

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Lippo Plaza Batu merupakan *modern shopping center* pertama yang terletak di Kota Wisata Batu. Lippo Plaza Batu berada di bawah naungan Lippo Malls Indonesia yang merupakan pemilik sekaligus operator mal terbesar di Indonesia. Alamat Lippo Plaza Batu berada di Jalan Diponegoro, No.1, Sisir, Kec. Batu, Kota Batu, Jawa Timur.

Kegiatan yang dilakukan oleh Penulis saat proyek berjalan di Lippo Plaza Batu dapat membantu menyelesaikan permasalahan yang ada di perusahaan. Proyek dilaksanakan di divisi *digital marketing* selama enam bulan, yaitu pada 20 Juli 2021 hingga 20 Desember 2021. Penulis ditempatkan pada bagian *digital marketing* perusahaan Lippo Plaza Batu yang berkaitan langsung dengan proses pemasaran. Selama kegiatan proyek, Penulis menerapkan *store design* dalam pembangunan area *Lower Ground* Lippo Plaza Batu agar menjadikan area *Lower Ground* sebagai *main entrance* atau pintu masuk utama yang lebih menarik bagi pengunjung, menambah area jual baru dengan menyediakan area untuk disewakan kepada *tenant*, mempromosikan area *Lower Ground* yang baru melalui media sosial Instagram dan melakukan kegiatan *event marketing*.

Hasil yang diperoleh pada proyek *store design* sudah terlaksana dengan baik. Pelaksanaan *store design* berjalan sangat baik mulai dari pembuatan RAB, *layout* dan gambar kerja, desain *booth*, *layout traffic*, desain 3 dimensi, tender

proyek, pengadaan kebutuhan, pembongkaran area, pemasangan instalasi, dekorasi area, *finishing area*, hingga dekorasi tambahan. Hasil yang diperoleh pada proyek relokasi *tenant* juga sudah terlaksana dengan baik. Mulai dari perencanaan *layout tenant*, perencanaan harga sewa, dan penetapan *layout tenant*. Proyek tersebut berjalan selama 6 bulan.

Setelah melakukan proyek pembangunan area *lower ground*, Penulis juga melakukan publikasi untuk menarik minat konsumen berkunjung ke Lippo Plaza Batu dengan tampilan *main entrance* yang baru. Hasil yang diperoleh pada proyek pemasaran Instagram *marketing* berjalan dengan baik.

Selanjutnya untuk meramaikan proyek *lower ground*, penulis melakukan kegiatan *event marketing*. Penulis melaksanakan kegiatan *event bazaar* dan *live music*. Hasil yang diperoleh pada kegiatan *event marketing* berjalan dengan baik mulai dari penetapan RAB, pencarian *tenant*, vendor, dan *talent*, dan penetapan *layout bazaar*. *Event bazaar* diisi oleh 10 *tenant* yang telah melakukan kontrak selama 3 bulan kepada pihak Lippo Plaza Batu.

5.2 Keterbatasan Pelaksanaan Proyek

Pada saat Penulis menjalankan proyek, ada beberapa hal yang menjadi kendala untuk menyelesaikan permasalahan pada Lippo Plaza Batu, yaitu:

1. Keterbatasan kemampuan individu dalam hal desain, khususnya pada desain 3 dimensi dan gambar bangunan. Hal ini dialami Penulis dikarenakan tidak memiliki *basic skill design*, sehingga Penulis sedikit kesulitan untuk menciptakan konten dan hanya memaksimalkan seluruh

kemampuan yang dimiliki Penulis. Apabila perusahaan menyediakan tim khusus design untuk konten, maka akan lebih memudahkan Penulis untuk bekerjasama dalam membuat konten.

2. Keterbatasan kemampuan individu dalam penyusunan RAB. Hal tersebut disebabkan karena kurangnya wawasan Penulis terhadap harga dan jenis bahan baku yang dibutuhkan. Apabila perusahaan menyediakan tim khusus atau bimbingan dalam penyusunan RAB, maka akan meningkatkan kualitas proyek yang lebih maksimal.

5.3 Saran

Saran terhadap penerapan *store design*, perusahaan dapat memahami dan menerapkan ilmu mengenai *store design* lebih maksimal. Hal ini bertujuan agar pembangunan proyek kedepannya lebih maksimal dan membangun pengalaman konsumen yang lebih baik lagi.

Saran terhadap penerapan Instagram *marketing*, perusahaan diharapkan dapat memanfaatkan Instagram *marketing* sebagai alat promosi *lower ground*. Perusahaan juga diharapkan untuk aktif mengelola Instagram dan memahami fitur-fitur didalamnya. Dengan begitu penerapan Instagram *marketing* lebih maksimal, dan tujuan dari kegiatan promosi dapat tercapai dengan baik.

Saran terhadap penerapan *event marketing*, perusahaan dapat meningkatkan intensitas dilaksanakannya kegiatan *event*. Hal ini dikarenakan *event marketing* memiliki cakupan konsumen dan peningkatan *traffic* yang tinggi. Selanjutnya perusahaan juga dapat menambah berbagai kegiatan *event* agar lebih beragam.