

EDISI
001

LOTTE MART INDO

JULI 2017

•• BULETIN

BERUBAH Atau Punah

TURN BACK TO ETHICS

REFERENSI BUKU : RHENALD KASALI

LETS CHANGE!

THE INNOVATOR'S DILEMMA

Fokus Terhadap Apa
Yang Sedang Dikerjakan

Manusia adalah
Subjek Perubahan

PROMOSI KARYAWAN
Periode Januari - Mei 2017



Scan Me!
for more information
visit our website

Pembina
Joseph Buntaran (President Director)

Penanggung Jawab
Irene Mulawadi (HR Director)

Konsultan Hukum
Cici Sri Sukiswanti
Sendi Sanjaya

Pimpinan Redaksi
Hendro Setiabudi
Mentawal Hutaaruk

Tim Redaksi
Chandrabawono
Yusri Hartadi
Dwi Ariyanti
Dewi Velasari
Fransisca Elly
Evalia
Warahatsangka
Mieka (Store Bekasi Junction)
Bambang (Store Bogor)

Tim Kontributor
Tim HR-Toko
Ariyana
Topan Guntur
Lily
Ajeng

Desain & Tata letak
Imam Santoso

Teknis IT
Hendra
Herman

Fotografer
Qnoy
Budiono

Seluruh karya yang dimuat di Lotte Mart Indo Buletin menjadi milik redaksi dan redaksi berhak untuk menyuntingnya.

Redaksi mengundang kiriman naskah, artikel, foto, kartun, karikatur atau karya jurnalistik lainnya dari mitra pembaca. Semua karya jurnalistik atau kritik dan saran dapat dikirim ke alamat redaksi :

**PT Lotte Shopping Indonesia,
PT Lotte Mart Indonesia**

Jl. Lingkar Luar Selatan Kav. 5 & 6 Ciracas Jakarta
13750, Indonesia
Telp. (62-21) 8404 080, 84112 76 (Hunting)
Fax. (62-21) 8411 275
Ext. 7220 (Hendro), 7213 (Ajeng), 7232 (Lily)
email : redaktur@lottemart.co.id



CATATAN REDAKSI

Mitra Lotte Mart tercinta,

Akhirnya patut kita syukuri bersama kalau media informasi di lingkungan internal Perusahaan sebagai wadah saling bertukar informasi antara manajemen dan karyawan yang sudah lama ditunggu dapat diwujudkan dalam edisi perdana di awal Juli 2017 ini, dan selanjutnya akan diterbitkan secara berkala setiap 3 (tiga) bulan sekali.

Memperhatikan kondisi saat ini dimana persaingan bisnis makin penuh tantangan dan sangat ketat, maka untuk edisi perdana ini kami mengangkat topik utama yang cukup spektakuler yaitu : "Berubah atau Punah". Artinya kita semua harus siap untuk memaksimalkan seluruh potensi diri dalam perwujudan kinerja yang optimal dan selalu senantiasa berpikir ke depan dalam menghadapi realitas bisnis yang ada sehingga kita dapat selalu bertahan dan menjadi pemenang dalam setiap persaingan bisnis. Tulisan "Pesan PD" yang disampaikan oleh Bpk. Joseph Buntaran selaku President Director dengan tema "Fokus terhadap apa yang sedang dikerjakan" mempunyai tujuan untuk menggugah Mitra Lotte Mart tercinta bekerja dengan penuh keyakinan dan lebih produktif sejalan dengan strategi Perusahaan. "Turn Back to Ethics" mengingatkan komitmen kita akan nilai-nilai etika yang harus dikembangkan terus menerus untuk menjadi budaya Perusahaan. Beberapa artikel dari Pojok HR, Pojok HO & Pojok Toko dapat menambah wawasan serta pemahaman kita terhadap perkembangan atau situasi yang ada di Perusahaan. Informasi lainnya seperti referensi buku, galery photo / aktifitas manajemen dan karyawan, membuat Mitra Lotte Mart tercinta dapat menambah wawasan dari pakar manajemen dan mengetahui beberapa aktifitas kegiatan yang terjadi dalam kurun waktu yang ada. Ditambah lagi dengan lelucon dan quiz sebagai bahan "refreshing".

Semoga edisi perdana ini dapat sedikit memuaskan dahaga informasi mitra Lotte Mart tercinta.

Selamat membaca.

DAFTAR ISI

	CATATAN REDAKSI Hal. 01		PESAN PRESDIR Fokus terhadap apa yang sedang dikerjakan Hal. 02	
	POJOK HR Arah & Strategi Program Pelatihan di Lotte Mart Hal. 06		POJOK HR Promosi Hal. 08	REFERENSI BUKU Rhenal Kasali : Let's Change Hal. 09
TOPIK UTAMA Berubah atau Punah Hal. 04	RAGAM The Innovator's Dilemma Hal. 11			POJOK TOKO Sahabat belanja Lotte Mart Bekasi Junction Hal. 13
POJOK TOKO Rabo Rapi Lotte Mart Solo Hal. 14			POJOK HO Manusia Subjek Perubahan Hal. 17	
	POJOK HO Turn Back To Ethics Hal. 15		GALERI Galeri Kegiatan Hal. 20	
	QUIZKITA Hal. 23		TERTAWA SEJENAK Hal. 24	

“Fokus terhadap apa yang sedang dikerjakan”

Joseph Buntaran

President Director PT. Lotte Shopping Indonesia &
PT. Lotte Mart Indonesia

Tim Lotte Mart Yang Hebat,

Pertama-tama saya ingin mengucapkan sekali lagi “Selamat Hari Raya Idul Fitri 1438 H” kepada seluruh karyawan dan keluarga yang merayakannya, mohon maaf lahir dan bathin atas segala kesalahan dan khilaf yang mungkin terjadi dalam kita berinteraksi dan bekerjasama selama ini.

Setelah menjalani “peak season” sejak bulan puasa hingga lebaran, libur lebaran yang cukup panjang dimana sebagian dari kita ada yang mengambil cuti atau pulang ke kampung halaman untuk bersilaturahmi dengan keluarga, kini saatnya kita kembali bekerja memasuki semester ke-2 2017, untuk melanjutkan dan memastikan semua program kerja yang sudah kita canangkan dapat berjalan sesuai rencana.

Melalui media ini, saya ingin menyampaikan beberapa hal :
Untuk LSI, berdasarkan pengalaman panjang mengelola retail, saya memiliki keyakinan bahwa bersama tim saat ini, kita akan bisa bekerja dan mampu mencapai yang lebih baik, karena ternyata kita sudah menemukan formula / konsepnya yaitu **konsep ABC**. Dasarnya adalah karena kita mempunyai *data base* yang luar biasa sejak kita buka pertama tahun 1992 (dapat dikatakan kita sudah mempunyai data selama 25 tahun), walaupun masih banyak data “sampah” yang masih harus kita bereskan. Yang sekarang benar-benar saya harapkan dari tim ini adalah masalah eksekusi, yang menurut saya masih kurang optimal, kurang dalam artian bukan tidak bisa dikerjakan tetapi saya melihat kemungkinan (hambatan) dari 2 hal besar :

1. Tidak percaya bahwa konsep ini teruji;
2. Memang *reluctance* (enggan / segan / keberatan) untuk berubah, karena memang sudah biasa bekerja dengan cara yang tidak harus berubah.

Untuk itu saya ingin menekankan kepada Tim LSI “jangan tanya” atau “ragu lagi”, formula / konsep ini sudah *proven* (terbukti). Optimisme ini juga berdasarkan bukti yang sederhana yang kita miliki yaitu melihat dari laporan Nielsen pada *week ending* 21 Mei 2017 (Top Executive Report Lotte Grosir) yaitu :

- *Market share* Lotte Grosir adalah 7%, naik 0,7 dibanding minggu sebelumnya.
- *Market share* Lotte Grosir selama 4 minggu terakhir mengalami kenaikan 0,8 poin menjadi 6% bila dibanding performa 4 minggu sebelumnya.
- *Growth* Lotte Grosir 4 minggu terakhir adalah 25%, sedangkan *growth* dari total *country* seluruh *Key Account* (sudah termasuk



Lotte Grosir didalamnya) hanya meningkat 8,9 %, artinya : puluhan point pencapaian Lotte Grosir berada jauh diatas rata-rata kompetitor yang lain.

- *Growth rate* 4 minggu terakhir dibandingkan tahun sebelumnya dengan periode yang sama, Lotte Grosir *growth rate* adalah 42%, sedangkan *Key Account* total *growth rate*-nya hanya 9,7%. Berarti memang benar bahwa pelanggan itu perlu diperhatikan dan kita bisa melakukan itu karena kita punya *data base*-nya. Artinya strategi kita untuk mengelola pelanggan yang sudah ada menjadi sangat penting, sedangkan kompetitor yang lain, yang tidak punya *data base* mereka hanya bisa jor-joran “buang harga”.

Saya minta kepada seluruh team LSI, kita harus sehati, sejiwa, sesuara “let’s do it!” eksekusikan konsep “ABC” yang sudah kita miliki ini, pesan saya ini sangat penting dan krusial untuk dimengerti oleh seluruh tim kita, jangan ragu-ragu lagi untuk format / formula yang sudah kita miliki ini.

Saya tahu beberapa toko yang masih struggling (berjuang dengan susah payah), tapi bagi saya itu hanyalah masalah waktu, dengan waktu yang cukup untuk mengumpulkan data base pelanggan maka disitulah kita bisa melakukan sesuatu yang lebih baik.

Ada satu hal yang ingin saya tambahkan yang cukup berat dilihat dari sisi bottom line untuk LSI, yaitu cost (biaya) yang tidak dapat kita tahan. Faktor-faktor eksternal sebetulnya juga banyak, namun mengingat bahwa LSI ini *Year Of Service*-nya sudah tinggi, saya menghimbau kita harus fokus memperbaiki profit kita dimana salah satunya dengan mengurangi efek-efek biaya yang kurang



penting, namun bukan berarti kita menterjemahkan bahwa kita harus mengurangi orang, melainkan bagaimana kita bisa bekerja lebih produktif.

Untuk LMI, dalam keadaan yang masih prihatin ini, 2 hal yang harus kita perjuangkan :

1. Jangan kita memperparah keadaan, karena kita semua sudah sadar bahwa LMI punya banyak permasalahan, seperti ketidakseimbangan jumlah stock (persediaan) dengan penjualan. Semua ini kesalahan kita bersama, mari kita selesaikan, kita sepakati berapa lama hal ini dapat kita selesaikan. Keputusan harus diambil dengan sangat bijaksana untuk tidak memperparah keadaan.
2. Kondisi secara finance yang “belum sembuh” (belum baik), maka saya berharap bahwa team juga harus konsen terhadap efek biaya dalam menjalankan operasional toko, bagaimana biaya di LMI ini tidak menjadi semakin lama semakin besar. Biaya yang paling banyak tentu saja memang di Personnel Cost, tetapi saya berfikir bagaimana di LMI ini dapat mengurangi kehilangan-kehilangan yang tidak perlu. Kemudian bagaimana kita bisa mengolah / memperbaiki potensi profit-nya.

Kata kunci yang ingin saya sampaikan adalah **“konsen terhadap apa yang sedang dikerjakan”**.

Disamping kedua hal itu, tentunya masih banyak hal lainnya yang harus kita perbaiki bersama, Human Resources yang perlu kita perbaiki, masalah IT yang perlu kita perbaiki dan lainnya. Saya berharap kita menjadi tim yang kompak yang sama-sama mengetahui masalahnya apa, tujuannya apa dan perbaikannya apa, terlepas dari kondisi diluar. Yang penting, kita mempunyai kesamaan pemikiran (kesamaan visi).

Salah satu cara yang saya gunakan sebagai contoh untuk memotivasi diri atas tanggung jawab kita, adalah dengan mampu membuat atau menentukan prioritas yang jelas dan pasti bisa dilaksanakan dan diusahakan sesederhana mungkin sehingga bisa dilaksanakan dengan baik (sempurna) oleh semua tim. Contoh yang sudah disepakati dalam menentukan prioritas

sebagai target bersama khususnya di divisi Operasional untuk LSI adalah :

1. Kita sedang mengejar indeks : A-1 mencapai 95% - ke atas;
2. Bagi toko yang masih mempunyai bottom line negatif, dibawah kepemimpinan Bapak Qomar (saya harap) bisa membuat toko-toko itu sudah mulai “mentas” menjadi nol (0).

Dari sisi Commercial baik LSI dan LMI, saya berharap agar semua bisa lebih dalam menganalisa khususnya utk perolehan PROFIT, karena kita sudah memperbaiki tools untuk keperluan ini sehingga bisa kita gunakan untuk membantu memperbaiki setting target margin yang mungkin saja masih terlalu rendah atau terlalu tinggi.

Saat ini baik LMI maupun LSI memiliki proyek baru bersama tentang inovasi produk sebagai salah satu strategi atas kondisi traffic trend yang saat ini kita rasakan belum begitu memuaskan, ada 4 item “baru” yang akan kita coba kembangkan dengan pendekatan Private Brand yang sangat berbeda dengan konsep sebelumnya.

Mengingatkan saja sebagaimana informasi yang kita peroleh bahwa Lotte Group akan memprioritaskan ekspansi di Indonesia (khususnya LSI), namun kita juga menyadari bahwa kesiapan people-nya masih kurang, maka saya sampaikan untuk semua karyawan baik itu di LSI maupun LMI untuk melihat opportunity (peluang) ini.

Secara pribadi saya juga merubah kepercayaan saya sendiri, jujur saja saya sempat mempunyai ketidakyakinan (tidak percaya) terhadap fungsi Private Brand (PB), tapi saya berfikir ulang kalau saya sendiri tidak yakin lalu bagaimana ini akan bisa terwujud dan berhasil, oleh karena itu saya berubah dengan melihat dari celah / sisi yang lain. Ketidakyakinan atas PB ini adalah karena saya tahu bahwa di Indonesia produk PB itu hanya ganti kemasan, namun karena saya selalu di challenge dan juga saat ada kesempatan kunjungan ke negara lain, saya melihat bagaimana PB itu dikembangkan, akhirnya saya harus merubah keyakinan saya sendiri untuk suatu optimisme yang luar biasa (intinya kita harus berfikir secara terbuka), kita harus yakin dengan apa yang bisa kita kerjakan dan selalu mencari *possibility* (kemungkinan) “*we cannot change the goal but we have to change the plan*” Tidak perlu malu bahwa kita juga pernah melakukan kesalahan, tetapi yang penting bagaimana kita cari cara lain yang berbeda untuk memperbaiki kesalahan tersebut.

Terakhir mengenai Lotte Mart Indo buletin ini, dalam Perusahaan sebesar ini saya berharap Buletin ini bisa menjadi media informasi untuk hal-hal yang perlu diketahui oleh seluruh karyawan, baik berupa peningkatan keterampilan dan pengetahuan, ide-ide dari karyawan, arahan dari manajemen, informasi proyek baru, (secara umum mencakup porsi yang bersifat informasi, pengetahuan, testimoni, kemajuan-kemajuan dsb.) sehingga tiap orang yang membacanya bisa mendapatkan manfaat. Demikian pesan yang dapat saya sampaikan pada edisi perdana ini, terima kasih

Salam,
Joseph Buntaran
(President Director PT LSI & PT LMI)

BERUBAH Atau Punah

Sepanjang sejarah kehidupan makhluk hidup di bumi, keberlangsungan hidup suatu makhluk (species) sangat bergantung kepada kemampuan beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi di lingkungannya.

Sebagai contoh, dinosaurus yang hidup di jaman purba, merupakan hewan dengan tubuh besar dan kuat. Tapi apa yang terjadi, saat meteor menghantam bumi dan mengubah iklim global pada saat itu, dinosaurus tidak mampu beradaptasi dan punah. Sedangkan burung dan mamalia dengan bentuk tubuh yang lebih kecil dan lemah, masih tetap bertahan dan berevolusi hingga sekarang, walaupun mengalami perubahan kondisi iklim yang sama.

Di dunia bisnis perubahan terjadi begitu cepat. Coba kita tengok ke kembali satu dekade yang lalu, begitu kuatnya brand telepon seluler "Nokia" yang dengan taglinenya "connecting people" ini menyuguhkan berbagai kelebihan seperti keunikan dan keawetannya hingga disebut handphone sejuta umat. Namun lambatla menyadari perubahan jaman dan terlalu asyik dengan kejayaan masa lalu membuat perusahaan ini tidak mampu bersaing dengan ekspansi produk Android dan Apple. Mereka tertinggal karena melakukan kesalahan besar yaitu tidak melakukan terobosan atau perubahan. Sangat disayangkan bukan ?

Masih segar dalam ingatan kita, di akhir Juni 2017 lalu, 7-Eleven (Sevel) di Indonesia secara resmi menghentikan operasional 175 gerainya. Penutupan Sevel tersebut menjadi bahan perbincangan semua lapisan masyarakat khususnya netizen. Banyak pakar dan berbagai kalangan mencoba menganalisis mengapa Sevel menutup gerai dan berhenti beroperasi di Indonesia. Namun terlepas dari begitu kompleksnya analisa tersebut, satu hal yang dapat dipelajari adalah ketidakmampuan Sevel menghadapi badai situasi dan kondisi yang mengancam (kemampuan beradaptasi terhadap regulasi yang ada, perubahan trend perilaku konsumen, persaingan bisnis, dsb) berdasarkan informasi media massa baik cetak maupun elektronik.



Mari sejenak kita refleksikan kata perubahan itu sendiri. Perubahan bagi sebagian atau banyak dari kita mungkin merupakan suatu kondisi yang menggelisahkan, membuat kita tidak nyaman, bahkan ketakutan. Apalagi bila kita sudah merasa nyaman dengan kondisi saat ini. Namun bila kita diharuskan untuk berubah dan tidak ada pilihan lain selain berubah atau kita punah, maka ceritanya menjadi lain. Suka tidak suka bagi sebagian masyarakat di luar kita, perubahan teknologi dan pola hidup terjadi begitu cepat. Tanpa kita sadari perubahan tersebut membuat kita lalai dalam melakukan antisipasi untuk menyesuaikan keadaan maupun mengelola perubahan tersebut.

Perubahan yang sama juga terjadi kepada sistem transportasi dari sistem pemesanan (order) konvensional menjadi sistem online (Uber, Grab dan Gojek) dimana akhirnya konsumen memilih sistem online karena banyak kemudahan dan keuntungan yang diperoleh, seperti : pemesanan lebih cepat, lebih mudah, tarif murah dan flat. Langkah kecil perubahan dalam diri bisa dimulai dengan membiarkan pikiran kita terbuka dengan menerima ide dan gagasan baru. Mengambil pernyataan Jamil Azzaini (Motivator dari Kubik) dalam salah satu artikelnya : “Pikiran itu seperti parasut, ia akan berfungsi optimal saat terbuka. Jika kita menjadi pribadi yang “denial” (menolak) terhadap ide dan gagasan positif yang baru, rasanya hidup kita tak pantas di dunia nyata, sebaiknya kita minta dimuseumkan saja”.

Sesuatu yang pasti di dunia ini adalah perubahan, suka atau tidak suka perubahan itu pasti terjadi. Persoalan selanjutnya adalah kita sebagai manusia atau karyawan di perusahaan dengan pikiran terbuka mau atau tidak untuk berubah? Mungkin dapat kita katakan bahwa “mata uang” di abad ini adalah “Perubahan”. Akan tetapi perubahan saja masih belum cukup. Perubahan harus diikuti dengan kecepatan dalam melakukan perubahan itu sendiri, karena perubahan yang terjadi dewasa ini begitu cepat.

Pertanyaan selanjutnya, bagaimana menyikapi derasnya perubahan ?

1. Memperkuat Visi Hidup Anda (Strengthen Your Vision)

Pribadi yang masih samar visi hidupnya akan cenderung terjebak pada rutinitas yang melelahkan. Ia akan terlalu sibuk dengan pekerjaan sehari-hari, Pergi pagi, pulang petang tanpa makna (apalagi jika ditambahi dengan penghasilan pas-pasan), maka kecenderungannya akan mudah lelah, frustrasi dan terombang-ambing oleh derasnya badai perubahan yang akan terus terjadi.

2. Pandai Mengatur Waktu (Time Management)

Badai informasi dan segala rupa aktivitas membuat kita bingung untuk menentukan skala prioritas. Untuk dapat menentukan skala prioritas dibutuhkan kemampuan mengelola waktu yang baik, bagaimana kita mengutamakan hal penting yang berkorelasi dengan visi hidup anda. Jika anda terlalu fokus pada hal di luar visi hidup Anda, maka akan sangat mungkin Anda berlari menjauh dari visi hidup Anda.

3. Menganalisa dan memecahkan masalah (Analytical & Problem Solving)

Ketika terjadi krisis menerpa kita, maka kita membutuhkan kemampuan untuk mengatasi masalah tersebut dengan terobosan-terobosan baru. Beberapa hal dibawah ini adalah cara untuk membantu mencari solusi-solusi baru. Temukan jawaban atas pertanyaan ini, adakah sesuatu hal yang akan

Anda : (1) Kurangi, (2) Tambahkan (3) Hilangkan (4) Ciptakan akan menghilangkan atau paling tidak mengurangi masalah ?

4. Memperbaiki terus menerus (Continuous Improvement)

Jangan cepat puas terhadap apa yang Anda capai di masa lalu. Lakukan perbaikan terus-menerus dan jangan lupa meningkatkan kecepatan Anda. Karena kecepatanlah yang pernah membuat Microsoft mengungguli IBM dan membuat Bill Gates menjadi orang terkaya di dunia.

5. Komunikasi Efektif (Effective Communication)

Jangan lupa untuk mengkomunikasikan ide atau pesan kreatif Anda kepada orang lain, tentunya dengan cara yang efektif. Komunikasi yang efektif adalah dengan mengetahui siapa lawan bicara kita, dan menyesuaikan bahasa lawan bicara kita. Jangan lupa gunakan bahasa verbal dan non-verbal dengan selaras.

Memulai perubahan memang tidak menyenangkan bagi pribadi yang sudah berada di zona nyaman. Ibaratnya kita biasa menulis dengan tangan kanan, lalu diminta menulis dengan tangan kiri. Berada di zona nyaman kadang membuat kita tidak menyadari bahwa perubahan sudah terjadi, seperti cerita seekor katak yang dimasukkan kedalam panci berisi air dingin. Ketika air direbus, si katak tidak menyadari perubahan yang terjadi hingga air mendidih dan matilah dia. Tetapi berbeda ceritanya ketika sang katak dimasukkan ke air yang mendidih ia akan seketika melompat dan selamat (karena menyadari ada perubahan drastis yang sangat terasa). Yang terbaik belum tentu yang paling berhasil, tetapi yang pasti yang tercepat akan menjadi yang terdepan, BERUBAH ATAU PUNAH.

Selamat melakukan perubahan, kesuksesan menyertai Anda.

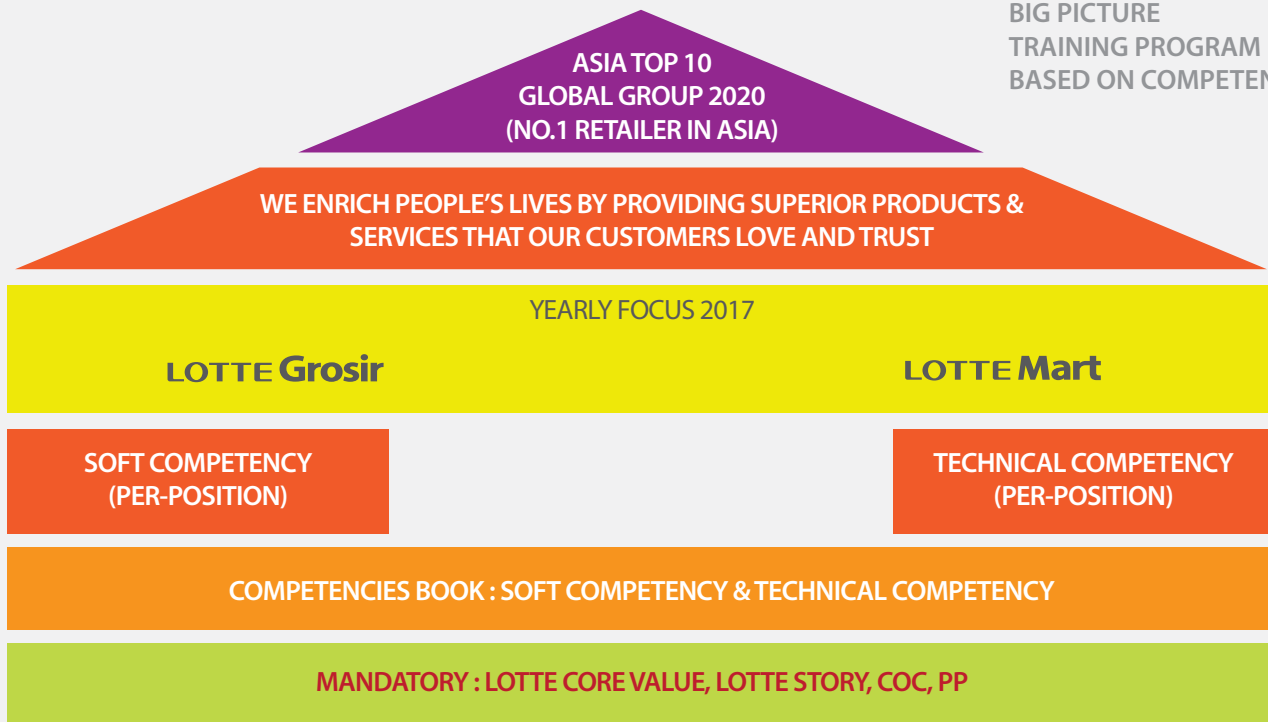
Tim Redaksi

(Dirangkum dari berbagai sumber)



“saat meteor menghantam bumi dan mengubah iklim global pada saat itu, dinosaurus tidak mampu beradaptasi dan punah”

BIG PICTURE
TRAINING PROGRAM
BASED ON COMPETENCY



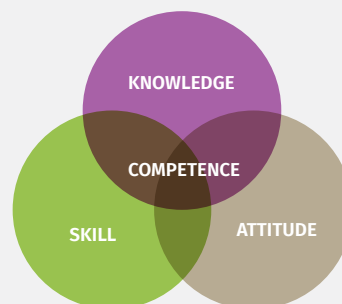
ARAH DAN STRATEGI PROGRAM PELATIHAN DI LOTTE MART (Pelatihan Berbasis Kompetensi)

Dalam perkembangan bisnis sekarang ini, Sumber Daya Manusia (SDM) adalah komponen vital bagi keberlangsungan Perusahaan, sebagai pelaksana utama aktivitas manajerial dan operasional. Elemen lain di Perusahaan, seperti modal, sistem & informasi, mesin dan sumber daya lainnya, akan dapat berjalan dengan baik jika didukung dengan SDM yang memiliki kompetensi. Oleh karena itu, pengembangan SDM menjadi faktor penting bagi Perusahaan untuk bisa berjalan secara efektif, efisien dan optimal untuk mencapai tujuan Perusahaan.

Dengan kesadaran akan arti pentingnya SDM (yang kompeten) sebagai Aset ini lah HR Direktorat (Departemen Training & Development) menyusun dan menjalankan Strategi Program Pelatihan Berbasis Kompetensi, agar karyawan kompeten dalam bekerja sesuai peran dan fungsinya masing-masing.

Karyawan dapat dikatakan kompeten jika dapat memenuhi dengan baik 3 hal yang menjadi unsur dari kompetensi :

1. Pengetahuan (Knowledge)
2. Keterampilan (Skill)
3. Perilaku yang positif (Attitude)



Pelatihan LotteMart dikembangkan dengan menasar 3 hal tersebut, yang secara garis besarnya kita golongan menjadi

1. Core Competencies (Kompetensi Mandatory)

Pelatihan yang menasar Perilaku kerja / Attitude (DNA) yang di harapkan Lotte yang berdasar pada Core Value Lotte (yaitu : Customer Focus, Originality, Responsibility, Partnership dan Passion), ditambah materi lainnya :

- Lotte History & Vision Mission → untuk kesamaan Visi Misi Perusahaan dan Karyawan, menanamkan kecintaan dan kebanggaan pada perusahaan.
- Code of Conduct → Menanamkan tatanan perilaku yang berdasarkan pada kode etik Lotte (Perusahaan)
- Peraturan Perusahaan (PP) & Compensation & Benefit → Peraturan kerja yang juga menyangkut hak dan kewajiban Saat ini poin (Core Competencies) ini memiliki bobot 30% dalam penilaian kinerja (PMS) karyawan, dan juga menjadi bahan evaluasi saat karyawan mengikuti Assesment.

2. Leadership Competencies

Pelatihan yang menasar pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam mengelola dirinya sendiri, mengelola pekerjaannya dan mengelola orang lain /teamnya, fokus pelatihannya meliputi keahlian Soft Skill yaitu :

Leadership :

- Transformation Trough Leadership
- Leading Team
- Impact and Influence

Task :

- Conceptual and Strategic Thinking
- Problem Solving and Decision Making
- Entrepreneurship

Leadership Competencies saat ini juga mendapat bobot penilaian sebesar 30% dalam penilaian kinerja (PMS) karyawan.

C. Technical Competenceies

Untuk Technical Competencies yang sudah dikembangkan saat ini adalah di Direktorat Operasional dan Direktorat Commercial (dalam proses pengembangan) yang merupakan bagian dari core bisnis Lotte Mart.

Pelatihan di Operasional berfokus kepada ketrampilan/ keahlian yang menyangkut teknis pekerjaan yang kurikulum pelatihan dan modul-modulnya disusun/dikembangkan sesuai kompetensi masing-masing per-level (Staff, SS, SH, Manager, SGM) yang meliputi :

1. Pengelolaan Persediaan (Stock)
2. Pengelolaan Penjualan (Sales)
3. Pengelolaan Keuangan dan Biaya (finance & cost)
4. Pengelolaan Administrasi
5. Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM)
6. Pengelolaan Lingkungan dan Fasilitas Kerja (asset & facility)
7. Pengelolaan Marketing dan Promosi (di Store)
8. Pengelolaan Pelayanan Pelanggan
9. Pengelolaan Customer Development (Khusus Untuk LSI)

Keahlian teknis ini mengembangkan bagaimana tiap level/posisi di Store terampil dalam melakukan tugas dan fungsinya untuk mencapai performance kerja (kinerja) yang diharapkan sesuai dengan Key Performance Indicator (KPI)

yang meliputi :

- Sales
- Operating Cost
- Personnel & Out Sourcing Cost
- Establishment Cost
- Trading Profit, dll

Dalam rangka mendukung kesiapan perusahaan (manpower readiness) untuk melakukan pengkaderan (suksesi) maupun kebutuhan ekspansi bisnis, kita juga menyiapkan spesifik program training, baik untuk Internal talent maupun eksternal talent.

Program Pengembangan Internal Talent meliputi Program :

- PSSDP (Potential Senior Staff Development Program) :
Batch 1 tahun 2017
→ Pelatihan pengembangan bagi talent Senior Staff untuk menjadi Section Head
- PSHDP (Potential Section Head Development Program) :
Batch 1 tahun 2017
→ Pelatihan pengembangan bagi talent Section Head untuk menjadi Manager
- PMDP (Potential Manager Development Program) :
Batch 3 tahun 2017
→ Pelatihan pengembangan bagi talent Manager di Store untuk menjadi Store General Manager

(Batch 1 & 2 sudah berjalan tahun 2015 – 2016 dan sudah 11 orang yang menjadi SGM).

Program Pengembangan Eksteral Talent meliputi :

- FGTP (Fresh Graduate Training Program)

Pelatihan pengembangan untuk talent-talent potensial dari Universitas/Perguruan Tinggi terbaik dengan lulusan yang terbaik (Sesuai standar requirement FGTP) untuk menduduki posisi SS dan disiapkan menjadi SH untuk waktu 1-3 tahun (fast track) waktu normal SS bisa menjadi SH adalah setelah menjalani SS selama 3 tahun.

- Apprentice Program (Program Pemagangan Mandiri Lotte Mart)
Program pemagangan ini baik kurikulum pelatihan, perijinan, perjanjian maupun sistem evaluasi dan pelaporannya sudah mendapat pengesahan dari Direktur Pemagangan Kementerian Tenaga Kerja Republik Indonesia. Peserta yang lulus program berdurasi 10 bulan ini akan mendapatkan sertifikat kompetensi yang diakui sesuai dengan SKKNI (Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia).

Lulusan program pemagangan ini dapat direkrut oleh Lotte Mart untuk menjadi staff sesuai kompetensinya. Untuk saat ini kurikulum dan modul-modul pelatihan yang sudah selesai disusun adalah untuk posisi staf cashier, staf CIS, staf floor.

Akhirnya kami dari HR Directorate mengharapkan untuk tiap karyawan mau ambil bagian dan turut serta dalam program pelatihan dan pengembangan karyawan yang dilakukan oleh Perusahaan, sehingga tiap orang dapat mengembangkan pengetahuan, perilaku dan keterampilan untuk kemajuan diri sendiri dan Perusahaan.

T&D Dept. - Jun 2017

Promosi (Kenaikan Jabatan) Karyawan

Periode : Januari - Mei 2017

PT. Lotte Shopping Indonesia : total 45 orang

PT. Lotte Mart Indonesia : total 52 orang

LMI

No	Store	Level		Jumlah Orang
		Lama	Baru	
1	Bandung Festival City	1	2	3
2	Bekasi Junction	2	3	1
3	Bintaro	2	3	2
		3	4	1
		4	5	1
4	Central Kitchen	1	2	2
5	Fatmawati	1	2	2
		2	3	4
6	Kelapa Gading	1	2	2
7	Kuningan	2	3	1
		3	4	1
		4	5	1
		5	6	1
8	Marvel City	3	4	1
9	Medan	1	2	1
		4	5	1
10	Pakuwon	1	2	2
		2	3	1
		3	4	2
11	Panakukang	1	2	1
		2	3	1
		3	4	1
12	Pramuka	3	4	2
13	Ratu Plaza	3	4	2
14	Solo	1	2	1
		4	5	1
15	Taman Surya	3	4	1
Jumlah				40

LSI

No	Store	Level		Jumlah Orang
		Lama	Baru	
1	Balikpapan	1	2	1
2	Bandung	2	3	1
		1	2	2
3	Banjarmasin	2	3	3
		1	2	2
4	Bekasi	2	3	1
5	Bogor	1	2	1
		2	3	1
6	Cikarang	1	2	2
7	Ciputat	1	2	1
		3	4	2
8	Cirebon	2	3	1
9	Jatake	1	2	1
		2	3	3
10	Kelapa Gading	1	2	1
11	Makasar	1	2	3
12	Meruya	1	2	4
		2	3	2
13	Pasar Rebo	1	2	2
14	Pekan Baru	3	4	1
15	Samarinda	4	5	1
16	Semarang	1	2	3
		5	6	1
17	Solo	1	2	2
		1	2	2
18	Yogyakarta	1	2	2
Jumlah				44

Kantor Pusat

No	Kantor Pusat	Level		Jumlah Orang
		Lama	Baru	
1	Kantor Pusat LMI : - Operation - Commercial Fresh Food - Purchasing - Recruitment - Commercial Food	3	4	1
		3	4	1
		2	3	1
		3	4	1
		5	6	1
Jumlah				5
2	Kantor Pusat LSI - Internal Audit - Commercial Dry Food - Commercial Fresh Food - Commercial General Merchandise - Finance & Accounting - Tax - Operation - Facility & Safety	3	4	1
		3	4	1
		3	4	1
		4	5	1
		1	2	1
		1	2	1
		3	4	1
		4	5	1
Jumlah				8

Selamat dan sukses bagi karyawan yang mendapatkan kenaikan jabatan (Promosi).



LETS CHANGE!

BY : RHENALD KASALI

Saya masih ingat ketika masih duduk di bangku kuliah semester awal di Politeknik Negeri Medan tahun 1999, walau kala itu masih usia muda saya bukan termasuk orang dengan fisik yang kuat tetapi memiliki rasa penasaran yang cukup besar.

Keterarikan dengan alam seperti kebanyakan mahasiswa lainnya membawa saya menjelajah gunung Sinabung dengan ketinggian 2460m di atas permukaan laut, bukan termasuk gunung tertinggi di Indonesia, tetapi untuk amatiran seperti saya persiapan berupa latihan fisik perlu dilakukan sebelum pendakian.

Pendakian yang melelahkan dan sangat berat itu dilakukan di malam hari, kata para pemandu tujuannya adalah agar kita tidak bisa melihat sejauh mana lagi jarak yang harus ditempuh, apalagi saat harus mendaki bebatuan terjal dengan kemiringan 80' yang disebut dengan "tanjakan patah hati". Beberapa kali kami terpaksa melakukan perubahan rute, karena kondisi pijakan tanah sudah terlalu becek sehingga beresiko terjatuh atau terpeleset. Saat itu hujan turun dan untuk bisa terus bergerak naik, kami perlu mencari jalan setapak yang masih keras, bila perlu mendaki di antara akar-akar pohon pandan raksasa serasa seperti berjalan dari dahan ke dahan yang bertautan.

Perjuangan sepanjang malam berbuah manis saat kami mencapai puncak, yang disambut dengan *sunrise*, ucapan kekaguman atas ciptaanNya terdengar dari mulut kami para pendaki dadakan dan amatiran, melihat hamparan awan kemerahan di langit luas terpancar sinar matahari pagi yang lembut.

Upaya keras persiapan dan pendakian terbayarkan dengan pemandangan luar biasa yang belum pernah kami lihat seumur hidup, sampai tiba waktunya kami harus segera turun untuk menghindari panasnya sengatan matahari siang. Jalan menurun terasa sangat mudah dan ringan.

Saya teringat aktivitas ini saat membaca paragraf dalam buku *Let's Change!* oleh Rhenald Kasali. Beliau menerangkan seperti apa kondisi saat menghadapi krisis. Kondisi keenam disebutkan bahwa "saat jalan terasa enak, itu pertanda kita



sedang menurun dan, sebaliknya saat terasa berat, itu pertanda kita sedang mendaki ke atas”.

Rhenald Kasali, sosok yang identik dengan pakar manajemen seperti tak kenal lelah menyerukan perubahan. Buku ini menyajikan kumpulan tulisan-tulisan Rhenald yang pernah dimuat di media Kompas. Berbicara tentang perubahan dan ajakan untuk berubah merupakan benang merah dari setiap tulisan-tulisannya di harian Kompas tersebut.

Tulisan-tulisan ini banyak menyoroti permasalahan dan krisis dalam ekonomi, pemerintahan, pendidikan, *leadership*, *management* di Indonesia yang dianggap perlu dan mendesak untuk melakukan adaptasi, perubahan dan *breakthrough* demi terciptanya kesejahteraan masyarakat. Sekalipun lebih dominan berbicara tentang isu-isu bangsa, tetapi pengetahuan tentang perubahan sangat kaya di setiap tulisan yang dapat kita adopsi dan diejawantahkan dalam manajemen pribadi atau organisasi yang lebih kecil.

Topan Guntur

Human Resource Team
Kontributor



Judul Buku : Let's Change
Penulis : Rhenald Kasali
Penerbit : Kompas
Terbitan : Februari 2014
Jumlah Halaman : 288



The Innovator's Dilemma

Hambatan Sang Innovator

Beberapa waktu lalu team redaksi mendapat kiriman pesan sebuah tulisan yang menarik melalui aplikasi pesan. Tulisan tersebut dikutip dari sebuah tulisan pada laman blog strategimanajemen.net, yang mengangkat tulisan dari sebuah buku berjudul *The Innovator's Dilemma*, sebuah buku yang ditulis oleh Prof Clayton Christensen, guru besar ilmu Strategi dari Harvard Business School.

Innovator dilemma adalah saat market leader gamang, ragu atau enggan melakukan inovasi radikal. Kegamangan ini bisa dipicu oleh rasa cinta dan rasa percaya diri yang berlebihan. Atau juga bisa dipicu oleh ketakutan bahwa inovasi ini kelak justru akan mengkanibal produk mereka sendiri. Dua hal penting yang perlu di stabile dalam buku tersebut adalah: **#1 Too much love will kill you!**

Nokia dulu menyebut Android sebagai semut kecil merah yang mudah digencet dan mati. Arogansi dan rasa percaya diri yang berlebihan membuat Nokia terjebak dalam innovator dilemma. Sejarah mencatat, yang kemudian mati justru Nokia tergeletak kaku dalam kesunyian yang perih.

Kodak menyebut kamera digital hanyalah tren sesaat, dan kamera produksi mereka akan terus bertahan. Kodak terjebak halusinasi dan innovator dilemma yang akut. Akibatnya, ruangan ICU yang pengap menanti raga mereka yang merintih kesakitan.

Intel dan Microsoft (dominasi yang dulu dikenal dengan duo Wintel) terlalu menikmati kekuasaannya dalam dunia PC dan Laptop, dan pelan-pelan terjebak innovator dilemma. Mereka terbuai dengan kekuasaannya, dan langkah betapa dramatis kecepatan kemajuan era mobile computing. Kini era PC/Laptop sudah hampir berakhir, diganti era mobile smartphone. Dan hegemoni Microsoft serta Intel kian menjadi tidak relevan dalam era smartphone. Intel dan Microsoft lalu hanya duduk saling bertatapan mata, diam dan termangu. Dalam rasa penyesalan yang pedih dan pahit. Namun dalam bisnis, penyesalan tidak pernah mendapat tempat terhormat. Boleh saja Anda bangga dan mencintai keunikan produk perusahaan dimana Anda bekerja. Bangga dengan originalitas dan kreativitas produk yang dihasilkan.

Namun kreativitas kita hari ini, akan dengan mudah digilas oleh kreativitas mereka hari esok. Boleh saja Anda bangga dan mencintai keunikan produk perusahaan dimana Anda bekerja. Bangga dengan originalitas dan kreativitas produk yang dihasilkan. Namun kreativitas kita hari ini, akan dengan mudah digilas oleh kreativitas mereka hari esok.

Either innovate or die. Pizza Hut terus menerus mengenalkan menu baru setiap enam bulan. Sabun Lifebouy berkali-



kali melakukan rejuvenasi. Facebook dan Bukalapak juga selalu melakukan evolusi.

#2 Serangan Muncul dari Arah yang Tak Terduga

Disruptive innovation ternyata acap datang bukan dari rival sesama industri. Namun dari *new player* yang entah darimana tiba-tiba mendadak muncul.

Nokia kolaps dihantam iPhone di tahun 2007, padahal produsen iPhone bukan perusahaan telco, namun dari industri komputer. Koran dan majalah mati bukan karena sesama rivalnya, namun karena Facebook dan Social Media (remaja dan anak muda tak lagi kenal koran/majalah kertas. Mereka lebih asyik main Path, IG atau FB. Pelan tapi pasti industri koran dan majalah akan mati). Televisi seperti RCTI, Trans & SCTV kelak akan kolaps bukan karena persaingan sesama pemain di industri yang sama, tapi dari makhluk alien bernama Youtube.

Di Amerika, jumlah pemirsa televisi di kalangan anak muda dan remaja, menurun drastis. Dan semua lari ke Youtube. Ini juga kelak akan terjadi di tanah air. Industri taksi seperti Blue Bird goyah bukan karena pesaing sesama taksi, namun dr Layanan taksi independen berbasis aplikasi.

Di banyak negara, banyak perusahaan taksi konvensional mati digilas Uber dan layanan taksi berbasis aplikasi lainnya.

Dan kini produsen Toyota, BMW & Mercedes Benz takut bukan karena persaingan sesama mereka. Namun karena kehadiran TESLA, yg entah dari mana tiba-tiba melakukan inovasi radikal dengan produk mobil berbasis elektrik, dengan teknologi mobil tanpa sopir atau otonom (*Autopilot Hardware*).

Minggu lalu, mobil seri Tesla3 terjual hingga 300 ribu unit hanya dalam dua hari, padahal unitnya baru dirilis 2018. Jadi *inden*-nya dua tahun.

Manusia yg dapat segera beradaptasi dengan perubahan keadaan lingkungannya maka dia akan *survive*. Jika tidak dapat beradaptasi dengan perubahan maka mereka akan tersingkir dan punah dari lingkungannya. Ide perubahan dan kreatif adalah salah satu wujud syukur.

Intinya, jangan terlena dengan "zona nyaman". Berinovasilah dengan mimpi" kita.



Judul Buku

: The Innovator's Dilemma

Penulis

: Clayton M. Christensen

Ajeng
Human Resource Team
Kontributor



**SAHABAT BELANJA LOTTE MART STORE BEKASI JUNCTION DAN
MNC PEDULI BANTU KORBAN BANJIR
DI MUARA GEMBONG**

Sahabat Belanja Lotte Mart Indonesia cabang Bekasi Junction bekerja sama dengan MNC Peduli menyalurkan bantuan kepada korban banjir di Kampung Bungin, Desa Pantai Bakti, Kecamatan Muara Gembong, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat pada awal Maret 2017. Hujan deras yang mengguyur Bekasi dan sekitarnya menyebabkan air Sungai Citarum naik dan menerjang tanggul yang berbatasan langsung dengan pemukiman warga di Muara Gembong yang berakibat banjir.

Bantuan yang diberikan MNC Peduli bekerjasama dengan Sahabat Lotte Mart Indonesia berupa 500 box susu, 1.000 box makanan kering, 500 box mi instant, 500 kilogram gula pasir, serta 500 paket perlengkapan sanitasi, termasuk 500 pak pembalut wanita. Penyaluran bantuan diberikan melalui posko bantuan serta langsung kepada masyarakat yang terletak di Kampung Bungin, Desa Pantai Bakti, Kecamatan Muara Gembong, Kabupaten Bekasi.

Micka

HR Section Head LMI Bekasi Junction
Kontributor

Arahan dan masukan dari SGM LMI 13 Solo baru



RABO RAPI Store 13 LMI SOLO BARU



Ajining Rogo Ono Ing Busono, pepatah tersebut sangat pas sekali untuk di terapkan dalam kehidupan sehari hari serta pada dunia pekerjaan.

Program RABO RAPI dilaksanakan di Lotte Mart Store 13-Solo adalah salah satu upaya meningkatkan service ke customer dalam hal berbusana yang rapi yang dilakukan oleh karyawan dan mitra kerja.

Dalam program Rabo Rapi tersebut, hal –hal yang dilakukan adalah pengecekan all grooming yang meliputi :

- Potongan rambut
- Make up (untuk SPG dan Karyawati)
- ID Card
- Baju seragam
- Ikat pinggang
- Celana dan sepatu

Disela sela kegiatan tersebut diadakan juga “ fun game “ dengan tujuan memberikan semangat sebelum bekerja dan menjalin kekompakan antar team.

Dengan dilaksanakannya program ini diharapkan semua komponen pekerja di Store 13 Solo Baru (karyawan dan mitra kerja) bisa memberikan pelayanan yang terbaik ke pelanggan , dengan tentunya penampilan diri (program Rabo Rapi) yang rapih , bersih , akan menambah kepercayaan diri yang kuat dalam berinteraksi dengan pelanggan toko.

Pihak Management Store 13 Solo Baru mengharapkan tidak hanya di hari RABO RAPI saja karyawan dan mitra kerja Lotte Mart berpenampilan rapi dan wangi dalam melaksanakan pekerjaan , dan bahkan “good grooming” adalah suatu standar yang wajib dijalankan oleh insan pekerja Lotte Mart Solo Baru.

KAMI SIAP MEMBERIKAN PELAYANAN TERBAIK TERHADAP PELANGGAN

Turn Back to Ethics



Berdasarkan hasil AST tahun 2016 yang lalu, Perusahaan mengalami kerugian (*shrinkage*) yang cukup tinggi baik di toko-toko LSI maupun LMI. *Total value shrinkage* di seluruh toko LSI +/- Rp. 45 Milyar dan di LMI +/- Rp. 57 Milyar. Tentu saja ini merupakan jumlah nominal yang sangat besar dan setidaknya akan dapat mempengaruhi pencapaian Perusahaan.

Sudah merupakan tanggung jawab kita bersama agar roda bisnis perusahaan bisa tetap berjalan dengan sehat untuk mencapai tujuan dan hasil yang sudah ditentukan.

Fokus Divisi Internal Audit di tahun 2017 adalah bagaimana caranya untuk mengurangi kerugian perusahaan sehingga bisnis perusahaan bisa berjalan dengan baik. Salah satunya dengan melakukan analisa dan tindakan-tindakan preventif untuk seluruh proses yang dijalankan oleh perusahaan, termasuk melakukan review *Standar Operating Procedure (SOP)* yang seyogyanya bisa dijadikan dasar dan panduan dalam melakukan segala sesuatunya agar terhindar dari penyimpangan yang akan merugikan bagi karyawan itu sendiri maupun untuk Perusahaan.

Usaha yang dilakukan oleh Divisi Internal Audit tidak akan berhasil jika tidak ada dukungan dan kerjasama dari semua pihak. Agar seluruh proses bisa berjalan sesuai dengan mekanisme dan SOP, hal ini tidak lepas dari partisipasi seluruh

karyawan Lotte Mart.

Perusahaan sangat berterima kasih kepada karyawan perusahaan yang peduli. Seperti yang sudah tertuang di dalam buku Peraturan Perusahaan (PP) bahwa Setiap pekerja bertanggung jawab apabila mengetahui atau mencurigai adanya transaksi yang tidak legal dan temuannya tersebut hendaknya diinformasikan kepada atasan atau kepada pimpinan Perusahaan. Artinya dengan demikian seluruh proses kegiatan yang ada di perusahaan merupakan tanggung jawab kita bersama. Terbukti bahwa dengan adanya kepedulian dari karyawan Lotte Mart, di awal tahun 2017 ini sudah ada 2 kasus yang dilaporkan oleh karyawan terkait dengan tindakan illegal yang dilakukan oleh oknum karyawan dan menimbulkan kerugian bagi perusahaan.

Kasus pertama, laporan adanya oknum karyawan toko yang secara berkomplot (bekerja sama) dan dengan sengaja mengambil keuntungan dari menaikkan harga ke customer trader dari harga khusus yang sudah diberikan oleh pihak buyer dan selisih harga tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi (kelompoknya).

Kasus kedua, laporan adanya penyalahgunaan jabatan oknum karyawan atas barang free goods dari supplier yang diberikan sebagai support sales untuk Lotte Mart, tetapi diambil dan digunakan untuk kepentingan pribadi.



Lotte Mart memiliki komitmen bahwa seluruh tindakan yang dilakukan karyawan akan ada konsekuensinya baik itu berupa *punishment* maupun *rewards*. Untuk karyawan yang melakukan pelanggaran dikenakan sanksi sesuai dengan PP yang berlaku (pemutusan hubungan kerja dan atau proses hukum sesuai ketentuan yang berlaku), sedangkan untuk karyawan yang melaporkan ke perusahaan adanya kegiatan ilegal yang merugikan dan bila kerugian tersebut dapat dikembalikan ke perusahaan, maka perusahaan akan memberikan penghargaan (*rewards*) yang nominalnya akan diputuskan sesuai dengan kebijaksanaan top management.

Sebagai penutup, bahwa tidak semua hasil kerja kita bisa tercapai sesuai yang kita harapkan. Akan tetapi kejujuran, keberanian dan tanggung jawab yang tinggi adalah modal kita dalam mencapai tujuan dan harapan. Ayo! Kembali ke Etika (*Turn Back to Ethics*) agar perusahaan kita tetap terus berjalan dan menjadi perusahaan retail No.1 di Indonesia.

Internal Audit – Juni 2017

Chandrabawono

Internal Audit Senior Manager

Redaktur



“

Lotte Mart memiliki komitmen bahwa seluruh tindakan yang dilakukan karyawan akan ada konsekuensinya baik itu berupa *punishment* maupun *rewards*. Untuk karyawan yang melakukan pelanggaran dikenakan sanksi sesuai dengan PP yang berlaku. “

Internal Audit – Juni 2017


Indra Budiana

LSI Fesh Food Director

 Wawancara dengan kontributor
Topan Guntur


Manusia adalah

Subjek Perubahan

Kemauan dan Kemampuan Mengelola Perubahan

Beberapa waktu lalu President Director PT. Lotte Shopping Indonesia/PT. Lotte Mart Indonesia (LSI/LMI), Bapak Joseph Buntaran, mengingatkan pentingnya “kemauan untuk berubah” dalam keseharian pengelolaan bisnis, sebagaimana beliau quote dari Jack Welch: “*Willingness to Change is a Strength*”. Saya jadi ingat cerita saat training, tentang nahkoda kapal perang yang awalnya bersikukuh tidak mau merubah haluan tetapi akhirnya mau berubah setelah sadar bahwa yang ada di depannya adalah sebuah ‘mercu suar’. Filosofi ini dapat menggambarkan pentingnya kemauan untuk berubah dalam mengelola bisnis, sebelum petaka menghancurkan bisnis itu sendiri.

Kita tidak bisa merubah tujuan yang telah ditetapkan (target kerja), namun kita bisa merubah cara dan rute untuk tetap mencapai tujuan kita. Tantangan di *Fresh Food* LSI ibarat kapal di tengah lautan, yang sedang menuju mercusuar. Anda bisa mengetahui posisi karang, tetapi tidak tahu kapan badai akan datang atau sebesar apa gelombang yang akan menghempaskan kapal anda. Ada hal yang bisa diprediksi, tetapi banyak hal yang tidak bisa diduga. Produk-produk segar yang kita jual, cenderung terkait dengan kondisi alam dan iklim/cuaca yang tidak menentu. Anda bisa bayangkan, sangat tidak mudah untuk memprediksi musim Mangga tahun ini apakah lebih baik atau lebih buruk dari tahun sebelumnya. Hal ini menuntut tim kerja saya untuk bisa beradaptasi dengan cepat terhadap kondisi-kondisi seperti ini.

Hal yang bisa anda lakukan adalah melakukan perubahan-perubahan terhadap ‘apa yang bisa anda kontrol’ untuk merespon dan mengantisipasi perubahan dari kondisi eksternal, apakah dengan

cepat-cepat merubah arah layar, menurunkan atau menarik layar, atau tetap jeli menghindari karang. Bila anda tidak cepat melakukan perubahan-perubahan, kapal anda bisa hancur menjadi kepingan-kepingan kayu di tengah samudera.

Kemampuan dalam merespon secara cepat dan tanggap menghadapi dinamika bisnis bukan sesuatu yang sederhana, karena dibutuhkan proses, kesabaran dan kegigihan. Seperti yang kami alami tahun lalu, kebijakan top management untuk menutup akses penjualan produk *Fresh Food* ke customer trader (*shark*) adalah sebuah dinamika ombak besar bagi direktorat *Fresh Food* LSI. Di satu sisi, tujuan atau target sudah ditentukan, namun di sisi lain ada sebagian peluang jual telah hilang. Sepanjang tahun kita mengalami tantangan mental yang tidak sedikit sebagai bentuk tanggung jawab terhadap perusahaan dan *internal team fresh food*, namun yang selalu kami miliki adalah optimisme, tidak ada kata menyerah. Di tahun tersebut, kami memang tidak berhasil mencapai target, tapi kami melihat bahwa pembenahan harus diperjuangkan dari saat itu untuk meletakkan fondasi bisnis yang lebih kuat kedepannya. Proses kerja, kami fokuskan untuk memperkuat customer utama kami (*Hotel, Restaurant, Catering*), mengevaluasi dan menyusun ulang program-program baru bagi customer, serta memberikan yang terbaik untuk customer. Saya memiliki keyakinan, bila kita mengutamakan kepentingan customer maka customer akan memberi lebih banyak kepada kita, baik dalam frekuensi berbelanja atau peningkatan *volume basket*. Bahkan kitapun bisa mendapatkan loyalitas mereka pada akhirnya. Perjuangan dan perubahan yang dilakukan tahun lalu, hasilnya dapat kami nikmati tahun ini. Kami berhasil mencapai target. Bisnis ibarat roda



“

Optimisme untuk memenangkan bisnis tidak boleh hilang sekalipun di tengah kondisi yang ‘normal.’ “

berputar kadang di atas kadang di bawah. Hal yang biasa bila bisnis mengalami kesuksesan ataupun kegagalan, karena kondisi seperti ini juga dialami oleh divisi komersial lainnya. Kami sangat bersyukur, di tahun ini kita bisa berkontribusi yang terbaik atas izin-Nya.

Menurut saya, optimisme untuk memenangkan bisnis tidak boleh hilang sekalipun di tengah kondisi yang ‘normal’. Kekalahan justru akan datang, jika kita lengah dan tidak waspada saat datang perubahan. Hal yang penting adalah terus berusaha, terus berjuang, terus berinovasi dalam mengelola perubahan-perubahan, menajamkan analisa terhadap faktor-faktor eksternal dan internal untuk menyiapkan langkah-langkah perubahan yang akan dieksekusi. Peranan saya di *top management fresh food* adalah melihat seluruh aspek secara utuh, mengoptimalkan peluang, meminimalkan hambatan, mensinergikan team, melakukan alignment dengan seluruh *stake holder*, sehingga pengambilan keputusan dalam langkah perubahan lebih tepat sasaran.

Manusia (*people*) adalah Subjek Perubahan

Saya melihat dinamika bisnis adalah sebuah stimulus, sehingga dari sisi sebaliknya saya dan tim berperan aktif untuk merespon stimulus tersebut dengan adaptasi dan berubah. Dengan kata lain, saya dan tim adalah subjek dalam perubahan, yang secara aktif melakukan pengelolaan atas perubahan dinamika bisnis yang terjadi. Karena kita adalah subjek dalam perubahan, maka *people* sebagai pelaku bisnis menjadi bagian terpenting yang menentukan keberhasilan proses bisnis yang dilakukan. Beberapa hal yang selalu kita ingatkan dan benahi terhadap anggota team, diantaranya:

1. *We are ready for business changing*

Mengingat dinamika bisnis yang senantiasa berubah secara dinamis,

maka menjadi penting adanya kesadaran di semua anggota team untuk menghadapi situasi eksternal/internal apapun, baik berupa peluang terbaik ataupun tantangan terburuk. Kami sangat beruntung diberi kepercayaan mengelola produk yang cenderung ‘*up-predictable*’ sehingga dapat mengasah ketajaman dan kesiapan mental dalam menghadapi kondisi yang muncul. Cuaca ekstrim, iklim yang berubah-ubah, regulasi pemerintah, atau hal sejenisnya, telah memberi kontribusi dalam mengasah kesiapan mental team.

2. *We are confident people*

Memiliki mentalitas *confident* menghasilkan perilaku berani menghadapi masalah, tidak takut, tidak membiarkan apalagi lari dari masalah, berani memperjuangkan. Agar menjadi orang-orang yang *confident* saya selalu mengingatkan tim kami bahwa apa yang kita lakukan atau perjuangkan adalah untuk kebaikan semua orang baik untuk semua karyawan di toko, di HO, kurang lebih 3500 karyawan LSI termasuk seluruh keluarga karyawan. Selain itu saya juga mengingatkan tim bahwa kita memiliki kriteria kesuksesan, saya sampaikan kesuksesan kita ada 3 kriteria, yang pertama mencapai target, kedua bila tidak mencapai target kita menunjukkan adanya *growth*, ketiga bila tidak ada *growth* kita menunjukkan *trend progress*, memang *minus growth* tapi meningkat misal dari -20% naik ke -15% lalu -10% dan seterusnya. Ini membuktikan kalau kita masih tetap optimis, tetap bekerja, berpikir positif, tidak menyerah dan semangat, sehingga *shareholder* melihat bahwa masih ada hope dalam bisnis ini.

3. *People with sense of ownership*

Saya mengingatkan tim untuk tidak bekerja dengan definisi status Karyawan, bila hanya melihat status ini kita sebagai administrator saja dan berpikir sangat administrative. Hanya berusaha menyelesaikan apa

yang ditugaskan, tidak lebih dari itu. Saya menuntut tim untuk melihat diri sendiri sebagai *owner* (*entrepreneurship*), menyikapi bahwa perusahaan telah mempercayakan kita sejumlah dana yang kita anggap sebagai modal pribadi. Sebagai pemilik modal, otomatis akan berjuang memastikan modal ini akan menghasilkan keuntungan. Bila pun ternyata tidak berhasil memberikan Rp. 1 profit secara langsung, saya masih tetap terbuka untuk alasan dalam porsi-porsi tertentu, misal untuk tujuan menjaga loyalitas customer. Kita lihat kembali tujuannya, selama tujuan ini memiliki dampak yang baik dalam jangka panjang, untuk masa depan bisnis, kenapa tidak.

4. *People that willing to learn*

Saya selalu melihat faktor ini setiap menerima karyawan baru, selama ada kemauan untuk belajar, maka orang tersebut memiliki potensi. Baja yang terlihat sangat keras sekalipun, tetapi masih bisa dibentuk, tinggal cari caranya. Misalnya baja, dapat dibentuk dengan pemanasan yang tinggi. Terlepas dari kemampuan belajar orang cepat atau lambat, selama orang tersebut mau mengosongkan gelasnya untuk pengetahuan baru, seharusnya pada saatnya pasti memiliki kemampuan menyelesaikan tugasnya.

Saya selalu ingatkan mereka itu tidak ada yang pintar ataupun tidak ada yang bodoh, tapi yang ada adalah orang yang mau belajar dan orang yang tidak mau belajar. Seorang bapak pengukir kayu, betapa dia bisa menghasilkan ukiran yang sangat indah dan berharga dari sebuah gelondongan kayu yang sebelumnya mungkin tidak ada harganya, lalu saya berpikir, pada awalnya bapak ini tidak tahu apa-apa tentang kayu, kemampuannya saat ini adalah dari hasil proses belajar yang mungkin cukup lama, seperti saya sekarang, tidak lebih hebat dari yang lain, saya hanya beruntung karena belajar lebih dahulu.

Yang saya pahami selama berkarir di Lotte Mart, pengetahuan yang saya dapatkan disini bukan sesuatu yang dapat dipelajari di bangku kuliah, ataupun pelatihan-pelatihan, saya mendapatkannya dengan benar-benar melalui proses dengan bekerja dan belajar.

5. *People that communicate*

Komunikasi adalah tool yang efektif untuk berubah, saat ini di Direktorat *Fresh Food* LSI kita membuka komunikasi yang disebut dengan *Whatsapp Communication Fresh Food* (WACF), komunikasi ini kita adakan dua minggu sekali setiap hari Senin - bagi seluruh Lokal Buyer (LB) dan tim

HO dengan *standby* pada aplikasi WA masing-masing. Kita menggunakan kesempatan ini untuk memberikan arahan, informasi tentang hambatan-hambatan yang mungkin muncul, melakukan evaluasi performance baik yang bagus atau kurang, saling memberi *feedback* sehingga sekaligus proses saling belajar *Local Buyer*.

Melalui forum WACF ini juga membantu kita memberikan motivasi kepada tim LB - karena kita tidak memiliki kontrol yang cukup di toko. Cara ini membantu mereka dalam upaya-upaya berkordinasi dengan tim toko sehingga tercipta kolaborasi yang lebih baik.

Namun juga saya ingatkan, komunikasi itu jangan hanya berlangsung dalam forum meeting, dinamika di bisnis *Fresh Food* sangat tinggi, maka setiap update dan perubahan-perubahan perlu dikomunikasikan secara langsung, tidak harus menunggu forum meeting untuk saling berkomunikasi.

Saya sadar dalam forum-forum meeting terkadang ada hambatan-hambatan komunikasi, maka saya juga turun langsung melakukan pemantauan ke toko-toko, dengan cara ini saya bisa mendapatkan informasi yang lebih lengkap serta memberikan solusi-solusi yang lebih cepat dan tepat.

6. *Team Work People*

Tidak bisa dipungkiri kita memiliki tim dengan karakter yang berbeda-beda, bagaimanapun juga mereka adalah orang-orang yang saya miliki, dan telah berjuang bersama saya. Baik buruknya karakter mereka, adalah hal yang harus saya terima. Ini perlu disadari sebagai sebuah kewajaran, tidak ada tim yang setiap anggotanya sempurna. Sebagai atasan saya bertanggungjawab memastikan kelemahan dan kekuatan dari masing-masing individu dapat bersinergi. Mengelola setiap kekuatan yang ada untuk menghasilkan yang terbaik.

Sebagai subjek perubahan, kita diingatkan oleh Einstein, *Insanity: doing the same thing over and over again and expecting different results*. Adalah kegilaan melakukan hal yang sama berulang kali dan berharap hasil yang berbede. Kita harus terus berubah karena perubahan itu adalah sebuah keniscayaan.

GALERI KEGIATAN



Christmas & New Year Event

Semangat baru untuk tahun yang baru, yang dihadiri seluruh karyawan Head Office, Januari 2017



Pelepasan Bpk. Wayan Gede Suci

Pelepasan Bpk. Wayan Gede, yang telah memberikan pengabdian & Loyalitas kepada perusahaan selama hampir 25 tahun, Januari 2017



Pelepasan CEO Lotte Mart Indonesia

Pelepasan Mr. Yoon Juk Yang untuk kembali ke Korea yang selanjutnya digantikan oleh Bpk. Joseph Buntaran, Januari 2017



Anniversary Lotte Mart

Rekor Muri Lomba Masak Nasi Goreng terbanyak Lotte Mart Taman Surya, Maret 2017



Kerjasama Lotte Mart & MNC

MNC & Lotte Mart Melakukan Rehabilitasi/ Perbaikan Jembatan Di Desa Patok Picis - Malang, April - Juni 2017



Launching VCO (Virgin Coconut Oil)

Launching product yang dihadiri oleh Menteri Perdagangan & UKM RI, 20 April 2017

GALERI KEGIATAN



“ **Horeka Day Store 11 Lotte Grosir**
Semarang, Maret 2017



“ **Bantuan 1000 Sembako selama Ramadhan**
Lotte Mart Melakukan pembagian 1000 Paket Sembako yang disebar ke beberapa wilayah JABOTABEK selama bulan Ramadhan, Mei - Juni 2017”



“ **Buka Bersama & Shalat Tarawih Berjamaah**
Selain Buka Bersama Lotte Mart Juga melakukan pembagian paket sembako dengan Total 1000 paket selama bulan Ramadhan, 10 Mei 2017



“ **Hari Lanjut Usia Nasional**
Program CSR Pemberian 1000 paket sembako kepada para Lanjut Usia, Mei 2017”



“ **Buka Bersama & Santunan Anak Yatim**
Buka Bersama Lotte Mart Juga melakukan Santunan terhadap Anak Yatim yang diselenggarakan di Mushola At- Taqwa (HO), Juni 2017



“ **Indonesia Most Admired Companies Award**
LOTTE SHOPPING INDONESIA (Lotte Grosir) merupakan pusat perkulakan mendapat penghargaan Indonesia Most Admired Companies Award 2017



GALERI KEGIATAN

Hari/ Tanggal : Sabtu & Minggu 18-19 Maret 2017
 Penyelenggara : LSI Cirebon
 Acara : Tournament Lotte Grosir - JOGLOSESUCI



TENIS MEJA :

Juara 1 : St 02 Sidoarjo
 Juara 2 : St 16 Solo
 Juara 3 : St 24 Cirebon

MEMANCING :

Juara 1 : St 11 Semarang
 Juara 2 : St 19 Jogjakarta
 Juara 3 : St 16 Solo

**JUARA UMUM :
 STORE 11 SEMARANG**

BULU TANGKIS :

Juara 1 : St 11 Semarang
 Juara 2 : St 02 Sidoarjo
 Juara 3 : St 24 Cirebon

FUTSAL :

Juara 1 : St 11 Semarang
 Juara 2 : St 02 Sidoarjo
 Juara 3 : St 19 Solo

**TUAN RUMAH LOTTE CUP
 JOGLOSESUCI KE 9 TAHUN 2018 :
 STORE 11 SEMARANG**

YUKK KITA QUIZ!



Carilah minimum **10 (sepuluh)** nama hewan pada susunan huruf dibawah ini, baik secara vertikal, horizontal, maupun diagonal

K K P C O O L K E L I N C I K
E U S A P I G K A T A K K E U
R C Q L U M B A L U M B A S D
B I L U V S U N J P B A N T A
A N J I N G I V W A T U G I D
U G K A M B I N G I H R G K O
R I B E R U A N G I V E U U M
A M A N K E L E L A W A R S B
M O N Y E T H A R I M A U G A
K A N C I L T H X M U S A N G

Email jawaban Anda ke redaktur@lottemart.co.id
(Cantumkan nama lengkap, NIK, unit kerja pengirim)

Pengumuman pemenang akan diumumkan pada edisi selanjutnya
3 pemenang terpilih akan mendapatkan hadiah dari Redaksi

Analisa Koroner Terhadap Penyebab Kematian

Tiga jenazah berada di kamar mayat, semua dengan senyum yang sangat lebar di wajah mereka. koroner menelepon polisi untuk memberitahu apa yang telah terjadi.

"Jenazah Pertama: pria Bandung, usia 60, meninggal karena gagal jantung saat bercinta dengan kekasihnya. Makanya memiliki senyum yang sangat lebar, Pak", kata Pemeriksa.

"Jenazah Kedua: pria Bali, 25, memenangkan undian satu milyar, menghabiskan semuanya untuk minum arak Bali, keracunan alkohol, maka dia mati tersenyum.."

Polisi bertanya, "Bagaimana dengan jenazah ketiga?"

"Ah," kata petugas koroner, "ini adalah salah satu yang paling tidak biasa. Martinus petani dari NTT, 30, disambar petir."

"Kenapa dia tersenyum?" bertanya Inspektur.

"Kami kira dia berfikir bahwa dia sedang difoto..."kata dokter

Handphone Baru

Ucup dan Acep adalah dua orang GapTek yang baru punya handphone. Ucup yang lewat di depan rumah Acep heran melihat tingkah tetangganya itu.

Ucup : "Cep ngapain lho megangin pager rumah?"

Acep : "Ini Cup, gw lagi mau isi pulsa..."

Ucup : "Eh, ape hubungannya nempel di pager ama isi pulsa Cep? Telpon operator aja. Susah amat sih."

Acep : "Itu die masalahnye, dari tadi gue disuruh operator tekan pager, nah gue sudah tekan pager berkali-kali kok kagak bisa juga. Ampe bonyok nih jempol gue."

Ucup : "Gue lebih parah coy."

Asep : "Emang elu kenapa?"

Ucup : "Gue malah disuruh mencet bintang."

Background :

Saya mendapat humor ini dari WA Group teman SMA. Saya melihat humor ini cukup mewakili 'Berjuang di tengah perubahan'..dimana setelah membeli HP baru, ternyata perilakunya masih GapTek (Gagap Teknologi) dimana mereka belum memahami instruksi yang tercantum di HP. Malah melakukan perilaku yang lugu..dan cenderung bodoh..mereka perlu melakukan perubahan..

OG vs SPG

Orang gaptek(OG) VS SPG gaptek berbincang di pameran komputer.

OG : "Mbak, mau nanya dong? 'ENTER' itu maksudnya apa?"

SPG dengan sigap menjawab: "Kayaknya untuk mempercepat program deh Mas!"

OG : "Mempercepat gimana maksudnya mbak?"

SPG : "Ya biar cepet kerjanya Mas. kalo tulisan nya ENTAR, khan jadinya lamaaa!!"

OG: "Oww, tanya lagi ya Mbak, ini saya sudah masuk ke Internet Explorer. Kok saya ketik Facebook.com, ngak keluar apa-apa yah?"

SPG : "Lah, di depan nya Mas sudah ngetik www belum Mas?"

OG : "Memangnya harus ya Mbak, sebenarnya www itu apa?"

SPG : "Eeeehmmmm... Apa yah? Pokoknya kalo mau masuk ke website memang harus ketik www itu Mas, kode permisi gitu lhooh. kayak nya kalau ngak salah singkatan dari Wassalamualaikum Warohmatullohi Wabarokaatu..."

Teknologi TV Layar Sentuh

Dewasa ini ponsel dan komputer dengan layar sentuh sudah sangat populer. Seorang teman berkeluh kesah:

"Perkembangan iptek akhir-akhir ini pesatnya bukan main. Siapa tahu pada suatu hari nanti pesawat televisi juga akan menggunakan layar sentuh."

Seorang teman yang duduk di sampingnya segera nyeletuk: "Lho, kamu kok dungu banget! Ada alat remote control tak digunakan, malah mau menyentuhkan jari dengan berjalan ke depan teve, hehe..."

Sumber : www.ketawa.com

