BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan membahas mengenai deskripsi obyek penelitian yaitu Lotte Grosir Yogyakarta. Pembahasan dalam bab ini akan terbagi menjadi tiga bagian, bagian pertama mengenai deskripsi Lotte Grosir Yogyakarta yang terdiri dari; sejarah, visi misi, dan struktur organisasi di dalamnya. Bagian kedua akan membahas mengenai profil informan pada penelitian ini. Bagian ketiga akan membahas mengenai program Mitra Lotte Grosir Yogyakarta yang akan menjadi fokus pada penelitian ini. Pada bagian ketiga dijelaskan mengenai program dan klasifikasi program Mitra Lotte Grosir Yogyakarta. Data-data dalam bab ini peneliti dapatkan melalui *website*, wawancara dengan pihak mitra atau masyarakat yang mengikuti program dan pihak *Store General Manager*, *Human Resource Development*, dan *New Business Manager* Lotte Grosir Yogyakarta.

2.1 Deskripsi Lotte Grosir Yogyakarta

2.1.1 Sejarah

Nama Lotte diambil dari seorang tokoh bernama Charlotte dalam sebuah novel berjudul "*The Sorrows of Young Werther*" yang merupakan karya dari sastrawan Jerman bernama Johann Wolfgang Von Goethe. Nama Lotte yang diambil dari novel tersebut merepresentasikan visi perusahaan untuk dicintai oleh semua orang seperti di dalam novel tersebut di mana Lotte dikenal sebagai "*eternal love*" (lotte.co.id, 2015).

Saat ini Lotte telah tumbuh menjadi bisnis internasional dengan pengembangan di berbagai bidang yang diawali di Jepang kemudian Korea dan meluas ke Asia sampai Amerika. Pengembangan usaha oleh Lotte tersebut dimulai dengan menjual permen di Jepang yang kemudian menjual berbagai jenis makanan lainnya. Tidak hanya berhenti pada menjual makanan dan permen, Lotte juga sudah mengembangkan usahanya ke berbagai bidang, di antaranya adalah bidang manufaktur, minuman, hotel, ritel, jasa keuangan, petrokimia, IT, elektronik, hiburan, dan konstruksi (lotte.co.id, 2015).

Melihat banyaknya bidang yang dikerjakan oleh Lotte, maka Lotte Mart merupakan cabang usaha Lotte pada bidang ritel yang paling pesat perkembangannya. Lotte Mart dikenal memilki konsep *whole sale* yang membuat para pelanggan dapat berbelanja dalam partai atau jumlah yang besar (grosiran) dengan harga yang rendah. Penataan di dalam Lotte sendiri juga mendukung hal tersebut, produk-produk yang dijual di Lotte disusun layaknya gudang sederhana yang sudah dikelompokkan sehingga mempermudah konsumen dalam menemukan barang atau produk yang dicari.

Ekspansi Lotte di Indonesia sendiri dimulai pada tahun 2008 dengan mengakuisi PT. Makro Indonesia. Pengakuisian PT Makro Indonesia oleh Pihak Lotte adalah dengan membeli 19 gerai yang dimiliki oleh PT Makro Indonesia, sehingga pada tahun 2010 PT Makro Indonesia berubah menjadi PT Lotte Shopping Indonesia dan toko Makro berubah Menjadi Lotte Mart. Saat ini baik Lotte Mart atau Lotte Grosir merupakan bagian dari Lotte Group yang sudah memiliki 28 gerai yang tersebar di Indonesia, salah satunya adalah di Yogyakarta.

Lotte Grosir Yogyakarta adalah toko ke-16 yang pada awalnya dibuka pada tahun 2005 dengan nama Makro kemudian berubah nama menjadi Lotte Grosir setelah pengakuisian PT Makro Indonesia oleh PT Lotte Shopping Indonesia. Lokasi Lotte Grosir Yogyakarta beralamat di Jalan Ringroad Utara, Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Sama halnya dengan gerai lain di Indonesia, Lotte Grosir di Yogyakarta juga menawarkan berbagai macam produk yang meliputi produk *food* & *fresh food* dan *non food* di mana para pelanggan dapat membelinya dengan jumlah besar atau kecil tetapi dengan harga yang relatif murah.

Lotte Grosir Yogyakarta sendiri juga memiliki segmentasi pelanggannya menjadi empat jenis, yaitu pelanggan yang memiliki warung dengan skala kecil dan menengah, pelanggan yang berbentuk HoReKa atau Hotel, Restoran, dan Katering, pelanggan yang merupakan sebuah perusahaan seperti perkantoran, koperasi, ataupun perusahaan lainnya, dan pelanggan perseorangan atau mereka yang langsung menggunakan produk yang dibeli.

Selain itu Lotte Grosir juga memiliki komitmen kesetaraan yang dijabarkan dalam empat nilai. Nilai pertama adalah pembayaran tepat waktu yang diwujudkan dengan konsistensi melakukan pembayaran. Kedua, menjalankan etika bisnis yang baik pada setiap komponennya, baik dari jajaran direksi hingga seluruh karyawan Lotte Grosir, ketiga, selalu siap melakukan ekspansi di seluruh Indonesia, dan yang terakhir adalah *product development* yaitu pengembangan produk-produk berkualitas sesuai dengan permintaan pasar.

2.1.2 Visi, Misi, dan Nilai Inti Lotte Indonesia

Lotte memiliki komitmen untuk menjadi sebuah perusahaan yang memberikan kenyamanan pada pelanggannya, di samping itu Lotte juga memiliki fokus untuk mengembangkan para pebisnis usaha kecil dan menengah di Indonesia, oleh sebab itu maka Lotte memiliki Visi, Misi, dan nilai inti yang diaplikasian di setiap cabangnya sebagai berikut:

a. Visi

   Lotte menjadi perusahaan yang berkembang dengan cepat dan dikagumi melalui penyediaan produk terpercaya yang membawa kebahagiaan dan menciptakan nilai baru untuk mendapatkan konsumen.

b. Misi

   Penyediaan produk berkualitas dengan harga bersaing serta membantu, melayani, dan mengembangkan pemilik usaha kecil dan menengah.

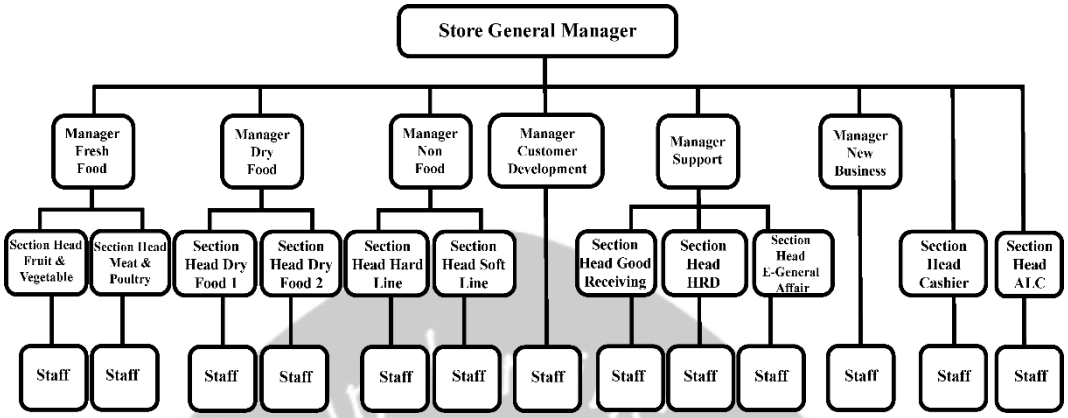
c. Nilai Inti

   Nilai Inti Lotte adalah; semangat, berorientasi pada tindakan, bertanggung jawab, kerjasama tim, integritas dan terpercaya.

2.1.3 Struktur Organisasi Lotte Grosir Yogyakarta

Struktur organisasi pada bab ini bertujuan untuk menggambarkan tugas dan fungsi kerja SDM di Lotte Grosir Yogyakarta. Pada struktur organisasi ini juga dapat dilihat pihak yang berwenang dan terlibat dalam menjalankan program Mitra Lotte Grosir. Berikut adalah bagan struktur organisasi di Lotte Grosir Yogyakarta:

Bagan 2.1 Struktur Organisasi Lotte Grosir Yogyakarta



(Sumber : Dokumen Wawancara dengan *Section Head Human Resource Development*, Indah Narwidayanti, 12 September 2019)

Berdasarkan struktur organisasi tersebut maka terdapat juga pembagian tugas dan tanggung jawab dari masing-masing divisi. Berikut penjabaran mengenai tugas dan tanggung jawab dari setiap divisi:

Tabel 2.1 Tugas dan Tanggung Jawab Divisi Lotte Grosir Yogyakarta

Divisi	Tugas dan Tanggung Jawab
1. *Store General Manager*	a. Fokus kepada kegiatan operasional b. Mengadakan strategi untuk mengelola SDM c. Memantau serta mengendalikan tugas dan tanggung jawab masing-masing divisi d. Mengoptimalkan efisiensi dari operasional e. Mencapai *sales* target
2. Divisi *Fresh Food*	a. Memeriksa, mengawasi, dan meninjau ketersediaan barang setiap hari b. Merencanakan kegiatan promosi dalam tujuannya untuk meningkatkan penjualan

	c. Menjaga kualitas produk dan memperhatikan tanggal kadaluarsa *fresh food* d. Memantau harga dan harga pesaing e. Menata produk *fresh food*
3. Divisi *Dry Food*	a. Memeriksa, mengawasi, dan meninjau ketersediaan barang setiap hari b. Merencanakan kegiatan promosi dalam tujuannya untuk meningkatkan penjualan c. Menjaga kualitas produk dan memperhatikan tanggal kadaluarsa *dry food* d. Memantau harga dan harga pesaing e. Menata produk *dry food*
4. Divisi *Non Food*	a. Memeriksa, mengawasi, dan meninjau ketersediaan barang setiap hari b. Merencanakan kegiatan promosi dalam tujuannya untuk meningkatkan penjualan c. Menjaga kualitas produk dan memperhatikan tanggal kadaluarsa *non food* d. Memantau harga dan harga pesaing e. Menata produk *non food*
5. Divisi *Customer Development*	a. Mendapatkan serta mengembangkan pelanggan b. Menjaga pelanggan yang sudah ada c. Melayani pendaftaran dan menginput anggota baru d. Menangani komplain atau pertanyaan dari pelanggan
6. Divisi *New Business*	a. Mengatur program Mitra Lotte Grosir b. Mendapatkan serta mengembangkan program Mitra Lotte Grosir c. Menjalin dan menjaga relasi dengan pelanggan yang menjadi peserta program Mitra Lotte Grosir d. Memantau jalannya program dan menjaga keberlangsungan usaha masyarakat dalam program Mitra Lotte Grosir

7. Divisi *Support Management* (Mendukung dan menunjang seluruh kegiatan operasional yang dikoordinasikan dengan *Good Receiving, Human Resource Development, Eng-General Affair*)	a. *Good Receiving* • Meretur barang yang rusak kepada *supplier* • Mengecek surat jalan dari *supplier* • Mengecek barang sebelum masuk Gudang • Menerima barang kiriman dari *supplier* b. *Human Resource Development* • Merekrut karyawan • Melayani kebutuhan karyawan • Mengontrol, mengembangkan, dan mengevaluasi kinerja karyawan • Mengadakan pelatihan • Melaporkan evaluasi kinerja karyawan kepada *Store General Manager* c. *Engineering General Affair* • Bertanggung jawab atas aset perusahaan • Menangani masalah listrik, air, saluran komunikasi • Pengadaan dan pendistribusian ATK kantor
8. *Cashier*	a. Menangani transaksi dengan pelanggan b. Menjaga agar tidak ada penyusutan karena kesalahan, kerusakan, dan pencurian *c.* Memastikan keseimbangan aliran kas
9. *Administration Logistic Center*	a. Memastikan dan mengendalikan kebutuhan umum serta kebutuhan sarana prasarana yang digunakan oleh toko b. Memastikan laporan yang akurat dari setiap bagian c. Mengatur dan mengawasi dana kas serta ketepatan waktu pembukuan d. Menintegrasikan aspek keuangan dan anggaran biaya dengan laporan yang tepat waktu

	e. Memastikan *checkpoint* yang sistematis untuk barang di departemen penerimaan sebelum dikirim ke area penjualan

(Sumber : Dokumen Wawancara Peneliti dengan *Section Head Human Resource Development* Lotte Grosir Yogyakarta, 12 September 2019)

Berdasarkan penjabaran pada tabel 2.1 maka dapat diketahui bahwa divisi yang memiliki fungsi dalam menjalankan program Mitra Lotte Grosir adalah divisi *New Business* dengan memaksimalkan SDM Lotte yang ada. Pemaksimalan SDM dalam rangka menunjang program juga dibantu oleh divisi *Human Resource Development* (HRD) yang berfungsi untuk mengawasi serta menjaga kinerja karyawan dalam menjalankan program Mitra Lotte Grosir. Adanya pantauan dari *Store General Manager* Lotte Grosir Yogyakarta terhadap program tersebut juga diharapkan agar program Mitra Lotte Grosir mampu berjalan sesuai dengan visi dan misi Lotte Grosir Yogyakarta.

2.2 Profil Narasumber

Pada bab ini peneliti akan membahas mengenai profil narasumber yang dijadikan sumber dalam menggali dan menemukan data terhadap fokus penelitian ini, yaitu Implementasi Perencanaan Komunikasi pada Program Mitra Lotte Grosir Yogyakarta. Narasumber pada penelitian ini terdiri menjadi dua bagian. Bagian pertama adalah narasumber yang berasal dari pihak Lotte Grosir Yogyakarta sebagai pelaksana program Mitra Lotte Grosir, sedangkan bagian kedua adalah masyarakat atau Mitra yang mengikuti program Mitra Lotte Grosir di Lotte Grosir Yogyakarta.

Narasumber dari pihak pertama terdiri dari *Store General Manager*, *New Business Manager*, dan *Section Head Human Resource Development* Lotte Grosir Yogyakarta. Sedangkan narasumber bagian kedua adalah mitra atau masyarakat yang mengikuti program Mitrra Lotte Grosir di Lotte Grosir Yogyakarta. Berikut penjabarannya mengenai masing-masing narasumber :

a. Johannes Indra Aries (*Store General Manager* Lotte Grosir Yogyakarta)

   Posisi *Store General Manager* Lotte Grosir Yogyakarta saat ini dijabat oleh Johannes Indra Aries yang bertanggung jawab atas semua kegiatan operasional di Lotte Grosir Yogyakarta. Selain itu *Store General Manager* sebagai posisi puncak di struktur organisasi Lotte Grosir Yogyakarta juga memiliki fungsi dalam melakukan perencanaan, pengelolaan, pengendalian, dalam membangun SDM, taktik dan program kegiatan di Lotte Grosir Yogyakarta. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti menjadikan *Store General Manager* Lotte Grosir Yogyakarta sebagai narasumber karena menjadi tokoh penting dalam setiap kegiatan, termasuk pada program Mitra Lotte Grosir di Lotte Grosir Yogyakarta.

b. Joni Dwi Siswandono (*New Business Manager* Lotte Grosir Yogyakarta)

   Posisi *New Business Manager* Lotte Grosir Yogyakarta saat ini dijabat oleh Joni Dwi Siswandono yang memiliki fungsi dan tugas dalam memastikan kualitas layanan pelanggan, memelihara hubungan bisnis yang baik antara Lotte Grosir Yogyakarta dan pelanggan. Secara spesifik divisi ini juga yang bertanggung jawab langsung atas program Mitra Lotte Grosir di Lotte Grosir Yogyakarta. Tugas dan fungsi tersebut mulai dari mencari mitra baru sampai

menjaga relasi dengan mitra yang sudah mengikuti program dan memantau jalannya program dengan memastikan keberlangsungan usaha masyarakat dalam program Mitra Lotte Grosir Yogyakarta. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti menjadikan *New Business Manager* Lotte Grosir Yogyakarta karena posisi pentingnya dalam program Mitra Lotte Grosir Yogyakarta.

c. Indah Narwidayanti (*Section Head Human Resource Development* Lotte Grosir Yogyakarta)

   Pada perencanaan komunikasi terkandung unsur aktivitas pada SDMnya yang menjadi pelaksana kegiatan. Kesiapan dan kemantangan SDM pada pra-pelaksanaan, pelaksanaan, hingga pasca pelaksanaan menjadi kunci atas keberhasilan program Mitra Lotte Grosir. Melihat hal tersebut maka peneliti menjadikan *Section Head Human Resource Development* Lotte Grosir Yogyakarta yang dijabat oleh Indah Narwidayanti sebagai narasumber. Peran *Section Head Human Resource Development* pada Lotte Grosir Yogyakarta adalah mengawasi, mengembangkan, dan mengevaluasi kinerja SDM serta membantu dalam merumuskan dan melaksanakan kebijakan SDM pada setiap program, termasuk program Mitra Lotte Grosir yang dijalankan di Lotte Grosir Yogyakarta.

d. Endang Sumamarta dan Rini (Mitra atau Masyarakat program Mitra Lotte Grosir di Lotte Grosir Yogyakarta)

   Mitra atau masyarakat yang dimaksud adalah mereka yang mengikuti program Mitra Lotte Grosir di Lotte Grosir Yogyakarta. Penggunaan mitra sebagai narasumber dalam penelitian ini bertujuan untuk membandingkan data antara

data yang ditemukan dari pihak Lotte Grosir Yogyakarta dengan temuan data dari mitra tersebut. Mitra yang dijadikan narasumber dalam penelitian ini adalah Endang Sumamarta dan Rini. Endang Sumamarta adalah mahasiswi semester 5 di Universitas Mercu Buana yang menjadi mitra Lotte Grosir Yogyakarta sejak bulan Juni 2019. Tujuan Endang Sumamarta mengikuti program ini untuk meringankan biaya kuliahnya. Lokasi usaha yang dibangunnya berlokasi di Jl Opak Raya, Krajan, Tirtomartani, Kec. Kalasan, Kab. Sleman, DIY. Sedangkan mitra kedua adalah Rini seorang ibu rumah tangga yang menjadikan usaha Mitra Lotte Grosir sebagai pekerjaan sampingan. Rini mulai mengikuti program Mitra Lotte Grosir sejak bulan Juni dan usahanya berlokasi di Sidomulyo, RT 07/RW17, Brintikan Kec. Kalasan, Kab. Sleman, DIY.

2.3 Program Mitra Lotte Grosir

2.3.1 Deskripsi Program Mitra Lotte Grosir

Pada bab ini program Mitra Lotte Grosir dibahas lebih mendalam mengenai proses pembentukan dan pengklasifikasian tipe dalam program. Pada awalnya program Mitra Lotte Grosir bernama program Kulakan Kita Kita yang berubah nama menjadi program Mitra Lotte Grosir pada awal tahun 2015. Perubahan nama ini karena adanya peluasan pada tipe program yang ditawarkan. Pada program Kulakan Kita Kita hanya ada satu jenis program yang ditawarkan yaitu rombong/kios moderen. Setelah berganti nama menjadi program Mitra Lotte Grosir

maka muncul beberapa tipe program di dalamnya, yaitu Kios Moderen, *Container Modern*, Toko *Modern*, dan *Business to Business* (B2B).

Program Mitra Lotte Grosir sendiri adalah program nasional yang irencanakan dan dibentuk oleh Divisi *Marketing* di *Head Office* Lotte Indonesia. Proses pembentukan program sendiri melalui berbagi rangkaian survei dan masukan dari pelanggan Lotte. Tujuan dari dibentuknya program ini merupakan sebuah strategi nasional bisnis Lotte Indonesia dalam memenangkan persaingan dengan kompetitornya. Tidak hanya dalam memenangkan persaingan dengan kompetitor, adanya program Mitra Lotte Grosir juga merupakan sebuah cara dalam menjawab kebutuhan masyarakat terutama para pelanggan Lotte Grosir yang dikelompokan sebagai *professional customer*.

Setelah program Mitra Lotte Grosir terbentuk di kantor pusat, maka langkah selanjutnya adalah menyebarkan program tersebut ke setiap toko cabang di Indonesia untuk dieksekusi. Melalui *pilot project* program ini dilaksanakan pertama kali di wilayah Jabodetabek yang kemudian diperluas ke seluruh Indonesia. Kemudian pada toko cabang terdapat Divisi *New Business* yang bertugas mengelola program Mitra Lotte Grosir. Divisi tersebut yang kemudian menerjemahkan program Mitra Lotte Grosir dari pusat menjadi sebuah strategi yang disesuiakan dengan situasi dan kondisi pada masing-masing toko cabang. Proses pembentukan strategi oleh Divisi *New Business* bertujuan untuk menyesuaikan maksud dan tujuan Lotte secara nasional dengan keadaan lapangan di berbagai toko cabang Lotte di Indonesia supaya program dapat berjalan dan mencapai tujuannya,

Program Mitra Lotte Grosir sendiri adalah program yang berlandaskan konsep kemitraan dengan masyarakat yang dapat juga disebut sebagai program semi CSR. Seperti yang sudah dijabarkan sebelumnya, program Mitra Lotte Grosir merupakan tanggung jawab dari divisi *New Business* yang dipimpin oleh Bapak Joni Dwi Siswandono dan tiga orang anggotanya di dalam divisi *New Business* Lotte Grosir Yogyakarta. Program Mitra Lotte Grosir juga menjalin kerja sama dengan berbagai pihak seperti NEC, Go-Pay, dan Bank BRI untuk menunjang berjalannya program tersebut.

Hadirnya program Mitra Lotte Grosir memiliki tujuan yang disesuaikan dengan visi misinya, yaitu untuk membantu mengembangkan usaha masyarakat dengan modal kecil dan menengah serta menghasilkan dampak baik bagi peningkatan ekonomi masyarakat. Adapun tujuan lain dari program ini adalah memodernisasi warung atau toko tradisional menjadi lebih moderen. Moderen dalam hal ini adalah warung atau kios dagangan yang lebih bersih, terang, dan rapi sehingga diharapkan mampu meningkatkan minat serta kepercayaan dari para konsumen.

Tidak hanya dari segi modern secara fisik, sistem pembelian atau penjualan juga menggunakan *tablet* yang terintegrasi dengan aplikasi dari Lotte Grosir. Para peserta program Mitra Lotte Grosir juga akan diajarkan mengenai tata cara penjualan barang dagangannya melalui *tablet* tersebut, hal ini menjadi tujuan dari pihak Lotte agar semua pemasukan dan pengeluaran terintegrasi menjadi satu di dalam sistem. Selain dibimbing mengenai tata cara penjualan dan pembelian

melalui *tablet*, para peserta program ini juga dibimbing dalam menata barang dagangannya agar terlihat lebih rapi dan menarik di mata pelanggan.

Pada situs resmi mitra.lottegrosir.co.id juga dijelaskan manfaat dari mengikuti program Mitra Lotte Grosir, diantaranya adalah gratis biaya bergabung dan biaya bulanan, kebebasan untuk memberikan nama toko oleh pemilik, adanya pasokan barang dengan harga kompetitif, promosi yang berkesinambungan, kunjungan rutin berkala dari Tim Mitra Lotte Grosir (sebulan minimal sekali), dukungan logistik atau pengiriman bahan dagangan, dan terakhir pelatihan berkala mengenai penataan barang dagangan, penggunaan *tablet*, penggunaan *scanner*, dan penggunaan aplikasi untuk mendukung proses pembelian dan penjualan (mitra.lottegrosir.co.id, 2019).

2.3.2 Klasifikasi Program Mitra Lotte Grosir

Program Mitra Lotte Grosir menghadirkan empat macam program yang sudah diikuti sekitar 160 mitra sampai dengan bulan September 2019. Keempat program tersebut adalah Kios *Modern*, Toko *Modern*, *Container Modern*, dan *Business to Business* (B2B) yang dimulai sejak tahun 2018 dan memiliki syarat serta ketentuannya masing-masing, berikut adalah penjelasan mengenai keempat program dalam program Mitra Lotte Grosir yang dilansir dari *website* resmi Mitra Lotte Grosir (mitra.lottegrosir.co.id, 2019):

a. Kios *Modern*

Kios Modern atau dikenal dengan KiMod adalah bagian dari program Mitra Lotte Grosir yang mengusung digitalisasi kios. *Kios Modern* menawarkan beberapa paket yang dapat diikuti oleh masyarakat, yaitu:

- Paket Kios Modern Hemat dengan estimasi investasi 14 juta. Paket yang didapat pada pilihan ini adalah kios berukuran 160x90x210cm, barang dagangan, *tablet*, dispenser gallon, *scanner*, WiFi, kompor dan selang gas. Keuntungan yang ditawarkan dari paket ini adalah gratis *voucher* belanja senile Rp 500.000, gratis biaya *franchise*, POS sistem pemesanan dan penjualan, PPOB (*Digital Product*), dan ketersediaan produk yang terjamin.
- Paket Kios Modern Komplit dengan estimasi investasi 22 juta. Paket yang didapat pada pilihan ini adalah kios berukuran 160x90x210cm, barang dagangan, *tablet*, CCTV, LCD TV, kipas angin, *showcase*, dispenser gallon, *scanner*, WiFi, kompor dan selang gas. Keuntungan yang ditawarkan dari paket ini adalah gratis *voucher* belanja senilai Rp 1.000.000, gratis biaya *franchise*, POS sistem pemesanan dan penjualan, PPOB (*Digital Product*), dan ketersediaan produk yang terjamin.
- Paket Kios Modern Ekonomis dengan estimasi investasi 5 juta. Paket yang didapat pada pilihan ini adalah *tablet*, barang dagangan, dan *scanner*. Keuntungan yang ditawarkan dari paket ini adalah gratis biaya *franchise*, POS sistem pemesanan dan penjualan, PPOB (*Digital Product*), dan ketersediaan produk yang terjamin.

b. *Container* Modern

Container Modern adalah bagian dari program Mitra Lotte Grosir yang mengusung *street food*. *Container Modern* menawarkan beberapa paket yang dapat diikuti oleh masyarakat, yaitu:

- Paket *Container Modern* Tipe B dengan estimasti investasi 49,9 juta. Paket yang didapatkan pada pilihan ini adalah *container modern* ukuran 200x350cm, *charging station*, WiFi, POS sistem pemesanan dan penjualan, barang dagangan, *List* Plang. Keuntungan yang ditawarkan dari paket ini adalah nama *container* menggunakan nama milik mitra, peralatan dan perlengkapan *street food*, investasi terjangkau, menggunakan POS *System*, layanan pengiriman barang, dan laporan penjualan yang terintegrasi dalam sistem.
- Paket *Container Modern* Tipe A dengan estimasti investasi 70 juta. Paket yang didapatkan pada pilihan ini adalah *container modern* ukuran 200x350cm, *charging station*, *showcase*, *stove*, dispenser, *grill*, LCD TV, WiFi, POS sistem pemesanan dan penjualan, barang dagangan, *List* Plang. Keuntungan yang ditawarkan dari paket ini adalah nama *container* menggunakan nama milik mitra, peralatan dan perlengkapan *street food*, investasi terjangkau, menggunakan POS *System*, layanan pengiriman barang, dan laporan penjualan yang terintegrasi dalam sistem.
- Paket *Container Modern* Tipe C dengan estimasti investasi 35,9 juta. Paket yang didapatkan pada pilihan ini adalah *container modern* ukuran 200x350cm, *charging station*, barang dagangan, *List* Plang. Keuntungan

yang ditawarkan dari paket ini adalah nama *container* menggunakan nama milik mitra, peralatan dan perlengkapan *street food*, investasi terjangkau, menggunakan POS *System*, layanan pengiriman barang, dan laporan penjualan yang terintegrasi dalam sistem.

c. Toko *Modern*

- Toko Modern atau sering disebut TokMod adalah bagian dari program Mitra Lotte Grosir yang mengusung modernisasi toko. Pada program ini nilai estimasi investasi mencapai angka 85 juta dan mendapatkan paket berupa: Pos System, rak *display*, barang jualan, pelatihan dan pendampingan, *list* plang, *neon box*, *banner* promosi, *sticker choice* L. Keuntungan yang didapat berupa gratis *voucher* belanja senilai Rp 1.000.000, gratis biaya *franchise*, POS sistem pemesanan dan penjualan, PPOB (*Digital Product*), dan ketersediaan produk yang terjamin.

d. Business to Business

- *Business to Business* adalah kerja sama dalam pengadaan barang yang dilakukan oleh Lotte Grosir dengan pelenggan yang memiliki badan usaha dan sudah diverifikasi oleh tim Lotte Grosir. Pada program ini pelanggan akan mendapatkan keuntungan berupa: pemesanan terpusat, tidak perlu investasi mendirikan dan mengoperasikan gudang, penghematan biaya logistic, pilihan produk yang beragam, jaminan *supply*, harga beli yang bersaing, adanya akomodasi dan logistik, dan mendapatkan *e-F*aktur.