

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Gambaran Umum perusahaan

2.1.1 Sejarah Lippo Group

Lippo Group adalah sebuah perusahaan besar di Indonesia yang didirikan oleh Bapak Mochtar Riady. Grup ini memulai usaha dengan Bank Lippo yang telah berganti nama dan berubah posisi sahamnya menjadi Bank CIMB Niaga. Perusahaan ini kemudian mengembangkan diri di usaha properti yang kemudian berkembang di Indonesia, Tiongkok dan beberapa negara lainnya. Selain di usaha properti juga melakukan pengembangan bisnis eceran, telekomunikasi, dan berbagai jenis usaha lainnya. Saat ini, perusahaan tersebut dipimpin oleh Bapak James Riady, anak dari Bapak Mochtar Riady.

Lippo Group bergerak di bidang properti meliputi kota satelit, perumahan, kondominium, perkantoran kelas A, pendidikan, pusat industri, pusat belanja, hotel, golf dan rumah sakit. Beberapa bisnis properti di Indonesia yang telah dikenal luas masyarakat antara lain Lippo Karawaci, Lippo Cikarang, Rolling Hills Lippo Karawaci, dan Rolling Hills Karawang. Selain di Indonesia, Lippo juga memiliki properti sejenis di Tiongkok dan Singapura. Pada bisnis eceran, Lippo menguasai beberapa usaha seperti Matahari Putra Prima meliputi Foodmart, Matahari Department Store, Hypermart, serta produk kesehatan dan kecantikan. Lippo juga memiliki usaha di bidang media, telekomunikasi, teknologi informasi dan TV kabel

seperti First Media. Di sektor keuangan, Lippo memiliki usaha seperti perbankan, asuransi, dan lainnya dengan fokus di Asia.

Lippo Group menjadi salah satu operator pusat perbelanjaan terbesar di Indonesia, melalui anak perusahaannya yaitu, PT. Lippo Karawaci Tbk, yang telah berhasil mengembangkan konsep membangun kota mandirinya dengan hasil berupa Lippo Village Tangerang hingga mengembangkan ekspansi bisnisnya hingga di Makassar. Berawal dari keberhasilan pengembangan bisnis dengan konsep kota mandiri membuat PT. Lippo Karawaci Tbk, ingin memperluas portofolio usahanya merambah kepada *urban development* yang salah satunya adalah retail *malls* maka dari itu PT. Lippo Karawaci membuat anak perusahaan bernama PT. Lippo Malls Indonesia (LMI) yang menjadi operator mal hingga saat ini telah mengelola lebih dari 74 mal yang tersebar di 40 kota di seluruh wilayah Indonesia. Salah satunya adalah Lippo Plaza Batu. Berikut ini merupakan jaringan Lippo Grup yang dibagi pada 6 lini bisnis dengan berbagai perusahaan yang dinaungi oleh Lippo. Pada lini pertama yaitu *real estate* terdapat 10 perusahaan dan PT. Lippo Malls Indonesia termasuk pada lini bisnis *real estate*, selanjutnya pada lini bisnis kesehatan memiliki Siloam yang menjadi rumah sakit ternama di Indonesia, lini bisnis ketiga yaitu retail terdapat 10 merek dan 3 diantaranya menjadi rekanan pada bisnis mall yaitu, Matahari Departement Store, Hypermart, dan Cinepolis yang menjadi *anchor tenant* pada *mall* Lippo di Indonesia. Lini bisnis Lippo selanjutnya pada media digital dan telekomunikasi terdapat 11 perusahaan, pada lini bisnis selanjutnya pada lini bisnis keuangan terdapat 4 perusahaan, serta sektor lini bisnis terakhir pada pendidikan terdapat 5 perusahaan.



Gambar 3. Sektor Bisnis Lippo Group
Sumber: Lippomallsindonesia.com

2.1.2 Sejarah LPB

Lippo Plaza Batu merupakan *modern shopping center* pertama yang terletak di Kota Wisata Batu. Mal ini berada dibawah naungan Lippo Malls Indonesia yang merupakan pemilik sekaligus operator mal terbesar di Indonesia. Lippo Plaza Batu mulai beroperasi pada bulan November 2011. Alamat Lippo Plaza Batu berada di Jalan Diponegoro, No.1, Sisir, Kec. Batu, Kota Batu, Jawa Timur. Pada pertengahan tahun 2013 Lippo Plaza Batu dikenal dengan nama Batu Town Square hingga pada tahun 2016 berubah menjadi Lippo Plaza Batu.

Lippo Plaza Batu memiliki area seluas 25.679 meter persegi dengan *tenant* sebanyak 50 unit dengan bangunan yang memiliki tinggi 4 lantai termasuk bangunan yang akan direncanakan menjadi Rumah Sakit Siloam yang merupakan grup dari Lippo, tetapi pembangunan rumah sakit tersebut terkendala perijinan yang menjadikan area pembangunan tersebut kosong.

2.2 Visi dan Misi

Visi Lippo Plaza Batu

Membangun mal perkotaan yang lengkap dan menciptakan lingkungan yang kondusif untuk berbelanja, berlibur dan gaya hidup.

Misi Lippo Plaza Batu

Menjadikan mal sebagai pusat perbelanjaan (*shopping mall*) terbaik di Kota Kabupaten atau Kodya, yang menyediakan segala kebutuhan masyarakat sekitarnya dan menjadikan salah satu tujuan wisata bagi wisatawan yang datang ke Kota Batu, serta memberi kesempatan pengusaha UMKM, nasional dan multi-nasional mengembangkan usahanya untuk bertumbuh bersama.

2.3 Logo perusahaan

Logo Lippo Plaza Batu menggunakan *background* berwarna biru yang bertuliskan “Lippo Plaza Batu”. *Font* yang digunakan pada kata “Lippo” menggunakan *font* yang sama dengan Lippo Group. Penggunaan kata Plaza berarti *mall* tersebut merupakan *mall* jenis *plaza*, tidak seperti Lippo Mall Karawaci yang merupakan *mall* yang cukup besar. Kata “Batu” berarti *mall* tersebut berlokasi di Kota Batu, Jawa Timur. Warna yang digunakan adalah warna putih, dimana warna putih memberi warna yang cerah dan tegas jika dipadukan oleh *background* berwarna biru.

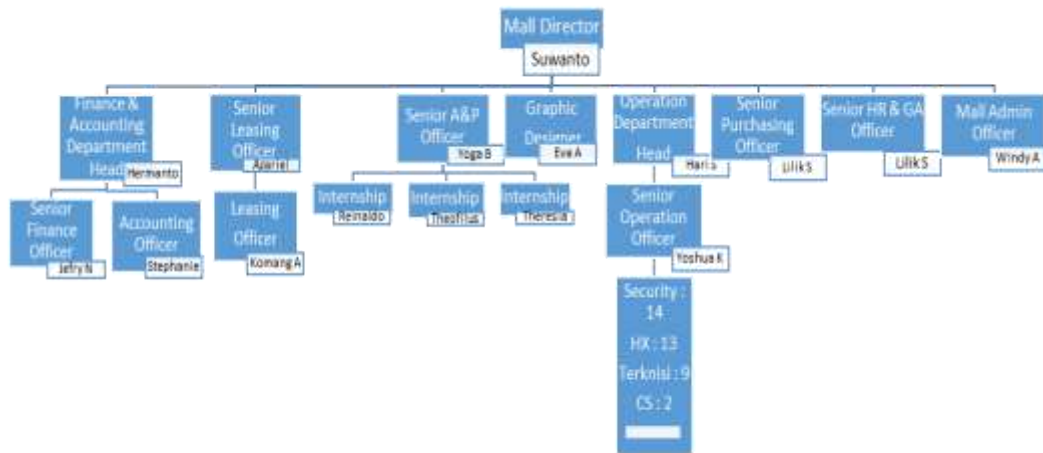


Gambar 4. Logo Lippo Plaza Batu
Sumber: Data Manajemen Lippo Plaza Batu (2021)

2.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi dari Lippo Plaza Batu menggunakan struktur organisasi fungsional. Dapat dilihat dalam tabel terdapat beberapa divisi yaitu *Financial and Accounting, Leasing, A&P (Marcomm), Operation, Purchasing, HR & GA*, dan *Admin*.

Mall Director merupakan jabatan puncak di Lippo Plaza Batu yang membawahi *Financial and Accounting, Leasing, A&P (Marcom), Operation, Purchasing, HR & GA*, dan *Admin*. Jabatan tersebut diduduki oleh Bapak Suwanto. Divisi *Financial and Accounting* terdiri dari 1 jabatan kepala dan 2 karyawan, dimana jabatan kepala diduduki oleh Bapak Hermanto yang membawahi Bapak Jefry dan Ibu Stephanie. Divisi *leasing* terdiri dari 1 kepala dan 1 karyawan, dimana jabatan kepala diduduki oleh Bapak Azariel yang membawahi Ibu Komang. Divisi *Marcom* terdiri dari 1 kepala dan 3 karyawan magang, dimana jabatan kepala diduduki oleh Bapak Yoga yang membawahi Reinaldo, Theofilus, dan Theresia. Divisi *Operation* terdiri dari 1 kepala dan 1 karyawan. Dimana jabatan kepala diduduki oleh Bapak Hari yang membawahi Bapak Kris. Divisi *Purchasing* terdiri dari 1 karyawan yaitu Bapak Aji. Divisi *HR and GA* terdiri dari 1 karyawan yaitu Ibu Lilik. Divisi *admin* terdiri dari 1 karyawan yaitu Ibu Windy.



Gambar 5. Struktur Organisasi Lippo Plaza Batu
Sumber : Data Manajemen Lippo Plaza Batu (2021)

2.5 Job Description

Terdapat 5 bagian pekerjaan di Lippo Plaza Batu, berikut adalah tugas & tanggung jawab setiap pekerjaan secara umum :

1. Finance & Accounting

- a. Mengelola terkait pembayaran biaya operasional mal.
- b. Melakukan penagihan biaya pada *tenant* dan *vendor*.

1. Leasing and Casual Leasing

- a. Mengelola terkait perjanjian sewa menyewa ruang atau area.
- b. Informasi biaya sewa dan ruang atau area yang dapat disewa.
- c. Mengeluarkan surat izin keluar masuk barang bagi *tenant*.

2. Marketing Communication (Art and Promotion)

- a. Sewa media promosi di dalam gedung mal, dan media promosi yang berada di kawasan area mal.
- b. Kerja sama terkait pengadaan kegiatan, fasilitas, dan promosi.

4. Operation

- a. *Customer Service*: menangani komplain dari konsumen dan pusat informasi mengenai kegiatan, kehilangan atau penemuan kejadian
- b. *Housekeeping*: bertanggung jawab agar toilet serta area mal bersih, kering dan wangi.
- c. *Security*: Keamanan dan keselamatan pelanggan, *tenant* dan area.
- d. *Engineering*: Operasional mesin di mal, dan perawatan serta perbaikan mesin, pipa, dan fasilitas operasional lainnya.
- e. *Parking*: bertanggung jawab pada area parkir, kelancaran alur jalur parkir, dan mesin parkir.

5. *Support*

- a. *Purchasing*: Bertanggung jawab pada pembelian barang, pengadaan, dan pembandingan *vendor*.
- b. *Human Resources*: Bertanggung jawab pada proses lanjutan dari rekrutmen, wawancara, dan pengelolaan karyawan.
- c. *General Affairs*: Bertanggung jawab pada perpanjangan izin dan sewa dengan vendor, menyediakan fasilitas operasional karyawan.
- d. *Warehouse*: Bertanggung jawab terkait stok barang serta aset milik mal di gudang.

2.6 *Segmentation Targeting Positioning*

STP atau *Segmentation Targeting Positioning* adalah salah satu pendekatan atau model yang digunakan untuk mengembangkan pesan dan strategi pemasaran yang sesuai pada segmentasi target tertentu. Pada dasarnya *segmenting targeting*, dan *positioning* adalah salah satu model pemasaran yang penerapannya melibatkan

tiga tahapan yaitu melakukan segmentasi pasar, menargetkan segmen yang diyakini paling menguntungkan dan menempatkan produk yang dijual dengan cara yang paling bernilai (Wahyuni, 2019).

Tahapan *segmenting* atau segmentasi dilakukan dengan membagi pelanggan menjadi sekelompok orang dengan karakteristik dan kebutuhan yang sama. Langkah ini dilakukan agar perusahaan dapat menyesuaikan pendekatan untuk memenuhi kebutuhan masing-masing kelompok dengan cara yang lebih efektif dibanding hanya menggunakan satu pendekatan untuk semua pelanggan. Untuk melakukan segmentasi pasar, bisa menggunakan pendekatan demografis, geografis, psikografis, dan perilaku (Wahyuni, 2019). Segmentasi pasar dari LPB adalah B2B (melibatkan para *tenant*) dan para pengunjung (*traffic*). Segmentasi B2B dari Lippo Plaza Batu berupa:

1. UKM lokal, seperti contoh pelaku UMKM, *tenant* aksesoris, jam tangan, dan lain-lain.
2. *National brand*, seperti Chatime, Kopi Kenangan, Steak Moen-moen, dan lain-lain.
3. *Big national brand*, seperti Matahari Departement Store, Hypermart, dan KFC

Sedangkan untuk segmentasi pengunjung (*traffic*), Lippo Plaza Batu menggunakan segmen demografis yaitu pengunjung mulai dari usia anak-anak hingga dewasa, jenis kelamin laki-laki dan perempuan, keluarga, dengan penghasilan menengah hingga penghasilan tinggi. Pada segmen geografis Lippo Plaza Batu menyasar penduduk lokal Kota Batu dan sekitarnya. Dari sisi

psikografis Lippo Plaza Batu menyasar pengunjung dengan gaya hidup gemar berbelanja, mencari hiburan, dan menghabiskan waktu bersama-sama.

Strategi kedua adalah *targeting* atau menetapkan target pasar yang ingin disasar yang merupakan tindakan menilai ketertarikan dan minat dari beragam segmen pasar, kemudian menentukan segmen pasar mana yang akan dijadikan sebagai target pasar. Target pasar dipahami sebagai kelompok yang dipilih oleh suatu bisnis untuk dijadikan sebagai calon pelanggan dengan melakukan penargetan dan segmentasi. Terdapat empat strategi yang bisa dipilih dalam melakukan *targeting* di antaranya *undifferentiated targeting strategy*, *differentiated targeting strategy*, *concentrated targeting strategy*, dan *custom targeting strategy* (Xendit, 2019). Pada Lippo Plaza Batu menggunakan strategi pemasaran *targeting* berupa *differentiated targeting strategy* dikarenakan Lippo Plaza Batu menawarkan penawaran yang berbeda di setiap *tenant* berdasarkan nama besar merek yang akan berpengaruh kepada penentuan lokasi *tenant*. Untuk *tenant* yang memiliki merek yang besar (*big national brand*), diterapkan sistem bagi hasil sesuai dengan omzet bulanan *tenant* tersebut atau dikenal dengan *revenue sharing* yang akan diikuti dengan atau tanpa nilai minimum. Untuk *tenant national brand* hingga *tenant local brand* menerapkan sistem sewa setiap bulan maupun tahun yang memiliki standar perhitungan biaya sewa dikalikan dengan luas sewa, ditambahkan dengan biaya *service charge*.

Positioning atau penempatan produk merupakan upaya untuk menempatkan posisi produk dalam menghadapi persaingan. Pengembangan strategi pemasaran ini bertujuan untuk mempengaruhi bagaimana suatu segmen pasar tertentu menilai

produk maupun jasa ketika dibandingkan dalam kompetisi pasar. Dalam menentukan posisi pasar perlu menunjukkan bahwa produk bisa dibedakan dari kompetitornya (Xendit, 2019). Ada beberapa faktor yang berpengaruh dalam strategi *brand positioning*, seperti atribut produk, harga produk, pemakaian produk, pemakai produk, kelas produk, dan pesaing. Dari faktor atribut, Lippo Plaza Batu menempatkan posisi dirinya sebagai suatu tempat bagi para *tenant* dapat menyewa dan menjalankan usahanya. Dari faktor harga, Lippo Plaza Batu menyediakan harga yang cukup variatif tergantung dengan luas wilayah, jangka waktu sewa, dan lokasi sewa *tenant*. Dari faktor pemakaian produk, Lippo Plaza Batu menempatkan posisinya sebagai suatu tempat untuk menjalankan bisnis B2B dengan terpercaya, konsisten, dan aman. Hal tersebut didasari oleh sistem manajemen yang sudah berjalan dengan sangat baik. Dari faktor pemakai produk, Lippo Plaza Batu sebagai tempat bagi para *tenant* untuk menjangkau dan meningkatkan konsumen, yang berdampak pada pendapatan keuntungan para *tenant*. Dari faktor kelas produk, Lippo Plaza Batu menempatkan posisinya sebagai tempat yang luas dan memiliki fasilitas dan layanan yang lengkap, sesuai dengan standar mal. Dari faktor pesaing, Lippo Plaza Batu merupakan satu-satunya mal yang ada di Kota Batu sehingga menjadikan Lippo Plaza Batu tidak memiliki pesaing yang seimbang dalam industri ritel. Tentunya hal tersebut menjadi salah satu keunggulan Lippo Plaza Batu

2.7 Fasilitas dan Layanan Perusahaan

Fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha dan merupakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam melakukan atau memperlancar suatu kegiatan. Pelayanan adalah tindakan

atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan.

Lippo Plaza Batu menyediakan berbagai layanan dan fasilitas. Layanan yang diterapkan di bisnis mal biasanya berupa *leasing*. Terdapat 3 layanan di Lippo Plaza Batu:

1. *Area Leasing*. Lippo Plaza Batu menyediakan tempat yang disewakan terhadap calon *tenant* untuk menjalankan bisnisnya di dalam mal. Para pelaku bisnis dapat menyewa unit dengan melakukan pembayaran setiap bulannya.
2. *Area komersil*. Lippo Plaza Batu menyewakan area komersil berupa aula atau *hall* untuk menjalankan *event* seperti pameran mobil dan motor, pameran buku, pameran baju, dan lain-lain yang dapat dimasukkan kepada kategori *casual leasing*. Area komersil juga menggunakan sistem sewa dengan perhitungan harga luas tempat dikalikan dengan jumlah hari sewa.
3. *Area beriklan*. Lippo Plaza Batu menyediakan layanan iklan berupa baliho, *bill flyer*, poster, *x-banner*, *t-banner*, dan *paging mall*.
4. Lippo Plaza Batu juga menyediakan berbagai fasilitas umum untuk memudahkan konsumen. Seperti contoh, mushola, kamar mandi, area parkir, keamanan, dan lain-lain. Area parkir dan kamar mandi dikelola rekan *outsorce* dengan sistem bagi hasil kepada pihak manajemen *mall*.

2.8 Daftar *Tenant*

Tenant adalah orang-orang atau badan hukum yang menyewa barang, benda, atau properti dari pihak yang menyewakan. Objek yang disewakan bisa barang atau benda perdagangan yang tidak bertentangan dengan undang-undang, ketertiban, dan kesusilaan. Misalnya properti seperti ruko, ruang kantor, area pertokoan atau mal, dan sebagainya. Dalam sewa properti, seperti ruko dan pusat perbelanjaan, *tenant* terbagi menjadi beberapa jenis, yaitu *anchor tenant*, *convenience store tenant*, *flagship store tenant*, dan fasilitas rekreasi dan hiburan (Suciawan, 2014).

Pada umumnya setiap mal memiliki *anchor tenant*. *Anchor tenant* adalah pendukung pusat perbelanjaan. Merek-merek besar yang diakui secara nasional, bahkan internasional termasuk di dalam jenis ini. Penyewa jenis ini memiliki daya tarik untuk mendatangkan pengunjung dari daerah sekitarnya. Di pusat perbelanjaan atau mal, *anchor tenant* ditandai dengan toko paling besar atau utama berupa *department store*, *supermarket*, atau *hypermarket*.

Lippo Plaza Batu memiliki 52 unit *tenant* yang terdiri dari berbagai macam jenis *tenant*. *Anchor tenant* dari Lippo Plaza Batu yaitu Hypermart, Matahari, dan Cinepolis. Dimana Hypermart merupakan *department store* yang menjual produk kebutuhan primer juga memiliki produk kebutuhan hidup lain seperti peralatan elektronik, olahraga, ATK, dan lain-lain. Kemudian Matahari berfokus pada penjualan produk *fashion*. Cinepolis berfokus di bidang *entertainment* khususnya kepada pelayanan bioskop. Berikut adalah daftar *tenant* yang ada di Lippo Plaza Batu:

Tabel 2. Daftar *Tenant*

Nama Lantai	Kategori	<i>Tenant</i>
<i>Lower Ground</i>	<i>Food and Beverages</i>	Es Teh Anak Negeri, Maree, Cokelat Klasik, Tokyo Butter
	<i>Fashion and Accessories</i>	Meeda, Uncle P, Ranna Story, Aulia Accessories, AP Sunglasses, VS Kids Baby Shop
	<i>Beauty and Health</i>	Kulitku NailBar
	<i>Bank</i>	ATM Center
<i>Ground Floor</i>	<i>Home</i>	Miniso, Sport Station
	<i>Food and Beverages</i>	Kopi Kenangan , KFC, Hokben, Chatime, Tea Break
	<i>Hypermarket</i>	Hypermart
	Government	Pusat Imigrasi Kota Batu
	<i>Bank</i>	Nobu Bank
	<i>Beauty and Health</i>	Beauty Spot
<i>Upper Ground</i>	<i>Fashion and Accessories</i>	Young Na, Icon, Makuku Family, Zuma, Rabilla Fashion, Monochrome barbershop
	Department Store	Matahari
	<i>Food and Beverages</i>	Japanese Bento, Steak Moen-Moen, Nasgor 69, Nasgor Buntel, Orange Pizza, Seindonesia, Atarashi Sushi, Bu'D, Coklat Klasik, Teh Racek, Air Mata Kucing, Aiciro, Mau Grill, Daun Padi Resto
	<i>Home</i>	Giri Palma, Mulia Art Furniture
<i>Upper Ground</i>	<i>Entertainment</i>	Wonderland, 123 Playground
	<i>Beauty and Health</i>	Chrisna Aromatic, Reva Pijat Refleksi, FA Squishy Land
<i>First Floor</i>	<i>Fashion and Accessories</i>	Mis Mimsi, Bali Bole, Shafaland
	<i>Entertainment</i>	Cinepolis
	<i>Merchandise</i>	Pusat Oleh-Oleh Yudhistira
	<i>Beauty and Health</i>	Young Gym

Sumber: Penulis (2022)