



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 II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Living World Alam Sutera dibangun atas prakarsa PT. Kawan Lama Sejahtera yang merupakan perusahaan di bidang industri dan ritel yang sudah berkibrah selama lebih dari 50 tahun. Dalam pengelolaan dan pemasaran Living World Alam Sutera, PT. Kawan Lama Sejahtera menunjuk PT Retail Estate Solution (Resolution) sebagai konsultan untuk mengembangkan dan mengelola Living World sebagai pusat *home living* dan *lifestyle* terbesar di Alam Sutera.

Living World Alam Sutera berdiri pada 18 Februari 2011 dan merupakan satu-satunya pusat perbelanjaan yang memposisikan dengan konsep "*Home Living and Eat-ertainment Center*" berlokasi di jantung Alam Sutera Serpong, Tangerang. Saat ini kami merupakan *Lifestyle Center* terbesar dengan luas 140.000 m².

Pusat *Home living* dan *Eat-ertainment* ini terdiri dari empat lantai untuk *rental space*. Lantai *Ground* yang mengusung tema *Meet and Dine*, lantai *Upper Ground* yang bertemakan *Home Living*, lantai satu yang bertemakan *Smart Living* dan lantai dua yang bertemakan *Eat-ertainment*

2.2 Fasilitas dan Service

Living World mengedepankan pelayanan terbaik dan kenyamanan serta kepuasan pengunjung, sehingga dalam operasional gedung, Living World akan beroperasi lebih panjang pada hari Jumat dan Sabtu yang akan buka sampai dengan pukul 24.00 WIB.

Beberapa *tenant* juga akan beroperasi lebih awal untuk melayani pengunjung yang ingin menikmati sarapan dengan suasana *alfresco*. Selain kenyamanan berbelanja, Living World juga menyediakan beberapa fasilitas penunjang seperti Area Parkir yang mencapai 2.800 lot parkir, *valet parking*, ATM, serta fasilitas umum seperti toilet untuk *disabled*, *nursery room*, parkir sepeda dan parkir motor besar untuk komunitas, mushola dan lainnya

2.3 Pusat Home Living dan Eat-ertainment

2.3.1 Ground Floor

Lantai *Ground Living World* mengusung tema *Meet and Dine* yang menyediakan *restaurant* dan semua kebutuhan produk serta layanan sehari-hari untuk semua segmen. Menawarkan visualisasi sebagai tempat untuk *hang out* dengan mengusung konsep “*to see and to be seen*”, serta tujuan bagi kaum muda yang trendi, dan hip dengan suasana *Food and Beverage* yang menyenangkan.

Pada lantai ini terdapat area yang disebut *Living Walk*. *Living Walk* sendiri merupakan area pusat *Food and Beverage Living World*. Di area ini selalu memberikan hiburan bagi para pengunjung, yaitu sebuah *live music* di panggung *Living Walk* setiap malamnya. Program ini dilakukan guna memberikan suasana nyaman kepada pelanggan khususnya yang sedang menikmati hidangan malam.

2.3.2 Uper Ground Floor

Lantai *Upper Ground* menghadirkan tema *Home Living*. Di lantai ini lebih memberikan pelayanan kepada pelanggan lewat rangkaian lengkap tentang rumah tinggal dan perabot kantor, aksesoris serta dekorasi. Selain itu, terdapat juga beberapa *tenant fashion* untuk melengkapi kebutuhan pengunjung yang datang ke *Living World*.

2.3.3 First Floor

Lantai satu juga masih menghadirkan konsep *Home Living* tetapi dilengkapi dengan pemenuhan gaya hidup milenium baru. Di lantai ini, pelanggan disuguhkan berbagai pelayanan untuk kebutuhan akan teknologi *cyber & inovasi elektronik*.

2.3.4 Second Floor

Lantai dua bertemakan *Eat-ertainment* dengan mengkombinasikan konsep “*state-of-the-art cinema screens, family entertainment center, sky*

& *alfresco restaurant*". Pada lantai ini terdapat Sky Garden yang memberikan pemandangan indah sekitar Living World.

Sky Garden yang merupakan satu-satunya di Alam Sutera dengan memberikan suguhan pemandangan sekitar dari posisi *Roof Top* sehingga pengunjung bisa merasakan suasana yang *relax* dan *cozy*. Merupakan pilihan tepat bagi pengunjung yang ingin mengobrol atau sekedar *hang out* bersama kerabat dan keluarga dengan langsung menikmati udara alam luar.

2.4 Tenant Living World

Living World menghadirkan dua anchor tenant yang merupakan *flagship store* terbesar yaitu Informa Furnishing (30.000m²), ACE Home Center (15.000m²) serta beberapa *tenant* besar lainnya seperti XXI, HERO supermarket, Toys Kingdom, Electronic Solution, Office One dan sebagainya.

Informa Furnishing dan ACE Home Center sendiri telah dikenal sebagai ritel store yang melengkapi kebutuhan *furniture*, *home improvement* serta *lifestyle* terbesar dan terlengkap di Indonesia. ACE Home Center yang merupakan "*The Biggest ACE in the World*" membantu customer dengan menyediakan berbagai macam produk seleksi atas dengan harga yang wajar dan kompetitif, layanan profesional, staf yang ramah dan kompeten, perbaikan berkelanjutan dan toko belanja yang nyaman. Informa Furnishing dimana pelanggan akan mendapatkan kombinasi terbaik dari sebuah *furniture*, yaitu kenyamanan, fungsional, praktis, fesyen, dan terjangkau.

Sedangkan Toys Kingdom adalah *store* terbesar yang diperuntukkan bagi anak-anak hingga dewasa dengan berbagai beragam mainan, *collectible items*, hobi, keperluan anak, serta tempat berburu hadiah unik.

Ketiga *anchor tenant* ini telah meraih Rekor Muri sebagai toko terlengkap dan terbesar. Memfokuskan konsep *Home Living* and *Eat-ertainment* menjadikan identitas yang membedakan Living World dengan *Shopping Center* yang lainnya. Konsep yang berbeda dan unik diharapkan dapat menjadi *icon* dan tujuan baru bagi warga di Alam Sutera dan sekitar.

2.5 Visi dan Misi

2.3.1 Visi

“ To be the best lifestyle center that cater all home living and eat-ertainment needs “

2.3.2 Misi

- 1. To be a trend setter and leading lifestyle center*
- 2. To be profitable, high end center that deliver good service and hospitality oriented.*

2.6 Target Market

Target Market Living World adalah SEC A-B yang mencakup keluarga, sekolah menengah dan atas, lulusan universitas dan profesional muda.

2.7 Logo Living World

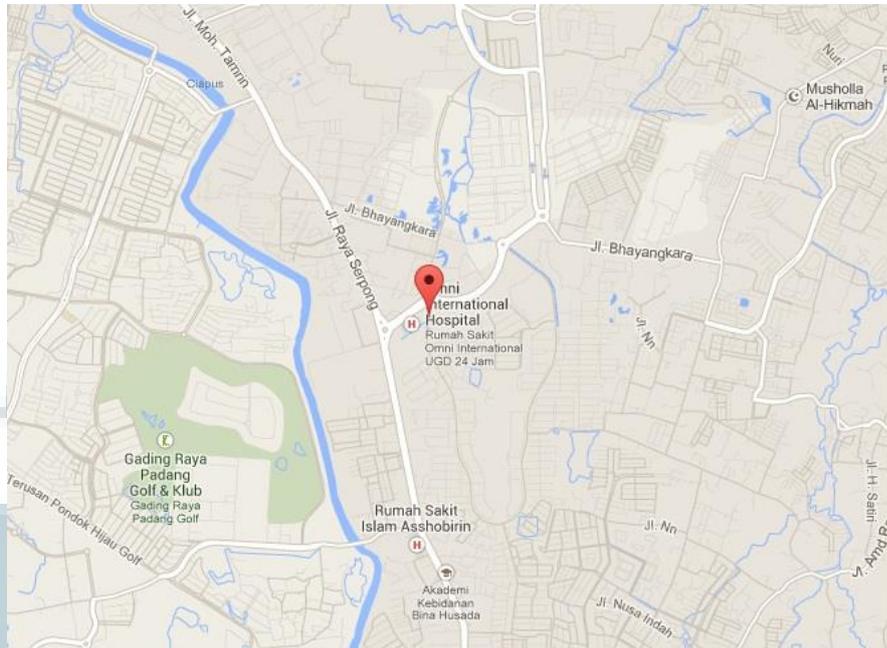


Gambar 2.1

Logo living World

Sumber : Profil Living World

2.8 Lokasi



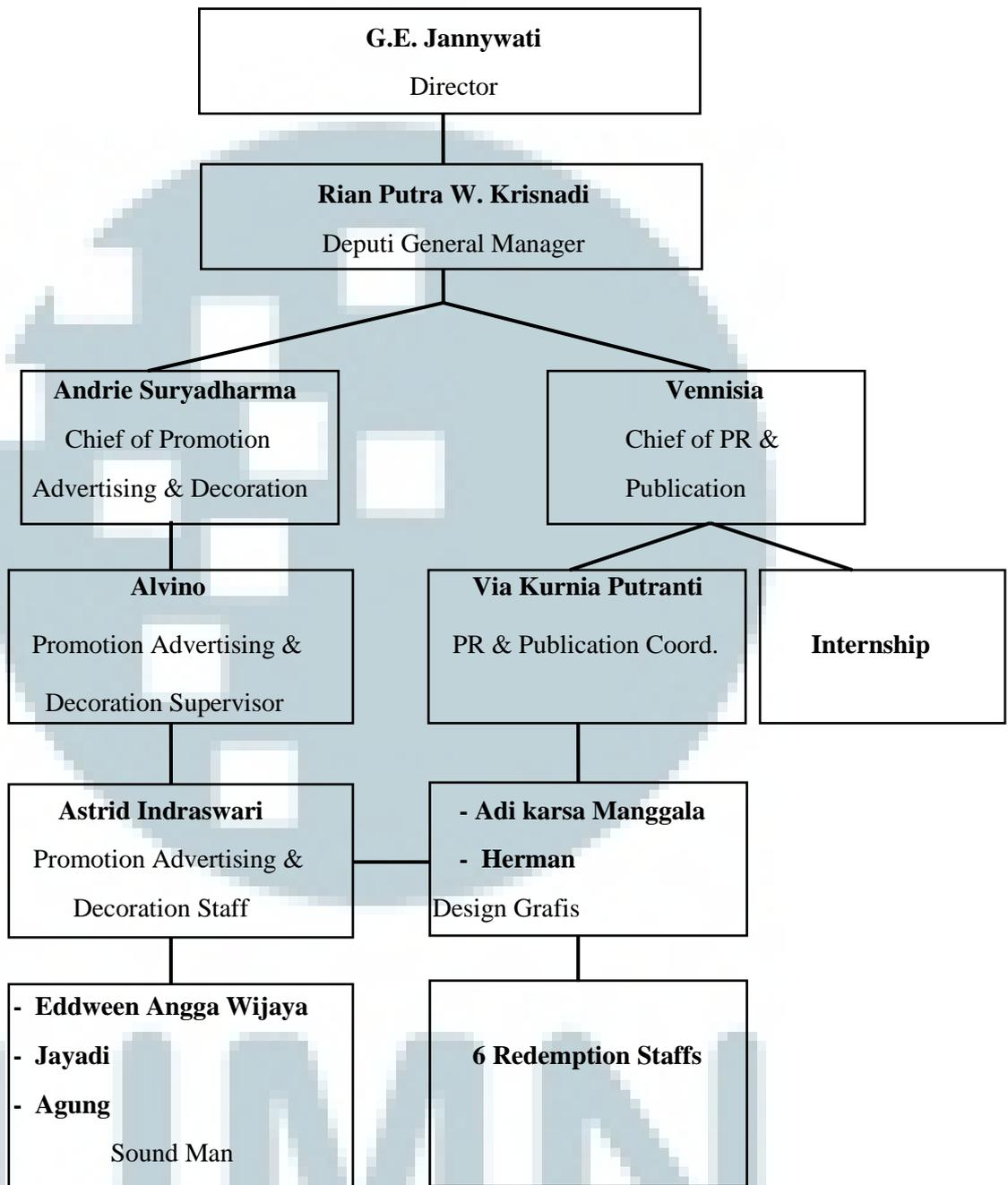
Gambar 2.2

Lokasi Living World

Sumber: www.serpongcity.com

UMMN

2.9 Struktur Organisasi *Department of Marketing*



Gambar 2.3
Struktur Organisasi Departemen *Marketing Living World*

2.10 *Job Description Departement Marketing Living World*

- Jabatan : **Chief of Promotion Advertising & Decoration**
Nama : M. Andrie Suryadharma
Job Description : Bertanggung jawab terhadap setiap kegiatan promosi, iklan dan *event* yang dilakukan oleh Living World ke masyarakat. Sebagai pengambil keputusan setiap kegiatan yang dilakukan oleh tim *Marketing*.
- Jabatan : **Chief of PR & Publication**
Nama : Vennisia
Job Description : Bertanggung jawab dalam membentuk *image* positif Living World melalui berbagai kegiatan sosial. Menjalin dan membina hubungan baik dengan media (*media relation*), *partner* dan memantau setiap pekerjaan atau kegiatan PR yang dilakukan. Turut ikut dalam pengambilan keputusan tim *Marketing*.
- Jabatan : **PR & Publication Coordinator**
Nama : Via Kurnia Putranti
Job Description : Menjalin hubungan baik dengan pengunjung / konsumen melalui *member card* Living World dan kegiatan *monthly prices*. Mengontrol *opini public* melalui pengurusan majalah Living World.
- Jabatan : **Promotion Advertising & Decoration Supervisor**
Nama : Alvino Sudirjo
Job Description : Bertanggung jawab dalam mengawasi berlangsungnya setiap kegiatan di lapangan dan mendukung setiap kegiatan/*event* yang dilakukan oleh tim *Marketing*.

- Jabatan : **Promotion Advertising & Decoration Staff**
 Nama : Astrid Indraswari
Job Description : Bertanggung jawab atas kelancaran waktu dan pengisi acara setiap *event* yang dilakukan oleh *Marketing*. Serta sebagai administrator di dalam tim *Marketing*.
- Jabatan : **Design Grafis**
 Nama : Adi Karsa Manggala
Job Description : Bertanggung jawab dalam men-*design* segala bentuk materi promosi dan iklan yang dilakukan oleh tim *Marketing* sesuai dengan tema tertentu.
- Jabatan : **Design Grafis**
 Nama : Herman
Job Description : Bertugas dalam membantu men-*design* segala bentuk materi promosi dan iklan yang dilakukan oleh tim *Marketing* sesuai dengan tema tertentu.
- Jabatan : **Sound Man**
 Nama : Eddween Angga Wijaya
Job Description : Bertanggung jawab atas segala keperluan dipanggung acara, seperti *sound & lighting* baik di panggung.
- Jabatan : **Sound Man**
 Nama : Jayadi
Job Description : Bertugas membantu dalam segala keperluan teknis panggung acara. Memenuhi kebutuhan pengisi acara, agar acara berjalan dengan lancar.

- Jabatan : **Sound Man**
Nama : Agung
Job Description : Bertugas membantu dalam segala keperluan teknis panggung acara. Memenuhi kebutuhan pengisi acara, agar acara berjalan dengan lancar.
- Jabatan : **Redemption Staff**
Job Description : Sebagai *frontman* pelaksanaan *royalty* program *Marketing*. Selain itu sebagai pemberi informasi secara langsung ke *customer* mengenai program-program tim *Marketing* yang tengah dan akan dilaksanakan.

UMMN