



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 Profil Mal

Mal Teraskota atau yang dikenal dengan Teraskota *Entertainment Center* merupakan mal yang berada di bawah naungan PT Deyon Resources. Mal ini dibangun pada tahun 2008 dan berdiri dengan resmi pada 7-9 Agustus 2009, oleh sebab itu pada 7-9 Agustus selalu diperingati sebagai perayaan ulang tahun Mal Teraskota.

PT Deyon Resources yang dibangun pada tahun 2007 dengan nomor Akta Pendirian Perseroan Terbatas M7-00615 HT.01,01-TH.2007 merupakan perusahaan yang mendalami bidang usaha properti, selain itu juga mengembangkan usaha di bidang pembangunan mal dan hotel sehingga hadirlah Teraskota *Entertainment Center*. PT Deyon Resources juga membangun Hotel Santika yang mana waktu pembangunannya dilakukan bersamaan dengan pembangunan Mal Teraskota. Hotel Santika berada tepat di belakang Mal Teraskota, dan bagi para pengunjung yang ingin mengunjungi Hotel Santika dapat langsung terhubung melalui *basement* Mal Teraskota.

Teraskota *Entertainment Center* berlokasi di Jalan Pahlawan Seribu, CBD Lot VII B, Lengkong Gudang, Serpong, BSD CITY, Tangerang Selatan. Letak Mal Teraskota dapat dikatakan cukup strategis karena keberadaannya berdekatan dengan perkantoran, perumahan, sekolah dan rumah sakit. Dengan letak yang strategis tersebut maka Mal Teraskota dapat mempermudah masyarakat Tangerang Selatan dan sekitarnya untuk menjadi sarana hiburan dan memenuhi kebutuhan. Mal Teraskota terus berusaha untuk menyajikan yang terbaik kepada para pengunjung berdasarkan visi dan misi yang telah ditetapkan dan telah disepakati bersama pada saat pembentukan mal ini. Visi tersebut ialah “*Become a cozymunity place*” yang artinya adalah Mal Teraskota menyajikan tempat yang nyaman (*cozy*) untuk berinteraksi, *hangout* dan melakukan aktivitas bersama komunitas, kerabat dan juga keluarga. Untuk mewujudkan visi tersebut maka Mal Teraskota juga memiliki misi yaitu “*Increasing Loyalty and Profit Customer*” yang artinya adalah meningkatkan profit (keuntungan) dan loyalitas pengunjungnya. Oleh sebab itu, langkah yang dilakukan Teraskota *Entertainment*

Center untuk meningkatkan loyalitas pengunjungnya ialah dengan terus menyajikan *event-event* agar pengunjung merasa senang dan terhibur sehingga pengunjung akan terus datang ke Mal Teraskota dan menjadikan Teraskota sebagai mal pilihannya. Secara tidak langsung, kehadiran pengunjung juga akan berpengaruh kepada penghasilan *tenant* yang membuka usaha di Mal Teraskota. Apabila *tenant* puas, maka akan terjalin hubungan baik antara tenant dengan pihak manajemen mal. Jadi kehadiran pengunjung di Mal Teraskota tidak hanya diharapkan menjadi loyal, tetapi juga royal.

Selain adanya visi dan misi untuk membentuk suatu identitas, maka Mal Teraskota juga memiliki logo sebagai pelengkap identitasnya.

Gambar 2.1 Logo Teraskota



Sumber : Google

Logo Teraskota *Entertainment Center* berbentuk bulat sedikit lonjong yang menggambarkan bentuk jagat raya. Garis melengkung pada bagian dalam menggambarkan bentuk teras. Dominan warna dari logo tersebut adalah coklat yang mengidentifikasikan sebagai tanah. Makna dari logo tersebut adalah Teraskota *Entertainment Center* dapat menjadi teras bagi masyarakat yang ingin berkumpul untuk melakukan aktivitas menyenangkan bersama orang terdekat di tengah padatnya perkotaan.

Teraskota *Entertainment Center* sebagai pusat perbelanjaan dan juga sarana hiburan telah mengusung empat konsep untuk memenuhi berbagai kebutuhan pengunjung, yaitu:

1. Terasfood

Teraskota *Entertainment Center* menghadirkan berbagai macam *tenant* dalam bentuk *food and beverages* yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan akan makanan bagi para pengunjung. Pengunjung akan dimanjakan dengan berbagai pilihan *tenant*, baik restoran ataupun café, dengan hidangan lokal ataupun internasional. Letak *terasfood* berada di lantai dasar Mal Teraskota.

2. Terasfun

Teraskota *Entertainment Center* menghadirkan sarana hiburan guna mengisi waktu suntuk pengunjung yaitu dengan adanya toko buku Gramedia untuk mencari beragam buku serta ATK (Alat Tulis Kantor), *Funworld* dan *Kiddy Sand* untuk sarana bermain anak-anak, dan tempat karaoke Masterpiece. Letak *terasfun* berada di lantai dua Mal Teraskota.

3. Terasfit

Teraskota *Entertainment Center* bekerja sama dengan *tenant Celebrity Fitness* untuk menghadirkan ruang berolahraga yang nyaman dengan fasilitas lengkap dan adanya *coach* yang handal bagi para pengunjung mengingat kebugaran tubuh itu sangat penting. Selain tampil bugar, pengunjung juga bisa tampil lebih *fresh* karena di Teraskota *Entertainment Center* juga tersedia salon yaitu My Salon Premiere yang siap melayani pengunjung. Letak *terasfit* berada di lantai satu Mal Teraskota.

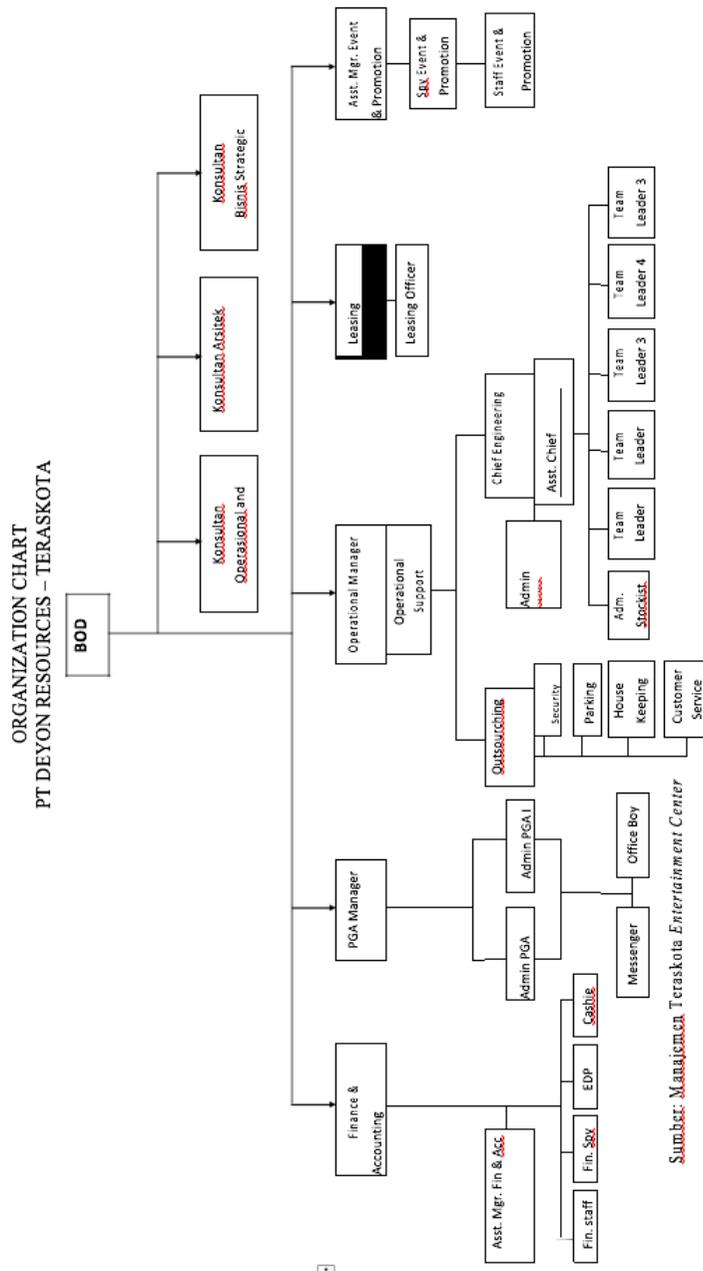
4. Terasfilm

Teraskota *Entertainment Center* menghadirkan CGV Cinemas untuk mengisi waktu suntuk pengunjung maupun memenuhi kebutuhan bagi para pecinta film layar lebar baik film dari dalam negeri ataupun dari luar negeri dengan berbagai macam genre film. Letak *terasfilm* berada di lantai dua Mal Teraskota.

Dalam pengelolaannya, Mal Teraskota dikelola oleh manajemen yang terdiri dari lima divisi yang saling berhubungan satu sama lain, di antaranya:

1. **Divisi *Finance*** : memiliki wewenang untuk mengatur arus keuangan Mal Teraskota, baik pengeluaran maupun pendapatan secara detail.
2. **Divisi *Operasional*** : memiliki wewenang untuk mengatur segala hal tentang perawatan gedung, manajemen parkir, perizinan keluar atau masuk barang, dan penggunaan alat-alat di mal.
3. **Divisi *Purchasing and Human Resources*** : memiliki wewenang untuk penambahan, pengurangan serta pengembangan karyawan yang bekerja di Mal Teraskota, dan yang melakukan transaksi pembelian untuk kebutuhan Mal Teraskota.
4. **Divisi *Leasing*** : memiliki wewenang untuk melakukan kerjasama dan negoisasi terkait sewa-menyewa area Mal Teraskota dan juga memelihara hubungan baik dengan para penyewa atau tenant.
5. **Divisi *Event and Promotion*** : memiliki wewenang untuk melakukan perencanaan dan pelaksanaan *event-event* di Mal Teraskota. Divisi ini juga mengontrol dan mendokumentasikan *event* saat *event* berlangsung. Selain itu, divisi *Event and Promotion* juga memiliki tanggung jawab untuk mengelola promosi baik promosi seputar *event* di Mal Teraskota ataupun promosi promo-promo yang diadakan oleh tenant.

Bagan 2.1 Struktur Perusahaan



2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Penulis melaksanakan praktik kerja magang di Teraskota *Entertainment Center* sebagai staf dari Divisi *Event and Promotion*. Divisi ini bertanggung jawab untuk membuat rangkaian *event* di Mal Teraskota setiap bulannya yang disesuaikan dengan tema. Dalam sebulan, mal ini bisa membuat dua atau lebih *event*, sehingga jika dikalkulasikan maka dalam satu tahunnya mal ini bisa membuat minimal dua belas kali *event*.

Dalam pelaksanaan *event*, Mal Teraskota selalu punya tema untuk konsep *event* nya seperti *event* tahunan yang wajib diadakan di antaranya untuk menyambut Hari Raya Imlek, Hari Raya Idul Fitri dan Hari Raya Natal. Pada tahun 2019, tema untuk *event-event* tersebut yaitu “*Chinese Heritage*” pada Hari Raya Imlek, lalu untuk menyambut Hari Raya Idul Fitri dengan tema “*Blessing Ramadhan*”, dan yang terakhir adalah menyambut Hari Raya Natal dengan tema “*Christmas and New Year Celebration*”.

Event-event yang dijalankan atau dirancang, tidak selalu *event* yang murni hasil dari ide anggota dari Divisi *Event and Promotion* melainkan juga realisasi dari pengajuan proposal pihak-pihak luar yang ingin mengadakan *event* di Mal Teraskota. Sekiranya ada yang kurang tepat, maka divisi ini akan memberikan saran agar pelaksanaan *event* klien berjalan dengan baik. Melihat hal tersebut maka dapat dilihat bahwa selain merancang *event*, divisi ini juga menjalankan tugas untuk bertemu, menjalin dan mengelola hubungan baik dengan klien khususnya klien yang ingin merencanakan *event* nya di Mal Teraskota. Klien tersebut juga bermacam-macam, ada yang memang dari luar dan ada juga yang merupakan *tenant* dari Mal Teraskota sendiri yang berjumlah tujuh puluh dua tenant dengan beragam konsep. Pada saat *event* berlangsung, divisi ini juga bertugas untuk mendokumentasikan dan mengontrol acara agar berjalan sesuai rencana.

Selain bekerja sama dengan klien dan *tenant* untuk urusan *event*, divisi ini juga bertugas untuk membuat promo-promo menarik agar menghadirkan pengunjung

lebih banyak. Tidak hanya membuat promo untuk pengunjung, divisi ini juga aktif mempromosikan promo yang sedang berlaku di setiap *tenant* yang bekerja sama dengan Teraskota *Entertainment Center* melalui media sosial dan website resmi Mal Teraskota, dan juga menyewakan media promosi bagi para *tenant* dalam bentuk banner, spanduk, maupun platform digital. Selain itu, divisi ini juga membuat program untuk membentuk loyalitas pengunjung dengan memberikan *reward* bagi pengunjung yang menjadi member *Privilege Card*.