

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hingga saat ini, Ibukota Jakarta masih dikenal dengan sebutan kota metropolitan yaitu suatu daerah perkotaan besar yang memiliki tingkat konsentrasi tinggi terhadap jumlah penduduk serta kegiatan dari sejumlah sektor industri perdagangan, pendidikan, dan perbankan. Sebagai kota metropolitan yang juga menjadi pusat kegiatan ekonomi dan bisnis, Jakarta terus mengembangkan dan memperluas sejumlah industri. Salah satunya adalah sektor industri perdagangan seperti pusat perbelanjaan dan hiburan atau lebih dikenal dengan sebutan *mall*. Dilansir dari Tirto.id, saat ini di Jakarta terhitung memiliki 564 pusat perbelanjaan 132 dikategorikan sebagai *mall*, sedangkan sisanya merupakan swalayan, pusat grosir, pertokoan, dan pasar tradisional (Widhana, 2017).

Mall merupakan suatu wadah atau tempat bagi masyarakat yang berfungsi untuk melakukan kegiatan berbelanja, transaksi jual beli, dan berkreasi guna memenuhi kebutuhan gaya hidup masyarakat. Dislansir dari Tempo.co, berkembangnya pusat perbelanjaan dan hiburan akan menguatkan predikat bahwa Jakarta sebagai kota dengan *mall* terbanyak dibandingkan dengan kota lainnya di Indonesia (Safitri, 2020). Dilansir dari Rumah.com (2020), khususnya di kawasan Jakarta Selatan sebagai wilayah yang paling banyak dipadati oleh

sejumlah *mall* kelas menengah atas maupun menengah.

Salah satu *mall* di kawasan Jakarta Selatan yang cukup populer, khususnya bagi kaum millennial sebagai destinasi hiburan sekaligus ruang komunal yaitu Lippo Mall Kemang. Lippo Mall Kemang adalah salah satu pusat perbelanjaan kelas menengah yang merupakan bagian dari kawasan pembangunan Kemang Village atau lebih dikenal dengan sebutan Kemvill untuk memberikan pengalaman berbelanja eksklusif sebagai mode dan gaya hidup bagi pengunjung khususnya yang berada di kawasan kemang, Jakarta Selatan. Bentuk upaya dari Lippo Mall Kemang dalam memberikan fasilitas dan layanan terbaik bagi pengunjung dengan meningkatkan 200 *tenant* khusus yang terdiri dari berbagai kategori seperti *Beauty & Health*, *Food & Beverages*, *Fashion*, dan *Enterteiment*. *Tenant* merupakan penyusun utama dari sebuah *mall* atau pusat perbelanjaan sekaligus *partner* dari Manajemen *Mall* (Suciawan, 2014). Menurut Savitri dan Fahmi (2017) *tenant* merupakan unsur atau bagian penting dari setiap *mall* yang dapat menjadi daya tarik pengunjung.

Pada Manajemen *Mall*, terdapat salah satu divisi khusus yang memiliki tugas utama untuk mengawasi, mengontrol, dan mengelola seluruh operasional *tenant* yang disebut sebagai divisi *Tenant Relations*. Dalam Manajemen *Mall* di Lippo Mall Kemang, *Tenant Relations* menjadi jembatan komunikasi antara *tenant* dengan pengelola atau pihak *mall* agar tercipta sebuah jalur komunikasi maupun hubungan kerjasama yang efektif dan harmonis. Tugas utama dari divisi *Tenant Relations* tersebut secara tidak langsung bertanggungjawab dalam

menangani masalah dan mengurangi kerugian pada setiap *tenant* sehingga fokus pada divisi *Tenant Relations* merupakan fungsi manajemen *Public Relations* untuk membentuk jaringan komunikasi agar dapat menciptakan saling pengertian dan pemahaman dalam melakukan kerjasama antara organisasi dan publiknya (Cultip, 2000) dalam (Ardianto, 2016).

Dilansir dari Kompas.com, pada awal Maret 2020 pemerintah mengumumkan kasus pertama Covid-19 di Indonesia yang terjadi di kawasan Depok melalui Presiden Jokowi (Ihsanuddin, 2020). Dalam menanggulangi penyebaran Covid-19, pemerintah mengeluarkan peraturan pemerintah (PP) No. 21 Tahun 2020 tentang pembatasan sosial berskala besar dalam rangka percepatan penanganan Covid-19 guna menghimbau masyarakat agar mengurangi kegiatan diluar rumah dengan cara menerapkan *social distancing*, *work from home*, dan *stay at home*. Dalam hal ini, Lippo Mall Kemang melakukan penutupan sementara mulai 27 Maret hingga Juni 2020 guna mematuhi peraturan pemerintah dan hanya dapat menyediakan sejumlah *tenant* yang menjual kebutuhan dasar seperti kategori *food & beverages*, bank, dan farmasi melalui layanan pesan antar sedangkan bagi kategori *beauty & health* dan *entertainment* harus ditutup sementara.

Gambar 1.1

Informasi Penutupan Sementara Lippo Mall Kemang



Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2020

Penutupan sementara Lippo Mall Kemang, tentunya menghambat operasional para *tenant* di tengah pandemi Covid-19. Hal tersebut terjadi hingga Juni 2020, saat Lippo Mall Kemang kembali dibuka dengan menerapkan kebijakan dan peraturan baru seperti pembatasan jumlah pengunjung dan waktu operasional *tenant*. Lippo Mall Kemang dengan menerapkan peraturan baru seperti membatasi jumlah pengunjung *mall* sebanyak 50% dan mengurangi waktu operasional setiap *tenant*.

Gambar 1.2

Pembatasan Jumlah Pengunjung di Lippo Mall Kemang



Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2021

Adanya kebijakan dan peraturan tersebut menyebabkan para *tenant* mengalami krisis berupa penurunan *sales* karena keterbatasan waktu dalam menjangkau *customer*. Hingga membuat sejumlah *tenant* di Lippo Mall Kemang yang terdiri dari kategori *food & beverages*, *beauty & health*, dan *entertainment* memilih untuk tutup. Dilansir dari Okezone.com, Menurut Ellen Hidayat selaku Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI) DPD DKI Jakarta menjelaskan bahwa ketika suatu bisnis sudah memutuskan untuk tutup, maka akan sulit untuk meningkatkan *traffic*-nya *customer* maupun *sales*-nya (Herman, 2020).

Gambar 1.3

Daftar Tenant Tutup di Lippo Mall Kemang

30-Sep-20		
NO	NAMA TENANT	KATEGORI
LG FLOOR		
1	Papa XXX	F&B
G FLOOR		
2	Meat XXX	F&B
3	SEGAFREXX	F&B
4	Seribu XXXX	F&B
5	Shaburi XXXX	F&B
6	TesXXXX	F&B
7	TGXX	F&B
8	Thai I Love XXX	F&B
IG FLOOR		
9	Pizza XXXXX	F&B
FIRST FLOOR		
10	KAFE XXXXX	F&B
11	DOOXX	F&B
THIRD FLOOR		
12	Raa XXX	F&B
13	Dapur XXXX	F&B
14	KimuXXXXX	F&B
15	Pepper XXXX	F&B
16	Pezzo XXXX	F&B
17	Cinema XXX	F&B
18	KidzooXXX	F&B
19	TimeXXXX	F&B
20	Meiso XXXXX	F&B
21	Chocolate XXXXX	F&B
TENANT BUKA		
TENANT TUTUP		

Sumber: Lippo Mall Kemang, 2021

Kesulitan yang dialami *tenant* di tengah pandemi Covid-19 dalam menjalankan kegiatan bisnisnya menimbulkan sejumlah keluhan. Dalam hal ini, peran *Tenant Relations* diperlukan sebagai pihak yang mengetahui dan memahami kebutuhan setiap *tenant* untuk menyesuaikan kualitas pelayanannya sehingga dapat mengurangi kerugian para *tenant*. Oleh karena itu, *Tenant Relations* merancang sejumlah layanan yang dapat digunakan oleh para *tenant* agar mampu meningkatkan daya beli *customer* di tengah pandemi Covid-19 seperti Alfresco Park & Dine sebagai tempat parkir khusus mobil bagi pengunjung dengan konsep hutan tropis sehingga dapat segera menikmati hidangan secara *dine-in* di kendaraan pribadinya. Dalam melakukan pesanan, *customer* dapat screening *barcode* melalui aplikasi Chat & Eat pada instagram resmi milik Lippo Mall Kemang yang telah dilengkapi oleh berbagai daftar *tenant* kategori *food & beverages*, nomor telepon dan menu.

Pada layanan Alfresco Park & Dine dan Chat & Eat diciptakan oleh *Tenant Relations* dikarenakan menilai bahwa sejumlah pengunjung datang ke *mall* mengharapkan adanya pelayanan *dine-in* di setiap *restaurant* secara aman dan nyaman. Dilansir dari Okezone.com, menurut Ketua Umum Himpunan Penyewa Pusat Perbelanjaan Indonesia (HIPINDO) yaitu Budihardjo Iduansjah bahwa banyak masyarakat yang tidak ingin datang ke *mall* di tengah pandemi karena tidak menyediakan layanan *dine-in* sehingga menyebabkan penurunan daya beli yang akan mempengaruhi bisnis para *tenant* (Herman, 2020).

Dapat dilihat bahwa peran *Tenant Relations* dalam situasi krisis sangat penting karena termasuk dalam ruang lingkup seorang *Public Relations* yang

harus melayani *tenant* dengan baik, dikarenakan pada setiap permasalahan yang dialami oleh para *tenant* akan menjadi tanggungjawab utama dari *Tenant Relations* sebagai pihak yang memiliki hubungan lebih erat dengan *tenant*. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi *Tenant Relations* yang dapat membantu mempertahankan bisnis *tenant* di tengah pandemi Covid-19.

Berdasarkan penjelasan terkait diperlukannya peran *Tenant Relations* pada situasi krisis Covid-19 di Lippo Mall Kemang menjadi suatu pembelajaran yang sangat penting, maka peneliti tertarik untuk meneliti strategi *Tenant Relations* dalam menghadapi *tenant* di Lippo Mall Kemang pada konteks terjadinya krisis akibat Covid-19.

1.2 Rumusan Masalah

Di awal tahun 2020, terjadi krisis akibat pandemi Covid-19 yang menyebabkan sebanyak 21 *tenant* kategori *food & beverages* dan *entertainment* melakukan penutupan akibat tidak mampu mempertahankan bisnisnya di tengah pandemi. Oleh karena itu, *Tenant Relations* sebagai mediator antara Manajemen Mall dengan *tenant* merancang strategi untuk mempertahankan *tenant* di Lippo Mall Kemang.

Penelitian ini penting dilakukan guna menelaah lebih lanjut, untuk mengetahui bagaimana strategi yang dirancang oleh *Tenant Relations* dalam menghadapi para *tenant* di Lippo Mall Kemang ketika terjadi krisis akibat Covid-19.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi *Tenant Relations* dalam menghadapi *tenant* Lippo Mall Kemang di tengah krisis Covid-19?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Ingin mengetahui strategi *Tenant Relations* dalam menghadapi *tenant* Lippo Mall Kemang di tengah krisis Covid-19.

1.5 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka hasil penelitian ini dapat digunakan untuk:

1. Kegunaan Akademis

Hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi kepada kajian ilmu komunikasi, khususnya pada bidang *Public Relations* yang terkait dengan *Tenant Relationship Management* dalam menghadapi *tenant* sebagai *stakeholders* perusahaan. Serta diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi atau acuan bagi penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam memberikan informasi dan pengetahuan kepada praktisi *Public Relations* dalam

merancang program *Tenant Relationship Management* agar dapat menghadapi *tenant* selaku *stakeholders* perusahaan. khususnya di masa pandemi guna memberikan masukan kepada pihak *Tenant Relations* Lippo Mall Kemang.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya dapat melakukan wawancara dengan kategori *tenant food & beverages, fashion, dan beauty & health*. Sedangkan proses wawancara dengan *tenant* kategori *entertainment* tidak dapat dilakukan sehingga tidak mampu menilai efektivitas terhadap strategi yang dirancang oleh *Tenant Relations* berdasarkan perspektif *tenant* kategori *entertainment*.