MDS Klaten Plaza - Jl. Pemuda Tengah no. 75 Klaten.
51. 23 Desember 1994 - Batam Centre - The Mellinium Batam Centre Core Batam .
52. 20 Januari 1995 - Legian Plaza - Jl. Raya Legian no.117 Legian Bali.
53. 27 Januari 1995 - SE Depok - Jl. Tole Iskandar Depok.
54. 4 Februari 1995 - MDS Jatinegara Plaza - Jl. Matraman Raya no. 173-175 Jakarta Timur.
55. 3 Februari 1995 - SE Purwokerto - Jl. Suprpto dalam Gedung Mickey Mouse Purwokerto.
56. 11 Februari 1995 - MDS Lippo City- Jl. M. Husni Thamrin Lippo City Bekasi.
57. 11 Februari 1995 - MDS Sultan Plaza JL. Cihampelas no. 211 Bandung.
58. 17 Februari 1995 - MDS Manado - JL. Samratulangi no. 22 Manado.

Toko-toko diataslah yang masih beroperasi sampai saat ini, kecuali toko Mickey Mouse, ini berarti ada 57 toko yang masih aktif. Sebenarnya masih banyak yang belum tercantum dalam data-data ini, hal ini dikarenakan toko-toko tersebut sudah tidak beroperasi lagi karena "merger" (bergabung dengan toko Matahari yang lain), berganti nama, atau karena alasan lainnya. Toko-toko yang tidak dicantumkan diatas antara lain :

1. Toko Mamina, pada tahun 1986 berubah menjadi Food Bazaar.
2. 1971 Mickey Mouse II di jalan Hasanuddin pada tahun 1987 merger dengan Matahari Departemen Store Melawai.
3. 1978 MM Fashion di Glodok Plaza terbakar.
4. Tanggal 16 Juni 1989 restaurant food bazaar di jalan pasar Baru Jakarta ditutup kemudian dimergerkan dengan Matahari Departemen Store Senen.
5. Tahun 1992 Super Bazaar Wijaya Blauran Surabaya ditutup.

3.2. Pertimbangan Lokasi Galleria Matahari

Lokasi perusahaan yang strategis akan sangat membantu dalam menunjang kelancaran aktivitas perusahaan dan berpengaruh secara langsung terhadap keberhasilan dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Galleria Matahari terletak di Plaza Surabaya jalan Pemuda 31-37 Surabaya dengan luas bangunan kurang lebih 10.200 meter persegi yang terdiri atas tiga lantai.

Alasan pemilihan lokasi Galleria Matahari Surabaya didasarkan pada pemikiran bahwa :

1. Pusat perbelanjaan Plaza Surabaya merupakan suatu tempat yang strategis karena terletak di pusat kota.
2. Banyak dilalui oleh kendaraan umum sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat umum.

3.3. Struktur Organisasi

(lihat lampiran II)

Adapun tugas-tugasnya ialah :

1. Regional Manajer

Mengawasi kegiatan operasional Matahari Department store di Jawa Timur, yang terdiri atas :

- a. Matahari Department Store Tunjungan Plaza Surabaya.
- b. Super Bazaar Sidoarjo.
- c. Matahari Departemen Store Malang.
- d. Galleria Matahari Plaza Surabaya.

2. Store Manajer

Mengawasi kegiatan operasional Department Store yang dikelolanya.

3. Public Relation

Bertugas mengevaluasi perilaku-perilaku masyarakat, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dan prosedur organisasi dengan memperhatikan keinginan masyarakat.

4. Assistant Store Manajer

Membantu tugas store manajer.

5. Finance dan Accounting

Bertugas mengalokasikan dan mencatat transaksi-transaksi yang terjadi dalam operasi sehari-hari di Galleria Matahari.

6. Supervisor Personalia

Bertugas menangani turn over karyawan yang ada di Matahari, sekaligus menangani koperasi karyawan.

7. Supervisor Promosi

Bertugas menyusun dan mengkoordinasi acara-acara promosi baik di dalam maupun di luar toko, serta membantu customer.

8. Supervisor Expedition

Bertugas mengawasi keluar masuknya barang-barang dalam toko.

9. Supervisor Area

Mengawasi dan membimbing kegiatan para koordinator counter serta bertanggung jawab terhadap turn over barang-barang yang dijual.

10. Supervisor Kassa

Bertanggung jawab terhadap keuangan dalam transaksi berupa uang tunai maupun kredit.

11. Supervisor Decoration

Bertugas mengawasi dan menangani dekorasi dalam toko.

12. Administrasi

Bertanggung jawab terhadap surat-surat yang masuk maupun keluar.

13. Ladies Customer Service

Bertugas membantu customer bila terjadi keluhan atau kesulitan.

14. Koordinator Counter

Bertugas menangani tiap-tiap area. Misalnya area pakaian wanita, mempunyai satu koordinator counter begitu pula area anak-anak dan pakaian pria mempunyai masing-masing satu koordinator counter.

15. Kasir

Bertugas menerima pembayaran dari para pembeli dan bertanggung jawab atas kesesuaian pembayaran yang diterima.

16. Pramuniaga

Bertugas melayani pembeli dan menjaga barang-barang di areanya masing-masing.

3.4. Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan dibagi menjadi dua, yaitu :

A. Tujuan Ekonomi

- Memberikan kepuasan pada konsumen dalam berbelanja melalui penyediaan barang yang lengkap dan bermutu tinggi, pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau.

- Mencapai omzet penjualan yang tinggi dan menjangkau konsumen sebanyak mungkin.
- Mendapatkan laba jangka panjang.
- Mengembangkan perusahaan.

B. Tujuan Sosial

- Ikut meningkatkan perekonomian bangsa.
- Membantu penyerapan tenaga kerja.

3.5. Kebijaksanaan Pemasaran

3.5.1. Produk yang ditawarkan.

Produk yang ditawarkan di Galleria Matahari adalah produk yang berkualitas baik.

Galleria Matahari lebih menitikberatkan pada penjualan barang fashion seperti garment, tas sepatu dan asesoris yang ditujukan kepada golongan menengah sampai menengah atas. Oleh sebab itu Bapak Hari Darmawan menambahkan kata Galleria di depan nama Matahari untuk membedakan dengan Matahari Departemen Store. Perbedaan produk yang ditawarkan oleh Galleria Matahari dengan Matahari Department Store adalah di Galleria tidak dijual produk-produk ekonomi yang merupakan salah satu produk yang ditawarkan di Matahari Departemen Store. Selain itu di Galleria juga menawarkan barang-barang untuk golongan

menengah atas seperti koleksi Dhany Dahlan, Elle, dan lain-lain yang tidak dijual di Matahari Departemen Store. Tetapi dalam upayanya untuk memberikan kepuasan pada konsumen, maka Matahari berusaha menyediakan produknya selengkap mungkin. Ini dapat dilihat dari banyaknya counter yang terbagi dalam tiga lantai, yaitu :

Lantai II : a. Baju Anak-anak
b. Assesories
c. Tas dan ikat pinggang
d. Gold Mart
e. Body Shop

Lantai III : a. Pakaian wanita
b. T-shirt dan jeans
c. Pakaian dalam pria dan wanita
d. Kosmetik dan Parfum
e. Optical
f. Sepatu wanita dan pria
g. Salon (Super Cut Johny Andrean)

Lantai IV : a. Sepatu sport (Athlete's Foot)
b. Sepatu anak-anak
c. Pakaian anak-anak

- d. Kaos kaki anak dan dewasa
- e. Perlengkapan bayi
- f. Tas anak
- g. Mainan anak-anak (Little M)
- h. Peralatan rumah tangga
- i. Food Bazaar
- j. Bunga Plastik dan porselen
- k. Handuk
- l. Barang elektronik

3.5.2. Harga

Harga disini mempunyai peranan yang penting, dan ini disadari oleh Galleria Matahari, oleh karena itu informasi mengenai harga amat diperlukan setiap saat.

Sejauh ini perusahaan berusaha menetapkan harga yang sesuai dengan barang-barang yang dijual, yaitu barang yang diperuntukkan bagi segmen menengah sampai dengan menengah atas. Jadi, barang dengan harga yang sangat murah (barang ekonomi) tidak dijual di Galleria Matahari. Pihak Galleria juga menyediakan barang yang harganya telah ditetapkan oleh supplier, barang semacam ini biasanya disebut barang branded, yaitu produk-produk yang sudah cukup dikenal oleh masyarakat dan mempunyai patokan harga yang standar. Contoh barang

branded adalah : Choya, Kenzo, Walrus, Diesel, Triset, dan lain-lain.

Dalam menetapkan harga jual produk, pihak Galleria Matahari berdasarkan Mark Up Pricing, yaitu harga jual diperoleh dari penjumlahan harga beli barang (HPP) ditambah dengan persentase tambahan tertentu untuk keuntungan yang diharapkan.

Dengan demikian perusahaan menilai bahwa ia cukup mampu menetapkan harga yang sesuai, baik ditinjau dari konsumen, pesaing, maupun kepentingan intern perusahaan sendiri.

3.5.3. Promosi

Galleria Matahari melakukan promosi dalam berbagai bentuk antara lain :

- a. Advertensi : koran, majalah, radio, televisi, serta leaflet.
- b. Sales Promotion :
 - discount khusus pada hari
 - discount khusus bagi siswa / mahasiswa berprestasi.
 - undian berhadiah pada ulang tahun Matahari dan acara-acara khusus.

- hadiah langsung untuk pembelian produk tertentu / nilai tertentu.
- mengadakan acara khusus seperti peragaan busana, bersepeda santai, Pesta Mickey, lomba Miss Galleria Matahari dan sebagainya.
- Memberikan VIP Card bagi yang berbelanja minimum Rp. 200.000,- dalam satu hari.

3.5.4. Pelayanan

Pelayanan merupakan salah satu faktor penting guna menarik konsumen berbelanja di Matahari. Hal ini disadari oleh pihak Galleria Matahari, untuk itu Galleria Matahari berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen.

Hal ini tampak dalam :

1. Penampilan pramuniaga yang selalu rapi.
2. Pelayanan pramuniaga yang cepat dan ramah.

3. Kesiapan pramuniaga dan supervisor area untuk memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen.
4. Pelayanan kasir yang cepat dan ramah.

Galleria Matahari juga menetapkan standart service bagi para karyawan operasionalnya, yaitu :

A. Standard Service kasir :

I. Melayani Pembayaran :

1. Saat customer datang ke kassa, sambutlah dengan wajah ceria dan ucapan : "Selamat pagi/ siang/ sore" ; terimalah tas transparan dengan kedua tangan.
2. Sebutlah dengan suara jelas jumlah yang harus dibayar customer, misalnya : " Duapuluh lima ribu rupiah, Pak/Bu ".
3. Terima uang pembayaran dengan tangan kanan, hitung uang di atas mesin kassa supaya bisa dilihat customer (bila ada sensornya dilepas terlebih dahulu), lalu sebutkan dengan suara jelas jumlah uang tersebut. Misalnya : " Uang-nya tigapuluh ribu rupiah Pak/Bu".
4. Kembalikan uang customer dengan tangan kanan (uang logam diatas uang kertas) dan sebutkan jumlahnya dengan suara jelas misalnya : "Kembalinya lima ribu rupiah Pak / Bu".

5. Setelah barang selesai dikemas (tas Matahari) serahkan tas belanja tersebut kepada customer dengan kedua tangan, ucapkan " Terima kasih Pak/Bu".

II. Sikap dan Kalimat Bila Customer Memakai Credit Card.

1. Bila lolos daftar Black List dan tidak over limit , dilayani seperti biasa.
2. Bila over limit, maka kasir harus otorisasi dulu. Sampaikan kepada customer dengan cara : "Maaf Pak/Bu mohon bersabar sambil menunggu persetujuan pihak bank".

III. Bila Customer Menukar Barang :

1. Bila tukar size /warna, cukup dilakukan oleh petugas customer service.
2. Bila tukar tambah dengan barang lain, customer dipersilahkan untuk mencari sendiri, setelah itu dapat diserahkan ke petugas customer service. Proses penukarannya dilakukan sepenuhnya oleh petugas customer service (customer cukup menunggu di meja customer service).

B. Standart Service Pramuniaga :

I. Memberi Salam:

1. Tidak lebih dari 10 detik saat customer berada di counter sudah harus ada sapaan awal (sambil tersenyum), seperti:
 - a. Selamat datang Ibu/Bapak/Kakak/Adik.
 - b. Selamat pagi / siang / sore.
 - c. Ada yang bisa saya bantu ? Saya ada disini jika Ibu/Bapak perlu sesuatu silakan panggil saya.
 - d. Terima kasih, Ibu/Bapak/Kakak/Adik sudah datang ke toko kami.
2. Dalam sapaan awal, muka dan mata harus berhadapan dan memandang mata customer.

II. Menjual Barang ;

1. Barang sebagai pusat pembicaraan.
2. Tebaklah kebutuhan customer.
3. Tunjukkan kegunaan barangnya.
4. Minta persetujuan customer.
5. Tawarkan barang lain sebagai pelengkap.

III. Penampilan Fisik ;

1. Seragam dan badan harus bersih dan rapi.

2. Rambut disisir rapi (pria tidak lebih panjang dari krah baju)
3. Bagi wanita wajah memakai bedak , lipstik (make up tipis tidak mencolok).
4. Seragam harus lengkap.
5. Emblem terpasang di dada kiri atas.
6. Sepatu hitam disemir bersih.

IV. Sikap di Counter :

1. Wajah ceria (tidak murung / melamun).
2. Mata awas dengan pandangan sopan.
3. Aktif dan responsif dalam melayani customer.
4. Tidak berteriak-teriak dan tertawa dengan suara keras selama bertugas.
5. Tidak bergerombol dengan rekan kerja

Selain itu ditanamkan kepada setiap karyawan Matahari suatu filosofi dalam menghadapi pelanggan, yaitu sebagai berikut :

SIAPA ITU PELANGGAN

1. Pelanggan adalah orang terpenting dalam setiap usaha.
2. Pelanggan tidak bergantung pada kita, kita bergantung padanya.
3. Pelanggan tidak mengganggu pekerjaan kita, dia adalah

tujuan pekerjaan kita.

4. Pelanggan membantu kita ketika dia menelpon. Sebenarnya kita melayani dia.
5. Pelanggan adalah bagian dari usaha kita, bukan pihak luar.
6. Pelanggan bukanlah individu yang dingin, dia adalah bagian dari makhluk hidup, yang memiliki perasaan dan emosi seperti kita.
7. Pelanggan bukanlah seseorang untuk dicela atau diperlombakan.
8. Pelanggan adalah seorang yang menyampaikan keinginan, tugas kita adalah memenuhi keinginannya.
9. Pelanggan layak diberikan pelayanan yang ramah dan penuh perhatian dari kita.
10. Pelanggan adalah sumber kehidupan dari segala macam usaha.

Dari kesepuluh filosofi tersebut dapat dilihat bahwa Matahari sadar akan pentingnya pelanggan bagi Galleria Matahari dan segala macam usaha yang lain, oleh karena itu Matahari selalu menanamkan filosofi ini sebagai dasar bagi para karyawan Galleria Matahari dalam melayani customer.

3.6. Pesaing

Dalam situasi perekonomian yang berkembang seperti saat ini, sudah sewajarnya bila terjadi persaingan yang ketat dari perusahaan-perusahaan sejenis. Perusahaan yang bergerak di bidang retail cukup banyak bermunculan, seperti Rimo, Plaza, Ramayana, Royal, dan lain-lain.

Keadaan seperti ini menyebabkan perusahaan dan para pesaingnya cukup gencar melakukan kegiatan promosi atau kegiatan lain yang menarik atau mendorong terjadinya pembelian dari konsumen.

Dalam mengatasi pesaing-pesaing tersebut, maka yang dapat dilakukan Galleria Matahari untuk menarik konsumen adalah melalui penyediaan barang yang lengkap sehingga memungkinkan konsumen melakukan " One Stop Shopping " (berbelanja berbagai macam barang hanya pada satu toko saja), pemberian pelayanan yang memuaskan, suasana berbelanja yang menyenangkan, serta promosi yang gencar melalui surat kabar, radio, televisi serta leaflet.

3.7. Motto

Motto Matahari adalah "SERBA GAYA , SERBA BERMUTU".