



### **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. Deskripsi Perusahaan



Gambar 2.1. Gedung Grand Indonesia Shopping Mall (sumber: [www.grand-indonesia.com](http://www.grand-indonesia.com))

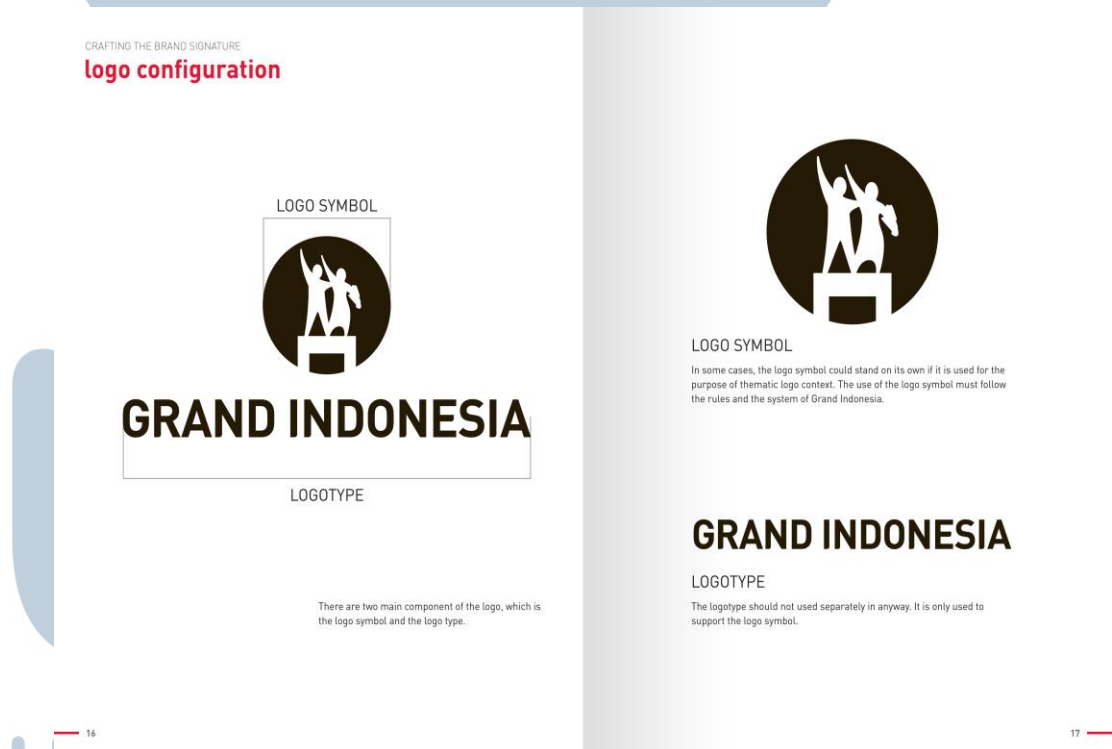
Dibawah kepemimpinan Djarum Group, PT. Grand Indonesia resmi didirikan pada tahun 2007. Grand Indonesia Shopping Town merupakan salah satu mal terbesar di Jakarta yang terletak di Jakarta Pusat, Bundaran HI. Grand Indonesia merupakan pengembangan dari berbagai bisnis *premium-grade* seperti gedung Menara BCA, Hotel Indonesia Kempinski, dan Kempinski *Private Residence*.

Pada tahun 2007 Hotel Indonesia ditutup sementara untuk melakukan perbaikan. Setahun setelahnya, Hotel Indonesia kembali dibuka dan dikelola oleh pihak Kempinski sehingga namanya menjadi Hotel Indonesia - Kempinski. Area sekeliling Hotel Indonesia juga dikembangkan menjadi kompleks multi-guna dengan nama Grand Indonesia yang terdiri gedung perkantoran, apartemen, dan pusat perbelanjaan. Salah satu tenant yang telah menempati bagian mal dari Grand Indonesia adalah bioskop Blitzmegaplex dan *department store* Jepang Seibu. Setelah mengalami renovasi selama 5 tahun, tanggal 20 Mei 2009 Hotel Indonesia Kempinski dibuka kembali oleh Presiden RI Susilo Bambang Yudhoyono.

Grand Indonesia Shopping Town terdiri dari tiga bagian: East Mall, West Mall dan sebuah *Skybridge* yang menghubungkan kedua bagian

tersebut. Skybridge tersedia di lantai 1, 2, 3, 3A, dan 5 dengan sebuah *foodcourt* berkonsep Food Louver yang berada di lantai 3. West Mall Grand Indonesia Shopping Town telah dibuka untuk umum pada April 2007.

Grand Indonesia punya motto *Crossroads The World* (Persimpangan Dunia), sehingga di dalamnya terdapat beberapa area dari negeri seberang, seperti Negeri Belanda dengan kincir angin raksasanya, Negeri Cina dengan bambu dan lampionnya, negeri Arab dengan bangunan uniknya, termasuk area Melayu. Grand Indonesia terbagi menjadi 4 distrik: *Market District*, *Fashion District*, *Garden District*, dan *Entertainment District*. Grand Indonesia juga terdapat sebuah tempat pertunjukan yaitu *Magic Fountain Show*, tempat air mancur menari dan bernyanyi yang dipertunjukkan setiap satu jam sekali dengan pertunjukan, musik, warna warni lampu, dan tarian air mancur.



Gambar 2.2. Gambar *Logo Configuration* Grand Indonesia

Sumber: Dokumen PT Grand Indonesia

Grand Indonesia Shopping Town mengalami *rebranding* pada tahun 2009, yaitu adanya perubahan logo serta identitasnya sehingga namanya pun berubah

menjadi Grand Indonesia Shopping Mall dengan konsep yang lebih dinamis serta fleksibel (colourful). Hal ini mempengaruhi target market Grand Indonesia yang awalnya berada pada SES A – SES A+ menjadi SES B – SES A+.



Gambar 2.2. Logo Grand Indonesia (Setelah Rebranding)

Sumber: Dokumen PT Grand Indonesia

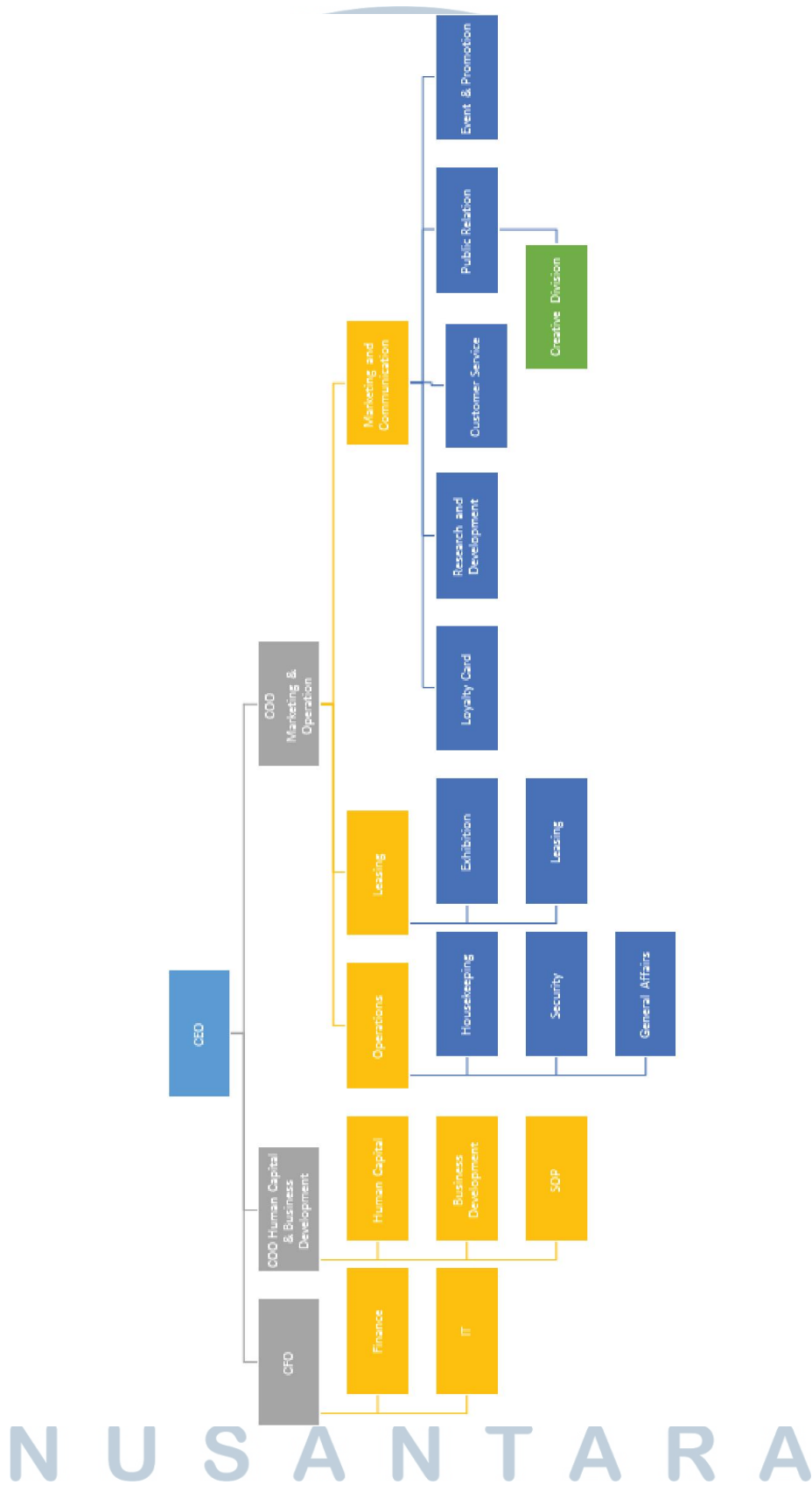
Visi dari Grand Indonesia Shopping Mall yaitu sebagai tujuan berbelanja yang harus dikunjungi di Indonesia, sedangkan misinya adalah menjadi inspirasi gaya hidup bagi orang sekitar (orang lain). Nilai-nilai yang ditanamkan dan

diterapkan oleh PT. Grand Indonesia antara lain:

- *Go the extra mile*: Mengerjakan lebih dari pada yang seharusnya, memiliki inisiatif dan energi yang lebih dalam mengerjakan sesuatu
- *Integrity*: Selalu jujur dan melakukan perbuatan baik meskipun tidak terlihat
- *Safety & service excellence*: Dalam operasional, sangat mengutamakan aspek keamanan, kebersihan, dan juga servis yang memuaskan
- *Teamwork*: Bekerja sama dan saling berkomunikasi yang baik dalam melaksanakan segala sesuatu

## 2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.1 menjelaskan struktur umum Organisasi PT. Grand Indonesia dengan kedudukan tertinggi adalah CEO. Dibawahnya terdapat beberapa Departemen yang kemudian dibagi lagi menjadi beberapa divisi dari setiap departemen tersebut



Gambar 2.3. Bagan Struktur Organisasi Perusahaan PT Grand Indonesia  
(sumber: dokumen penulis)