

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

2.1.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Cinemaxx Global Pasifik atau yang lebih dikenal dengan *Cinépolis Cinemas Indonesia* merupakan perusahaan yang bergerak di industri hiburan, khususnya dalam penyediaan layanan bioskop modern. Perusahaan ini merupakan bagian dari jaringan *Cinépolis Cinemas*, yaitu salah satu jaringan bioskop terbesar di dunia yang berasal dari Meksiko dan telah berdiri sejak tahun 1971 [10]. Dalam skala global, *Cinépolis* telah mengembangkan operasionalnya ke berbagai negara dan dikenal sebagai perusahaan yang menghadirkan pengalaman menonton berbasis inovasi, teknologi, serta kualitas layanan yang tinggi.



Gambar 2. 1 Cinepolis Logo [10]

Seiring dengan perkembangan industri hiburan global, *Cinépolis* melakukan ekspansi ke berbagai kawasan, termasuk Asia Tenggara. Indonesia menjadi salah satu pasar strategis yang dipilih karena memiliki potensi pertumbuhan industri bioskop yang besar. Kehadiran *Cinépolis* di Indonesia tidak dilakukan secara langsung sejak awal, melainkan melalui kerja sama strategis dengan perusahaan lokal. Pada tahun 2014, PT Cinemaxx Global Pasifik yang berada di bawah naungan Lippo Group telah lebih dahulu

mengoperasikan jaringan bioskop dengan nama *Cinemaxx* di beberapa kota besar di Indonesia [11].

Langkah ekspansi *Cinépolis* di Indonesia semakin diperkuat pada tahun 2018 melalui akuisisi sebagian saham *Cinemaxx*. Kerja sama ini menjadi titik awal integrasi antara jaringan bioskop lokal dengan standar operasional internasional yang dimiliki oleh *Cinépolis*. Selanjutnya, pada tahun 2019 dilakukan proses *rebranding* secara resmi dari *Cinemaxx* menjadi *Cinépolis Cinemas Indonesia*, yang menandai transformasi identitas perusahaan sekaligus peningkatan kualitas layanan yang disesuaikan dengan standar global [10].



Gambar 2. 2 Pencapaian Cinépolis [10]

Sejak proses transformasi tersebut, Cinépolis Indonesia terus mengalami perkembangan yang cukup signifikan, baik dari jumlah lokasi, inovasi layanan, serta pengalaman pelanggan. Tidak hanya berfokus pada layanan pemutaran film, namun perusahaan ini juga telah mengembangkan berbagai konsep studio mulai dari *VIP*, *Macro XE*, *Junior*, dan *Comfort* yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan segmen konsumen. Ditambah lagi dengan integrasi layanan *food and beverage* serta program loyalitas

pelanggan sebagai bagian dari strategi peningkatan nilai tambah bagi konsumen.

Dengan pengalaman panjang di industri perfilman global serta dukungan inovasi yang kontinu, *Cinépolis Cinemas Indonesia* berkomitmen untuk memberikan pengalaman menonton yang tidak hanya fokus pada pemutaran film, namun menciptakan pengalaman hiburan yang menyeluruh bagi masyarakat. Hal ini sesuai dengan tujuan perusahaan dalam meningkatkan posisinya sebagai pemain penting dalam industri bioskop di Indonesia.

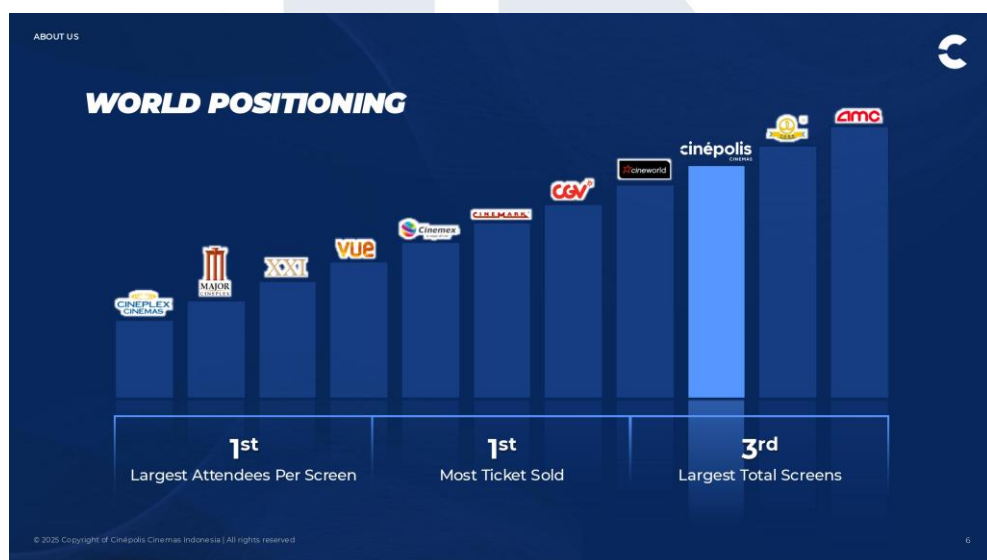
2.1.2 Perkembangan dan Jangkauan Perusahaan

Bersama dengan menjadi bagian dari jaringan bioskop dunia, *Cinépolis Cinemas* menunjukkan perkembangan yang cukup baik sejak pembentukan perusahaan. Saat ini *Cinépolis* telah beroperasi di lebih dari 18 negara dengan jumlah lokasi bioskop berjumlah ratusan yang menyebar dari beberapa daerah seperti Amerika Latin, Amerika Serikat, Asia dan Eropa. Perusahaan ini memegang kendali atas ratusan bioskop dengan jumlah layar dan *seat capacity* lebih dari satu juta tempat duduk, menjadi pemain utama dalam industri perfilman dunia [10].



Gambar 2. 3 Perkenalan Cinepolis dalam Global [10]

Dalam konteks industri, *Cinépolis* juga memiliki posisi yang kompetitif secara global. Perusahaan ini menempati peringkat pertama dalam jumlah penonton per layar (*attendees per screen*) serta jumlah tiket yang terjual, dan berada di posisi tiga besar dalam jumlah layar secara keseluruhan di dunia. Pencapaian tersebut mencerminkan efektivitas strategi operasional serta kemampuan perusahaan dalam menarik minat penonton secara konsisten di berbagai pasar [10].



Gambar 2. 4 Posisi Cinépolis secara Global [10]

Di Indonesia, perkembangan *Cinépolis Cinemas Indonesia* juga menunjukkan tren yang positif. Sejak bertransformasi dari *Cinemaxx* menjadi *Cinépolis* pada tahun 2019, perusahaan ini terus memperluas jangkauan operasionalnya ke berbagai wilayah di Indonesia. Hingga tahun 2025, *Cinépolis Indonesia* telah hadir di lebih dari 40 kota dengan jumlah lebih dari 50 lokasi bioskop dan ratusan layar yang tersebar di berbagai pulau seperti Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, serta Bali dan Nusa Tenggara [10].



Gambar 2. 5 Ekspansi Cinépoli di Indonesia [10]

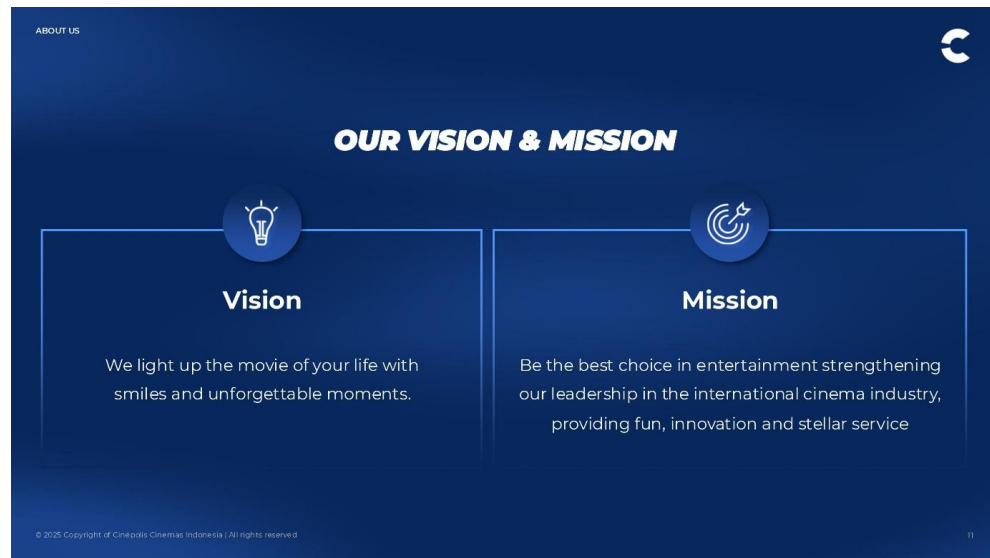
Proses ekspansi tersebut tidak hanya terpusat di kota-kota metropolitan saja, tetapi juga kota-kota sekunder dan tersier yang memiliki pasar potensial. Ini memungkinkan *Cinépolis* untuk melakukan peningkatan basis pelanggan dan sekaligus memberikan akses masyarakat ke bioskop hiburan yang berkualitas. Selain itu, pendekatan ini juga membantu pemerataan layanan hiburan di Indonesia.

Dari perkembangan dan jangkauan operasional yang luas baik dari level dunia ataupun nasional, kita bisa melihat bahwa *Cinépolis Cinemas Indonesia* mempunyai posisi yang kuat dalam industri hiburan. Melalui kombinasi dari ekspansi geografis, inovasi layanan serta strategi bisnis yang strategis, perusahaan ini berusaha untuk memperkuat daya saingnya.

2.1.3 Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan

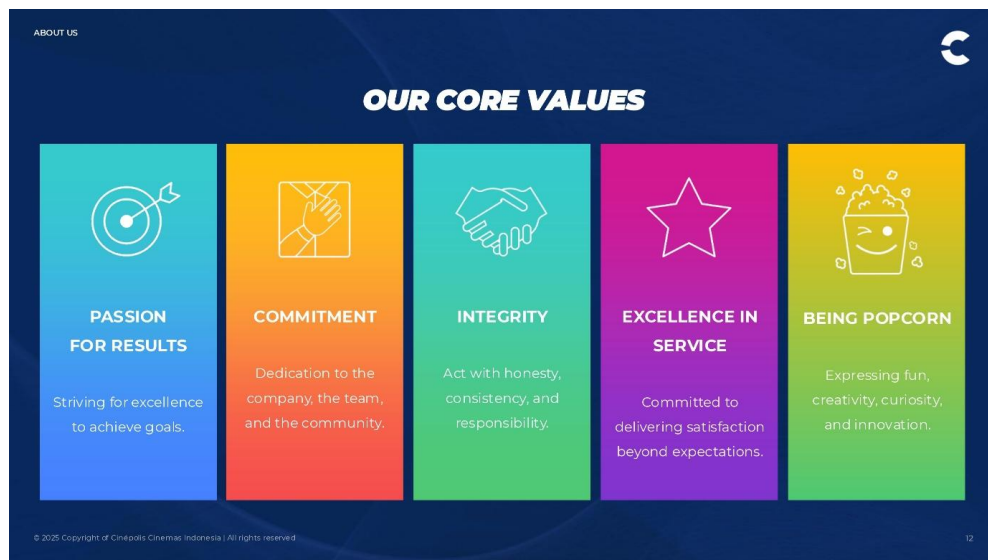
Cinépolis Cinemas Indonesia adalah sebuah perusahaan yang beroperasi di sektor industri hiburan, sehingga dalam perusahaan tersebut telah ditetapkan arah strategis yang dirumuskan melalui visi dan misi perusahaan. Visi dari perusahaan adalah menghasilkan pengalaman menonton yang berkesan bagi setiap pelanggan dengan memberikan momen yang menyenangkan serta membuat kesan yang berkesan bagi setiap orang yang

datang ke bioskop [10]. Visi tersebut merupakan salah satu bentuk komitmen perusahaan tersebut bukan hanya dalam hal penyediaan layanan pemutaran film namun juga hiburan yang bersifat emosional.



Gambar 2. 6 Visi dan Misi Cinépolis

Sejalan dengan visi tersebut, *Cinépolis* telah membentuk misi menjadi pilihan utama di dunia hiburan dengan melakukan pemimpin di dunia bioskop internasional. Perusahaan berusaha agar dapat terus berinovasi, melakukan layanan yang berkualitas tinggi serta membuat pengalaman yang menyenangkan bagi para pelanggan menggunakan teknologi, fasilitas, dan pelayanan yang unggul [10]. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa misi tersebut tidak hanya berkonsentrasi pada pengembangan bisnis perusahaan namun juga berkaitan dengan peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

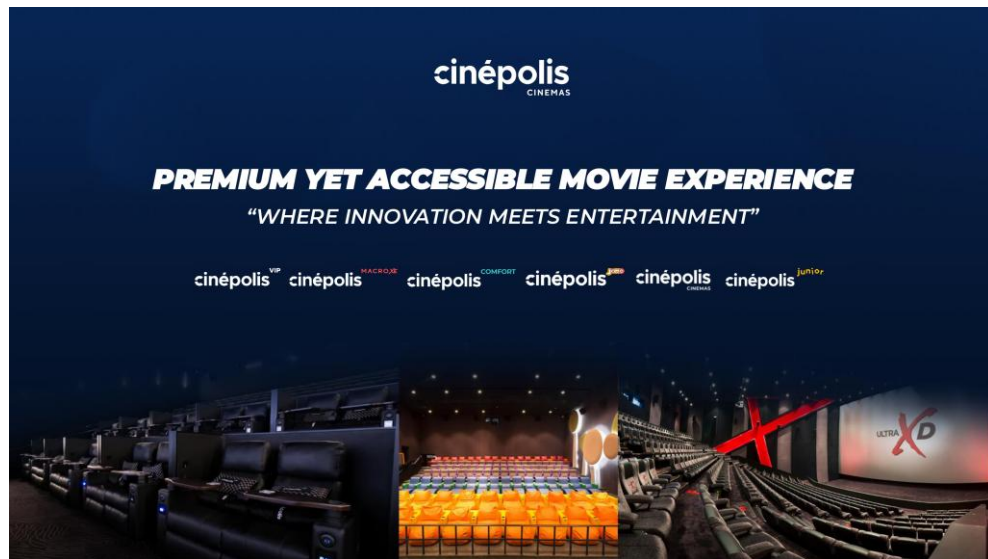


Gambar 2. 7 Nilai Perusahaan Cinépolis [10]

Selain visi dan misi, perusahaan tersebut juga telah membentuk nilai perusahaan (*core values*). Nilai tersebut antara lain adalah *passion for results*, *commitment*, *integrity*, *excellence in service*, dan *being popcorn*. Nilai *passion for results* mencerminkan motivasi perusahaan untuk mendapatkan hasil terbaik melalui performa yang baik. *Commitment* mencerminkan dedikasi kepada perusahaan, *team*, dan *customer*. *Integrity* mencerminkan pentingnya ketepatan dan konsistensi dari setiap langkah yang dilakukan. Kemudian, *excellence in service* menunjukkan komitmen perusahaan dalam pemberian pelayanan yang lebih baik dari ekspektasi pelanggan. Sementara itu, *being popcorn* menunjukkan budaya kerja yang inovatif dan menyenangkan [10]

2.1.4 Bidang Usaha dan Produk Perusahaan

Sebagai perusahaan yang beroperasi dalam industri hiburan, *Cinépolis Cinemas Indonesia* melakukan kegiatan usaha dengan tujuan utama untuk menyediakan layanan bioskop modern dengan fokus pada kualitas pengalaman menonton. Selama proses operasionalnya, perusahaan menyediakan layanan pemutaran film dan integrasi berbagai produk dan layanan, dirancang untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan [10].



Gambar 2. 8 Tipe Studio Cinépolis

Salah satu produk utama yang diproduksi oleh perusahaan – merupakan berbagai tipe studio, sesuai dengan kebutuhan dan preferensi penonton. *Cinépolis* menawarkan beberapa kategori studio, di antaranya *Regular*, *VIP*, *Macro XE*, *Comfort*, *Junior*, serta tipe inovasi *JOMO* (*Joy of Missing Out*), dan *Magnigy8* yang baru baru ini diluncurkan dengan memberikan 8 titik getaran di kursinya. Setiap tipe memiliki berbagai karakteristik, mulai dari pengalaman menonton standar dengan harga yang terjangkau sampai premium, yang ditemani oleh layanan eksklusif seperti kursi *reclining*, makanan di dalam studio (*in-seat dining*) serta lebih baik *quality audio visual* [10]. Beragam tipe studio memungkinkan untuk menjangkau berbagai segmen pasar, mulai dari keluarga, sampai penonton premium.

Selain layanan utama berupa pemutaran film, *Cinépolis* juga mengembangkan kegiatan usaha *food and beverage* (*F&B*) sebagai integral bagian dari pengalaman menonton. Produk *F&B* mencakup berbagai jenis makanan dan minuman, termasuk *popcorn*, camilan, minuman ringan dan menu premium, dikembangkan dengan kolaborasi bersama *chef*. Uniknya,

Cinépolis Indonesia berhasil mendapatkan sertifikasi halal atas produk *F&B*, yang mencerminkan komitmen perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen di Indonesia [10].



Gambar 2. 9 Sertifikasi Halal Cinépolis [10]

Selain menyediakan layanan pemutaran film, perusahaan juga mengembangkan program loyalitas pelanggan melalui *Club Cinépolis*. Program keanggotaan ini memberikan berbagai manfaat kepada pelanggan, seperti pengumpulan poin, promo khusus, serta penawaran eksklusif [10]. Kehadiran program tersebut bertujuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus membangun hubungan jangka panjang melalui pendekatan yang memanfaatkan data dan perilaku konsumen.



Gambar 2. 10 Tipe Loyalitas Pelanggan Cinépolis [10]

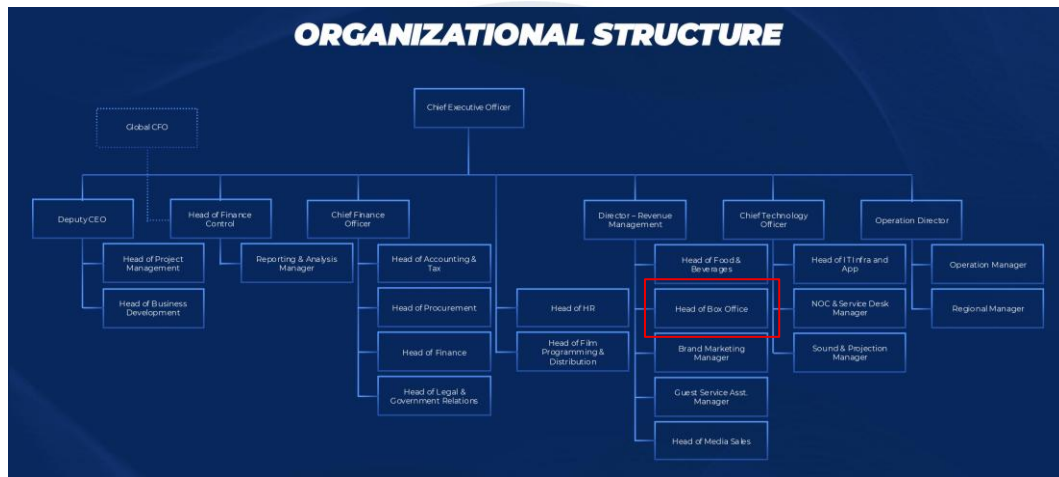
Di samping itu, *Cinépolis* juga menjalankan kegiatan usaha di bidang kemitraan dan periklanan, baik melalui media di dalam bioskop (*on-screen* dan *off-screen branding*) maupun melalui platform digital. Layanan ini memungkinkan perusahaan bekerja sama dengan berbagai mitra dalam menjalankan kampanye pemasaran terpadu sehingga dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan maupun mitra bisnis [10].

Dengan berbagai lini usaha yang saling terintegrasi tersebut, *Cinépolis Cinemas Indonesia* tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan bioskop, tetapi juga sebagai perusahaan hiburan yang menawarkan pengalaman yang lebih menyeluruh. Pendekatan ini membantu perusahaan meningkatkan daya saing sekaligus mengoptimalkan berbagai sumber pendapatan di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan salah satu komponen penting dalam sebuah perusahaan karena berfungsi untuk mengatur pembagian tugas, wewenang, serta tanggung jawab antar bagian. Dengan adanya struktur organisasi yang jelas, setiap divisi bisa bekerja lebih terarah dan koordinasi antar tim juga jadi lebih efektif sehingga operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar.

Di *PT Cinemaxx Global Pasifik (Cinépolis Cinemas Indonesia)*, struktur organisasi disusun secara hierarkis agar setiap fungsi bisnis dapat berjalan secara terintegrasi. Struktur ini memperlihatkan hubungan koordinasi antara pimpinan perusahaan dengan berbagai divisi yang memiliki peran masing-masing dalam mendukung aktivitas operasional.



Gambar 2. 11 Struktur Organisasi Cinépolis [10]

Berdasarkan Gambar 2.11, posisi tertinggi dalam perusahaan ditempati oleh *Chief Executive Officer (CEO)* yang memiliki tanggung jawab dalam menentukan arah strategis perusahaan, menetapkan kebijakan, serta mengambil keputusan utama yang berkaitan dengan bisnis. Dalam menjalankan tugasnya, *CEO* dibantu oleh beberapa jajaran direktorat yang menangani fungsi-fungsi penting perusahaan.

Salah satu fungsi utama berada di bawah *Chief Finance Officer (CFO)* yang membawahi unit keuangan, akuntansi dan pajak, *procurement*, serta *legal*. Divisi ini berperan dalam menjaga kondisi finansial perusahaan sekaligus memastikan seluruh aktivitas bisnis berjalan sesuai aturan dan regulasi yang berlaku.

Selain itu, terdapat divisi *Revenue Management* yang dipimpin oleh *Director – Revenue Management*. Divisi ini fokus pada upaya meningkatkan dan mengoptimalkan pendapatan perusahaan. Beberapa unit yang berada di bawahnya antara lain *Food and Beverage*, *Box Office*, *Brand Marketing*, dan *Media Sales* yang

secara langsung berkontribusi terhadap penjualan tiket maupun peningkatan layanan kepada pelanggan.

Dari sisi teknologi, perusahaan memiliki *Chief Technology Officer (CTO)* yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan infrastruktur teknologi informasi. Di dalamnya terdapat unit seperti *IT Infrastructure, NOC & Service Desk*, serta *Sound and Projection* yang mendukung kelancaran sistem operasional bioskop.

Untuk aktivitas operasional sehari-hari, perusahaan memiliki *Operation Director* yang mengawasi seluruh kegiatan operasional bioskop di berbagai lokasi. Divisi ini membawahi *Operation Manager* dan *Regional Manager* yang bertugas memastikan setiap cabang bioskop beroperasi sesuai standar perusahaan.

Selain divisi-divisi utama tersebut, terdapat juga fungsi pendukung seperti *Human Resources (HR)*, *Film Programming & Distribution*, dan *Business Development*. Ketiga fungsi ini berperan dalam pengelolaan sumber daya manusia, distribusi film, serta pengembangan bisnis perusahaan.

Melalui struktur organisasi yang saling terhubung ini, *Cinépolis Cinemas Indonesia* mampu menjalankan operasional perusahaan secara efektif dan efisien. Setiap divisi memiliki fungsi yang saling melengkapi untuk mendukung tujuan perusahaan dalam memberikan pengalaman menonton yang berkualitas bagi pelanggan.

Dalam aktivitas bisnis sehari-hari, *Cinépolis* juga menghasilkan berbagai jenis data yang berasal dari transaksi penjualan tiket, transaksi *food and beverage*, aktivitas program loyalitas pelanggan, penggunaan kanal digital, hingga data performa film dan *cinema site*. Data-data tersebut kemudian dimanfaatkan sebagai dasar untuk mengevaluasi performa bisnis, menyusun strategi pemasaran, mengukur efektivitas program promosi, serta membantu proses pengambilan keputusan operasional. Karena itu, pengelolaan dan analisis data menjadi salah satu aspek yang cukup krusial dalam mendukung kegiatan bisnis perusahaan.