

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang PT Panen Lestari Indonesia



Gambar 2.1 Logo PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAP Group)

Sumber: PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAP Group)

PT Panen Lestari Indonesia (PT PLI) adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang ritel *fashion* dan *lifestyle* di bawah naungan PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAP Group), salah satu perusahaan ritel terbesar dan terdepan di Indonesia. Didirikan pada tahun 1998, PT Panen Lestari Indonesia berfokus pada pengembangan dan pengelolaan gerai-gerai ritel premium yang menghadirkan berbagai merek internasional ternama di pusat-pusat perbelanjaan strategis di Indonesia.

PT PLI dikenal melalui pengelolaan *department store* SOGO, SEIBU dan Galeries Lafayette, destinasi belanja premium yang menyajikan pengalaman berbelanja eksklusif dengan berbagai pilihan produk dari brand internasional ternama di bidang *fashion*, kosmetik, aksesoris, hingga *lifestyle*. Setiap ritel memiliki target pasar yang berbeda, SOGO menyasar segmen menengah, SEIBU menyasar segmen menengah ke atas, sedangkan Galeries Lafayette (GL) menargetkan konsumen kelas atas. Segmentasi ini memungkinkan PT PLI menjangkau beragam kelompok konsumen dengan pendekatan yang disesuaikan dengan gaya hidup dan preferensi masing-masing.

PT Panen Lestari Indonesia juga aktif dalam mengembangkan strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif untuk menjangkau konsumen urban yang modern dan *trend-aware*, salah satunya melalui aktivitas *digital marketing*, promosi musiman, kolaborasi dengan influencer, dan penyelenggaraan berbagai *event fashion* dan *beauty*.



PANEN LESTARI INDONESIA

Gambar 2.2 Logo Perusahaan

Sumber: PT Panen Lestari Indonesia (2025)

Selain mengelola toko fisik, PT PLI juga terus beradaptasi dengan perkembangan digital dengan memperkuat strategi *omnichannel* dan menghadirkan pengalaman belanja *online* melalui platform *e-commerce* resmi dan berbagai kanal media sosial. Dengan semangat untuk terus menjadi yang terdepan dalam industri ritel *lifestyle* premium, PT Panen Lestari Indonesia berkomitmen untuk memberikan pengalaman belanja terbaik bagi masyarakat Indonesia.

2.2 Visi & Misi PT Panen Lestari Indonesia

VISI

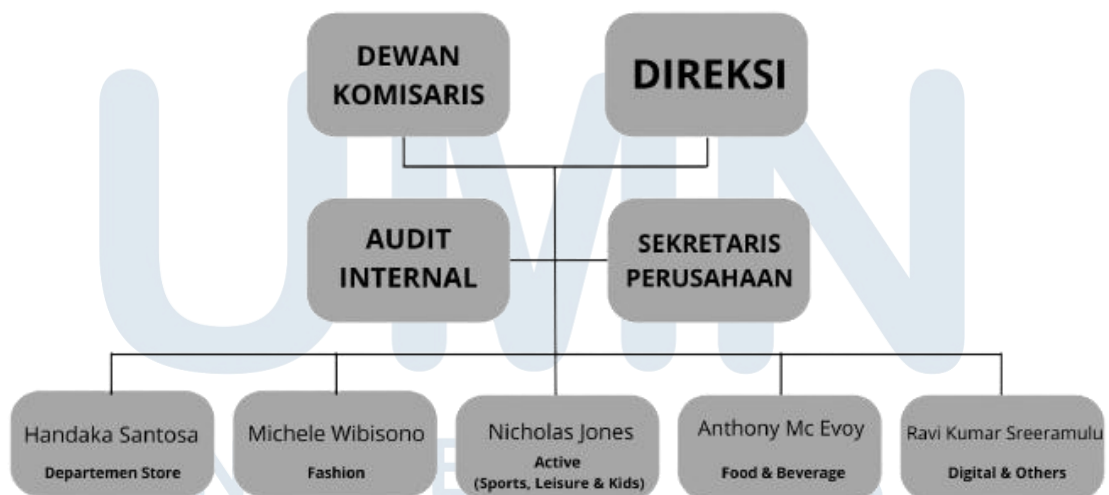
Menjadi pelopor ritel *fashion* dan *lifestyle* terdepan di Indonesia yang menghadirkan pengalaman belanja kelas dunia dan mendorong gaya hidup modern masyarakat urban.

MISI

1. Menyediakan berbagai merek *fashion* dan *lifestyle* premium yang berkualitas tinggi dari seluruh dunia.
2. Meningkatkan pengalaman pelanggan melalui pelayanan terbaik, inovasi, dan teknologi.
3. Membangun hubungan jangka panjang dengan mitra dan pelanggan melalui integritas dan profesionalisme.
4. Mengembangkan potensi sumber daya manusia yang kreatif, kompeten, dan berorientasi pada pelanggan.
5. Memberikan kontribusi terhadap perkembangan industri ritel dan ekonomi kreatif di Indonesia.

2.3 Struktur Organisasi PT Panen Lestari Indonesia

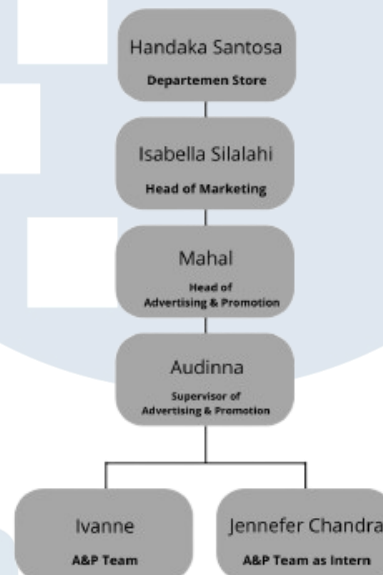
PT Panen Lestari Indonesia memiliki struktur organisasi yang mendukung operasional ritelnya secara efisien. Perusahaan ini mempekerjakan lebih dari 5.000 karyawan, dan berikut struktur organisasi dari PT. Panen Lestari Indonesia



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Panen Lestari Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Dari rancangan struktur organisasi PT Panen Lestari Indonesia bertujuan untuk mewujudkan spesialisasi peran, sinergi antar unit, dan kejelasan akuntabilitas di semua level. Dengan adanya pemisahan tanggung jawab yang tegas, perusahaan diharapkan dapat menjalankan aktivitasnya secara efisien dan efektif demi mencapai visi dan misinya. Struktur ini juga memfasilitasi sistem komunikasi dan pelaporan yang teratur. Namun, penting untuk dipahami bahwa uraian ini bersifat general. Bentuk organisasi yang sesungguhnya di PT Panen Lestari Indonesia dapat bervariasi tergantung pada skala perusahaan, kompleksitas usahanya, dan budaya internalnya.



Gambar 2.4 Struktur Departemen *Marketing* Divisi *Advertising & Promotion*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Departemen *Marketing* pada divisi *Advertising and Promotion* bertanggung jawab dalam pengembangan strategi komunikasi, penyampaian informasi produk kepada konsumen melalui berbagai saluran media, serta pengadaan program promosi yang mampu mendorong minat pembelian. Serta turut memastikan bahwa seluruh pesan yang disampaikan tetap selaras dengan citra dan identitas merek perusahaan. Berikut masing-masing *job description*

posisi pada Departemen *Marketing* di divisi *Advertising and Promotion* serta hubungannya dalam proses kerja magang:

A. *Direksi Departemen Store*

Bertanggungjawab untuk memimpin dan memantau seluruh aktivitas operasional toko, termasuk dalam hal perencanaan strategi, pengambilan keputusan utama, pengelolaan keuangan, serta penilaian kinerja masing-masing divisi. Selain itu, juga bertanggung jawab membina hubungan dengan mitra eksternal dan menjamin bahwa seluruh proses bisnis sejalan dengan visi perusahaan serta mematuhi ketentuan yang berlaku.

B. *Head of Marketing*

Bertanggung jawab dalam merancang strategi guna memperkuat kesadaran merek dan mendorong peningkatan penjualan, mengatur pelaksanaan riset pasar, menyusun rencana kampanye, mengelola alokasi anggaran, serta menilai keberhasilan kegiatan pemasaran, dengan memastikan seluruh upaya promosi selaras dengan arah dan tujuan perusahaan.

C. *Head of Advertising and Promotion Specialist*

Bertanggung jawab dalam merancang strategi dan memberikan arahan umum dalam proses kreatif, serta berperan sebagai acuan bagi seluruh departemen, termasuk dalam mendukung kelancaran aktivitas magang.

D. *Supervisor of Advertising and Promotion Specialist*

Bertanggung jawab dalam memantau pelaksanaan teknis program iklan dan promosi secara langsung di lapangan, memastikan distribusi serta penayangan materi promosi sesuai dengan perencanaan, mengkoordinasikan tim pelaksana, dan menyusun laporan serta evaluasi kegiatan guna meningkatkan efektivitas promosi di masa mendatang.

E. *Advertising and Promotion Specialist Intern*

Bertanggung jawab dalam membantu tim melaksanakan kegiatan promosi dan periklanan, termasuk dalam pembuatan materi promosi, distribusi konten ke media yang telah ditentukan, serta mendukung proses dokumentasi dan pelaporan hasil promosi. *Intern* juga memberikan kontribusi dengan ide-ide kreatif dan bekerja langsung di bawah pengawasan supervisor untuk memastikan kelancaran dan keberhasilan kegiatan promosi.

