

ABSTRAK

Bisnis retail, adalah suatu bisnis yang dalam beberapa tahun terakhir ini mulai marak, khususnya di kota-kota besar di Indonesia. Hal ini seiring dengan semakin banyaknya pusat-pusat perbelanjaan yang telah dan akan berdiri di daerah DKI Jakarta. Terjadinya pergeseran gaya hidup masyarakat, semakin baiknya pendapatan, dan bertambahnya jumlah populasi yang ada, ikut mendorong berkembangnya mal-mal di Indonesia.

CIRCLE K adalah salah satu usaha waralaba mini store yang berbasis Convenience Store yang ikut meramaikan dunia usaha waralaba di Indonesia. Dibawah manajemen PT. CIRCLE K INDONESIA, mereka mulai masuk ke Indonesia sekitar tahun 80an.

Namun ketika waktu terus berganti, kini CIRCLE K ditenggarai kurang mampu untuk bersaing dengan para pesaing-pesaingnya seperti Alfamart, Indomart, Starmart, dan lain lain. Masalah yang terjadi dalam internal manajemen perusahaan adalah kurang aktif nya bentuk promosi, dan Sumber Daya Manusia yang tidak paham akan kehidupan pangsa pasar usahanya. Hal-hal tersebut menjadi sebuah masalah yang membuat tidak berkembangnya CIRCLE K di Indonesia, walaupun mereka adalah Pioneer usaha waralaba Convenience Store di Indonesia.

Melalui hasil pengamatan yang dilakukan penulis, telah ditemukan inti permasalahan dan beberapa rekomendasi yang baik bagi perusahaan.

ABSTRACT

Retail business is a booming business in these past years, specially in Big Cities of Indonesia. It is also caused by the of mall and shopping centre in Indonesia, with special case in DKI Jakarta. Changes of Social Life and Life Style, increase of social income and population also related to this matter.

CIRCLE K is one of a Retail with Convenience Store basis which join the business in Indonesia. Under licensed of PT. CIRCLE K INDONESIA, they entered Indonesia in 80's.

But time after time, CIRCLE K nowadays cannot really compete with the other competitors in related business as Alfamart, Indomart, Starmart, etc. The problem occurred for Internal Management are Re-Active Promotion, and Human Resources who do not really understand the idea of their own market target. These things become a big problem which made CIRCLE K become flat and passive in Indonesia, even though they were the Pioneer of Convenience Store here.

Through the survey which has been done by the writer, it found the core of problems. Writer uses the Descriptive Analysis and thorough survey to get the final resume and few recommendations suitable for the Company.