



### **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 Sekilas Tentang fX Sudirman

fX Sudirman yang dulu lebih dikenal dengan nama fX lifestyle X'nter ini berada di kawasan protokol Jakarta. fX Sudirman memiliki 2 pintu masuk yang sangat memudahkan pengunjung, yaitu dari jalan raya Sudirman ataupun dari kawasan Senayan. fX Sudirman memilih huuf “f” didepan “X” karena fX Sudirman imenginginkan untuk menjadi *fashin X'nter*. fX Sudirman selalu memberikan pelayanan, program dan fasilitas yang terbaik bagi masyarakat demi mewujudkan pengalaman berbelanja yang nyaman dan menyenangkan. fX Sudirman selalu menghadirkan berbagai kegiatan dan program unik yang senantiasa menjadi *trend* setiap tahunnya. Tidak hanya kegiatan atau program unik yang ditawarkan oleh fX Sudirman, fasilitas dan pelayanan terbaik pun menjadi hal yang selalu diperhatikan guna memberikan kemudahan pengunjung dalam berbelanja,, liburan juga berbisnis. ([www.fxsudirman.com](http://www.fxsudirman.com) diakses pada 15 Mei 2014 pukul 10.18)

Sebagai pusat hiburan yang selalu memberikan ssesuatu yang unik dan menarik, fX Sudirman memiliki maskot yang juga menarik. Maskot tersebut yaitu ATMOSTFEAR. ATMOSTFEAR merupakan *indoor slider* pertama dan satu-satunya di Indonesia. *Sider* ini dirancang khusus untuk memberikan sensasi berbeda saat pengunjung mencobanya. *Slider* ini sangat cocok untuk para

pengunjung yang menyukai tantangan dan ingin memacu adrenalin. ([www.fxсударman.com](http://www.fxсударman.com) diakses pada 15 Mei pukul 10. 34)

fX Sudirman yang memiliki jam operasional sejak pukul 08.00 -22.00 WIB di hari kerja dan pukul 08.00 – 24.00 WIB ini juga menyuguhkan keindahan ibukota yang dapat dinikmati pengunjung baik dari dalam maupun luar mall. Area ALFRESCO yang diciptakan di luar gedung akan menjadi tempat favorit kaum urban untuk menikmati udara segar seraya menikmati pemandangan kota berupa gedung-gedung perkantoran sepanjang Sudirman. ([www.fxсударman.com](http://www.fxсударman.com) diakses pada 15 Mei pukul 11.12)

### **2.1.1 Target Sasaran fX Sudirman**

Untuk menfokuskan apa yang akan mereka berikan kepada pengunjung ataupun konsumen dari fX Sudirman, manajemen mall menetapkan target market yang mereka sasar. Hal ini dilakukan agar apa yang mereka lakukan lebih terarah dan yang mereka lakukan lebih efektif dalam pelaksanaannya. (Sumber : fX Sudirman, 2014)

Target yang menjadi sasaran dari fX Sudirman adalah para wanita yang berusia sekitar 24 tahun sampai usia 35 tahun. Kalangan wanita yang di targetkan oleh fX Sudirman pun merupakan kalangan yang berasal dari golongan ekonomu B sampai B+ yang memiliki pendapatan sekitar 8.000.000 – 10.000.000 per bulannya. (Sumber :fX Sudirman, 2014)

## 2.1.2 Slogan fX Sudirman

Sebagai suatu *mall* yang mengambil tema mengenai gaya hidup, fX Sudirman menegaskan semua hal tersebut melalui slogan yang digunakannya. Slogan yang digunakan oleh fX Sudirman juga menjadi tanda pengenal atau identitas perusahaan yang membedakan fX Sudirman dengan *mall* lainnya di Jakarta.

Slogan dari fX Sudirman adalah '*Shopping as should be*'. Sesuai dengan target sasaran yang ditentukannya, fX Sudirman menginginkan agar para wanita yang menjadi target sasarannya menjadikan fX Sudirman sebagai tempat berbelanja yang seharusnya mereka kunjungi.

## 2.1.3 Tenant Mix fX Sudirman

fX Sudirman sebagai *mall* selalu berusaha memenuhi keinginan para pengunjung setianya. Hal ini dapat terlihat dari *tenant mix* lengkap yang dihadirkan oleh fX Sudirman. Dari mulai makanan, *fashion*, *supermarket*, sampai olahraga dan tempat hiburan.

*Tenant mix* yang dihadirkan oleh fX Sudirman selalu disesuaikan dengan target sasaran yang telah ditentukan. Dalam operasionalisasinya fX Sudirman menerapkan sistem pengelompokan disetiap lantai. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar para pengunjung dapat dengan mudah menemukan apa yang mereka butuhkan.

Dari mulai lantai fB kita akan menemukan tenant peralatan kesehatan seperti Century juga Guardian serta Optik Melawai. Kemudian di lantai f1 para

pengunjung disuguhkan dengan berbagai pilihan tenant makanan dan minuman dari mulai masakan Nusantara sampai masakan *Weatern* seperti Sate Khas Senayan, Ichiban Sushi, Kenny Roger's hingga Starbucks. Pada lantai f2 sampai f4, para pengunjung akan melihat surganya belanja. Pada lantai ini, fX Sudirman menghadirkan berbagai pilihan fashion untuk pria maupun wanita dari mulai sepatu seperti, Pedro, Charles and Keith, Crocs, Aldo, juga Nine West. Pakaian pun begitu beragam untuk para pekerja, ibu rumah tangga sampai para hijabers. Semua *tenant* yang dihadirkan oleh fX Sudirman dijamin akan memenuhi apa yang diinginkan para pengunjungnya.

## **2.2 Struktur Organisasi**

### **2.2.1 Organisasi dan Manajemen**

fX Sudirman dalam menjalankan kegiatan operasional kantornya memiliki 6 divisi atau departemen yang masing-masing departement memiliki pimpinan masing-masing. Susunan departement yang dimiliki oleh fX Sudirman tersebut adalah :

Presiden Direktur	: Arnes Lukman
Chief Operation Officer	: Amelia Gozali
VP Marketing & Commercial	: Denny Maruhum Pasaribu
Senior Manager Building Operation	: Ade Ali Nurasyd
Senior Manager Finance	: Vinnie Veronica Tjhen

HR Senior Head : Tessy Tresnasari Ruzgar

Tenant Commercial Relations Dept Head : Lenny Christine

RDD Dept Head : Ruri. A

Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis bekerja dalam departement *marketing and commercial*. Departemen ini mencakup 3 divisi di bawahnya yaitu *marcomm*, *commercial* dan *service manager*.

Divisi *Commercial* secara khusus menangani segala sesuatu urusan perusahaan yang berkaitan dengan penggunaan venue yang berbayar seperti penyewaan untuk melakukan pameran, bazaar, ataupun Exhibition lainnya yang sifatnya berbayar.

Divisi *Service Manager* lebih menanganu sesuatu yang langsung berkaitan dengan *customer* secara langsung. Biasanya *Service Manager* mengerjakan survey kepuasan pelanggan, pengaturan terhadap *customer service*, juga pembuatan program-program menarik seperti diskon ataupun pemberlakuan *voucher value*.

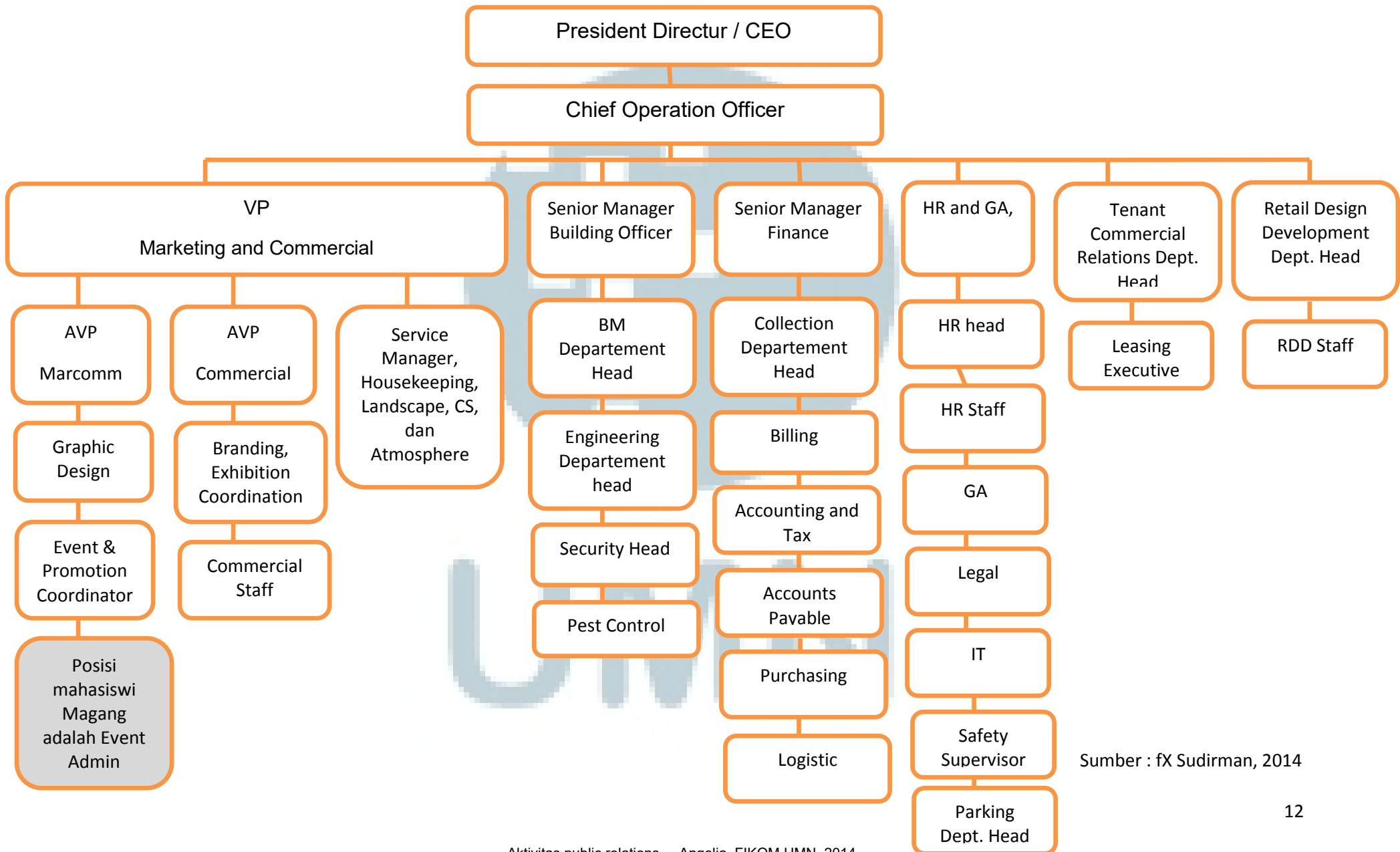
Sedangkan, divisi *marcomm* sendiri fokus menangani segala bentuk hal yang berkaitan dengan promosi fX Sudirman. *Marcomm* menangani pembuatan media *collateral* yang selalu dipergunakan fX Sudirman yang di bantu oleh design gafis. Media *collateral* yang biasa diproduksi oleh divisi *marcomm* berupa banner, eskalator stiker, add box dan lainnya. *Marcomm* juga menangani hal yang berkaitan dengan media relations.

Selain itu *marcomm* dibantu oleh tim *event* juga menangani segala macam event yang akan diadakan langsung oleh fX Sudirman ataupun oleh pihak lain. tim *event* melakukan segala kegiatan dari mulai negosiasi dengan pihak EO, pihak pelaksana sampai pengisi acara di hari pelaksanaan

Ketiga divisi ini memang memiliki pekerjann masing-masing, namun ketiga divisi ini saling bekerja sama untuk mendukung tercapainya tujuan perusahaan.



UMN



Sumber : fX Sudirman, 2014