



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pusat perbelanjaan di Indonesia, khususnya Jakarta sangatlah banyak dan menjamur. Menurut data yang dikumpulkan oleh Pemda DKI Jakarta dalam daftar.co terdapat 95 pusat perbelanjaan yang terbagi menjadi lima daerah pembagian. Data ini adalah data pada tahun 2018 dan belum diperbaharui lagi di tahun 2019. Dari data tersebut terdapat 21 pusat perbelanjaan di daerah Jakarta Pusat, 16 pusat perbelanjaan di daerah Jakarta Utara, 16 pusat perbelanjaan di daerah Jakarta Timur, 15 pusat perbelanjaan di daerah Jakarta Barat dan 27 pusat perbelanjaan di daerah Jakarta Selatan.

Di lihat dari jumlah pusat perbelanjaan yang cukup banyak, membuat setiap pusat perbelanjaan bersaing dengan ketat. Beberapa pusat perbelanjaan dimiliki oleh perusahaan yang sama. Seperti Agung Podomoro Group dan Agung Podomoro Land memiliki delapan pusat perbelanjaan, antara lain adalah Emporium Pluit Mall, Central Park, Baywalk Mall, Season City, Kuningan City, Harco Glodok, Senayan City, dan Neo Soho.

Agung Podomoro Group sendiri adalah perusahaan yang bergerak dibidang *real estate* dan *property development*. Agung Podomoro Group memiliki anak perusahaan konsorsium yang bernama Agung Podomoro Land. Agung Podomoro Group didirikan pada tahun 1969 sebagai anak perusahaan dari PT Sunter Agung,

juga pengembang real estat. Memiliki minat substansial dalam pengembangan real estat dan properti, baik perusahaan dan anak perusahaan mereka telah mendapatkan reputasi yang solid dengan rekam jejak yang mengesankan dari berbagai proyek *sterling* yang mencakup pembangunan perumahan perumahan, apartemen dan *townhouse*; perkembangan komersial mall dan ruko; dan pengembangan superblok multi-tujuan inovatif di distrik bisnis strategis. Sejak awal 1990-an, Agung Podomoro Grup telah memperluas portofolio bisnisnya ke daerah lain di Jakarta, Bandung, Bogor, Kerawang, Balikpapan dan Bali.

PT Agung Podomoro Land Tbk. (APLN) adalah pemilik, pengembang, dan pengelola real estat terintegrasi terdiversifikasi terkemuka di segmen *real estat ritel*, komersial, dan perumahan dengan kepemilikan yang beragam. APL memiliki model pengembangan properti terintegrasi, mulai dari pembebasan lahan dan atau pengadaan, hingga desain dan pengembangan, hingga manajemen proyek, penjualan, penyewaan dan pemasaran komersial, hingga operasi dan manajemen pengembangan superblok, mal perbelanjaan, kantor, hotel, dan apartemen dan rumah tinggal. APL dikenal sebagai pelopor pengembangan *superblock*. Proyek landmark APL yang berkualitas tinggi, untuk beberapa nama adalah Kota Podomoro, Kota Kuningan, dan Kota Senayan.

APLN didirikan pada 30 Juli 2004 dengan nama PT Tiara Metropolitan Jaya. Pada tahun 2010, pemegang saham menyelesaikan restrukturisasi perusahaan, sesuai dengan mana enam perkembangan dan perusahaan induknya dialihkan ke

kendali kami. APLN, adalah entitas terdaftar unggulan (IDX: APLN) dari Agung Podomoro Group (APG).

APLN menggabungkan pendekatan *visioner* untuk desain dengan penekanan pada eksekusi cepat dan waktu ke pasar. Berdasarkan pengalaman dan sumber daya Grup Agung Podomoro, kami telah bertanggung jawab untuk menghadirkan sejumlah properti landmark di pasar seperti Kompleks Kota Podomoro andalan APL dan Kota Senayan yang terkenal. APL juga memelopori konsep superblok, menyatukan perumahan, ritel, rekreasi dan ruang kantor dalam satu kompleks pengembangan bertingkat terintegrasi untuk menciptakan ruang hidup perkotaan yang menyenangkan dan sangat nyaman, dengan komponen penjualan dan sewa.

Salah satu mall yang didirikan oleh APL adalah Emporium Pluit Mall. Emporium Pluit Mall beralamat di Jalan Pluit Putra Kencana, RT.23/RW.8, Penjaringan, Kec. Penjaringan, Kota Jakat Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 1.1 Emporium Pluit Mall Tampak Depan



Sumber: Instagram Emporium Pluit Mall

Gambar 1.2 Grand Shoprize 2017



Sumber: Instagram Emporium Pluit Mall

Program loyalitas yang diberikan Emporium Pluit Mall adalah dengan memberikan kartu member kepada pelanggan yang berbelanja mencapai target. Dimana cara pembuatan kartu member hanya memerlukan struk belanja, kartu tanda penduduk dan membayar Rp 10.000 untuk mencetak kartu. Setiap tahunnya Emporium Pluit Mall mengeluarkan program undian yang berhadiahkan sebuah mobil yang sedang tren di tahun tersebut. Pada tahun 2017, Emporium Pluit Mall memberikan Grand Shoprize satu unit Toyota Fortuner dan satu unit Toyota Sienta dengan periode pengumpulan point dari 23 Januari – 31 Desember 2017.

Gambar 1.3 Syarat *Grand Shoprize* 2017



Sumber: *Instagram Emporium Pluit Mall*

Dengan mengumpulkan struk belanja minimal Rp. 500.000, pelanggan sudah dapat memperoleh satu kupon undian dan berlaku kelipatan. Bagi konsumen yang berbelanja pada hari kerja akan memperoleh dua kali kesempatan dengan menukarkan struk belanja minimal Rp. 500.000.

Gambar 1.4 *Midnite Sale*



Sumber: Instagram Emporium Pluit Mall

Selain undian, Emporium Pluit Mall juga rutin mengadakan Midnite Sale selama setahun tiga kali. Selama waktu menjelang Imlek, libur sekolah, dan Natal. Pada 2018, Emporium Pluit Mall mengadakan Midnite Sale untuk menyambut Imlek yang diadakan pada 10-11 Februari 2018. Emporium Pluit Mall menawarkan potongan hingga 70% di lebih dari 250 tenant mereka dan *lucky dip* bagi pemegang kartu member. Bagi member akan mendapatkan kesempatan untuk mendapatkan Samsung A7, mesin cuci Samsung, lock & lock set makan, travel lipat, ransel lipat, dan mug. Selain itu juga para member dapat membeli voucher Emporium dengan potongan sebesar 20% dan voucher tersebut berlaku di semua tenant Emporium Pluit Mall.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Gambar 1.5 Sparkling White Christmas Program



Sumber: Instagram Emporium Pluit Mall

Selain itu di pada akhir tahun menjelang Natal, Emporium Pluit Mall juga mengadakan program di mana setiap member yang melakukan pembelian dengan minimal Rp. 500.000 mendapatkan kesempatan untuk mendapatkan hadiah kulkas, Samsung S7, LED TV, *microwave*, dispenser dan pulpen. Periode program ini adalah selama satu bulan lamanya.

Gambar 1.6 Movie Mania



Sumber: Instagram Emporium Pluit Mall

Selain itu, Emporium Pluit Mall juga memanjakan members-nya yang gemar menonton bioskop untuk mendapatkan tiket nonton gratis di XXI. Program ini berlaku di setiap hari kerja dengan cara berbelanja minimal Rp. 200.000 dan dapatkan satu buah tiket menonton gratis di XXI dan maksimal menukarkan dua struk belanja. Program ini hanya berlaku untuk 25 orang di setiap harinya.

Program loyalitas disadari bahwa diberlakukan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Hal ini dilakukan karena semakin banyak program yang diberikan, maka konsumen akan semakin loyal untuk berbelanja. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mencari tahu hubungan yang lebih konkrit dan jelas mengenai program *membership* terhadap loyalitas pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana program *membership* Emporium Pluit Mall memberi pengaruh kepada loyalitas pelanggan. Program *membership* yang dimaksud adalah promo-promo yang diberikan kepada member untuk terus melakukan transaksi di Emporium Pluit Mall. Melihat Emporium Pluit Mall termasuk salah satu mall terbesar dan terlama di Jakarta Utara dan persaingan antara pusat perbelanjaan yang cukup ketat.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1.3.1 Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh program *membership* terhadap loyalitas.

1.3.2 Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh program *membership* terhadap loyalitas pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini meliputi dua manfaat, yaitu:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan pada nantinya dapat membantu mahasiswa Ilmu Komunikasi, terutama *Public Relations* untuk dijadikan referensi dalam membuat karya ilmiah atau skripsi. Tertuma bagi mahasiswa yang ingin mengkaji program *membership* yang berakibat kepada loyalitas.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak Emporium Pluit Mall untuk mengetahui seberapa besar loyalitas pelanggan yang mereka dapat dari konsumennya di Jakarta, terutama di Jakarta Utara. Hal ini juga akan membantu pihak Emporium Pluit Mall untuk mempertimbangan strategi-strategi apa yang akan digunakan untuk menaikkan loyalitas membernya.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA