

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Event marketing bisa dikenal sebagai salah satu bentuk strategi pemasaran yang diwujudkan melalui penyelenggaraan sebuah acara. Perusahaan biasanya menyelenggarakan *event* dengan tujuan memperkenalkan acara baru ke publik. Meskipun setiap industri memiliki acara yang berbeda. Menurut Wohlfeil, M., & Whelan, S. (2006) event ini sangat bergantung kepada sukarela dari partisipasi konsumen yang dimana harus adanya strategi komunikasi dan efektivitas dari pemasaran itu sendiri yang nantinya akan menimbulkan interaksi konsumen secara aktif pada komunikasi nilai-nilai merek pada event yang diselenggarakan. Sebagai contoh, acara di industri musik. Di perusahaan sering mengadakan untuk mempromosikan musisi atau grup *band* yang merupakan bentuk acara mereka, strategi *event marketing* sendiri mencakup semua hal tentang perlengkapan, teknis dan media promosi. Media promosi di sini dimaksudkan untuk mempromosikan acara agar diketahui khalayak ramai. Tujuannya agar konsumen dapat berpartisipasi dengan cara membeli tiket. Melalui *event marketing* dapat lebih mudah mengenalkan sebuah acara atau produk yang dapat diperkenalkan ke publik. Selain itu, tercipta kedekatan emosional dan rasional antara konsumen dengan produk/acara tersebut, Ini disebabkan konsumen bisa menyentuh, merasakan, mendengar dan melihat secara langsung produk yang ditawarkan. Berbeda halnya ketika hanya melihat melalui iklan di televisi. Pada akhirnya, kegiatan *event marketing* dapat bisa meninggalkan kesan yang mendalam di benak pengunjung.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

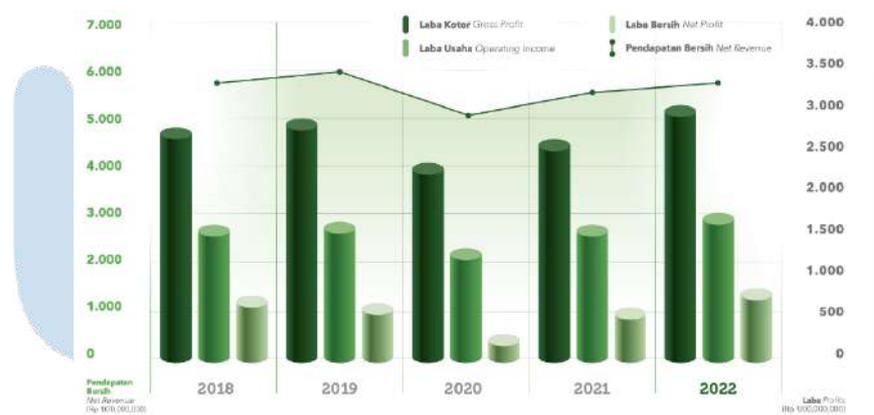


Gambar 1.1. 1 Data Event yang Diadakan dalam Tiga Tahun Terakhir (2017-2019)

Sumber: <https://statistik.jakarta.go.id/kegiatan-nasional-di-ibu-kota-tahun-2017-2019/>

Summarecon Mall Serpong (SMS) memiliki Divisi *Event Marketing* yang bertugas untuk merencanakan dan melaksanakan berbagai acara dan promosi menarik. *Event marketing* adalah jenis promosi dimana perusahaan atau merek dikaitkan dengan suatu acara atau kegiatan yang memiliki tema untuk tujuan menciptakan pengalaman bagi konsumen dan mempromosikan produk atau jasa (Belch & Belch (2012) . Laporan magang ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan pemahaman lebih dalam tentang kegiatan *event marketing* yang dilakukan oleh Summarecon Mall Serpong. Berdasarkan event- event yang berada di sms ini dapat meningkatkan sebuah ekuitas merek dari perusahaan, yang dimana pengalaman yang diberikan pada event ini memberikan dampak pada perkembangan ekuitas merek yang akhirnya berdampak positif yang dihasilkan dari pengalaman merek dari event tersebut terhadap sikap merek (Zarantonello, L., & Schmitt, B. H. , 2013) terkait dengan teori tersebut penulis tertarik untuk dapat melaporkan efek penyelenggaraan event dalam meningkatkan jumlah pengunjung pada summarecon. Magang ini dilakukan dengan tujuan untuk mengamati dan terlibat langsung dalam kegiatan *event marketing* yang dilakukan oleh divisi tersebut. Selama magang, penulis akan bekerja sama dengan tim event marketing untuk

memahami proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi acara. *Event marketing* memainkan peran yang sangat penting dalam industri ritel dan hiburan, terutama dalam menarik pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Melalui kegiatan *event marketing* yang lebih kreatif dan efektif, Summarecon Mall Serpong dapat memperkuat citra mereknya, menarik perhatian pelanggan potensial, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selama magang di divisi event marketing, penulis akan terlibat dalam berbagai aspek pekerjaan seperti penyusunan konsep acara, penelitian pasar, komunikasi dengan vendor dan pihak terkait, serta koordinasi dengan tim internal untuk memastikan kelancaran acara. Selain itu, penulis juga akan belajar tentang. Penulis memiliki kesempatan untuk menggali pengalaman praktis dalam industri event marketing dan memperluas pemahaman tentang strategi dan taktik yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Laporan magang ini akan menyajikan gambaran lengkap tentang pengalaman penulis, pembelajaran yang diperoleh, serta kontribusi penulis dalam menjalankan tugas dan proyek yang terkait dengan *event marketing* di Summarecon Mall Serpong. Dengan itu berikut adalah sebuah bukti perkembangan penjualan dari tahun 2018 - 2022



Gambar 1.1. 2 Perkembangan data penjualan SMS dari 2018-2022

Pada tabel diagram batang di atas menunjukkan bahwa dari tahun penjualan pada tahun 2018-2022, terlihat di tabel diatas sejak tahun 2021 ke tahun 2022 mengalami

sebuah kenaikan yang dapat dilihat dari tabel sebelah kanan untuk mengetahui bahwa adanya kenaikan laba.

Sumber :

<https://www.summarecon.com/files/article/SMRA%20Annual%20Report%202022%20-1.pdf>



Gambar 1.1. 3 Data record event penyelenggaraan pengunjung event yang penulis terlibat (di buat grafik line) dan sertakan penjelasan

Pada data record pengunjung event Ramadhan 2023 yang terletak di Summarecon Mall Serpong terlihat adanya sebuah kenaikan yang significant pada hari weekend di hari sabtu pada tanggal 15 april 2023 karena pada hari itu diadakan sebuah acara tarian dan jika pada hari biasa kebanyakan hanya ada decoration di daerah mall dan spot foto.

Periode Musical March		
Tgl	Hari	TOTAL CUSTOMER
11-Mar-23	Sabtu	83,640
12-Mar-23	Minggu	90,571

Gambar 1.1. 4 Periode Musical March

Pada data record pengunjung event Musical march 2023 yang terletak di Uptown Park Summarecon Mall Serpong adanya kenaikan di hari kedua yang bertepatan di hari minggu kenaikan tersebut itu 69,31% pengunjung yang datang. Karena pada hari minggu ada nya dj soda yang datang dari korea dan juga di adakan sesi meet n greet.

1.2 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.2.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Magang akan berlangsung mulai 1 Februari 2023 hingga 9 Juni 2023 dengan jam kerja fleksibel mulai pukul 10.00 WIB hari kerja wajib Senin sampai Jumat dan ada acara pada hari Sabtu dan Minggu. Pelaksanaan magang kerja praktek dilaksanakan sesuai dengan standar program MBKM yaitu selama 5 bulan, yang setara dengan 800 jam kerja. Di bawah ini adalah informasi tentang pelaksanaan praktek pelatihan penulis :

Nama Perusahaan : PT Summarecon Mall Serpong

Bidang Usaha : Properti, Hiburan dan Perbelanjaan

Waktu Kerja : 1 February 2023 - 9 Juni 2023

Hari Kerja(Wajib): Senin - Jumat

Posisi Magang : *Event Marketing*

Alamat Perusahaan: Gading Serpong, Sentra, Jl. Gading Serpong Boulevard, Klp. Dua, Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810

1.2.2 Prosedur Kerja Magang

Proses pelaksanaan praktik magang dilakukan sesuai dengan ketentuan Manual MBKM Prodi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Proses pelaksanaan praktik pemagangan melibatkan beberapa langkah, yaitu:

Awal

1. Mengajukan permohonan magang dengan mengisi registrasi pada website Merdeka.umn.ac.id sebagai acuan dalam pembuatan Surat Kerja Magang.
2. Setelah berhasil melakukan registrasi, selanjutnya akan mendapatkan surat form MBKM 01 dari Kampus Merdeka untuk diberikan ke perusahaan (Summarecon Mall Serpong).
3. Mempersiapkan CV, Transkrip Nilai Sementara, dan Surat Pengantar Magang untuk diajukan kepada Ibu Helena Margaretha selaku Head Human Resource Summarecon Mall Serpong.
4. Melakukan kontak langsung dengan Ibu Helena Margaretha (Head of Human Resource Summarecon mall Serpong) melalui whatsapp membicarakan surat resmi keterangan magang dari Universitas Multimedia Nusantara yang sudah ditanda tangan.
5. Penulis diterima menjadi karyawan magang pada divisi *Event Marketing* di Summarecon Mall Serpong.
6. Melengkapi formulir complete registration di website Merdeka.umn.ac.id dengan mengisi informasi terkait perusahaan tempat Praktek Kerja Magang, posisi, dan job description dari divisi yang di pilih.

Pelaksanaan

1. Menyerahkan surat keterangan diterima magang dari Summarecon Mall Serpong kepada pihak Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara melalui Google Drive yang disediakan.
2. Mendapatkan arahan mengenai posisi dan tugas di divisi *Event Marketing* serta nilai dan aturan yang berlaku di perusahaan oleh Bapak Ferdi selaku HR.
3. Menjalankan praktik kerja magang dengan melakukan absensi harian saat sebelum masuk dan sesudah pulang kerja.
4. Mengisi keterangan pekerjaan yang dilakukan setiap harinya di web Merdeka.umn.ac.id pada bagian daily task.

5. Mendapatkan dosen pembimbing yang telah ditetapkan oleh Program Studi Manajemen dan diberikan pembekalan maupun informasi seputar penyusunan laporan magang.

Akhir

1. Melakukan Penyusunan laporan praktek magang merupakan salah satu prasyarat memenuhi sks magang
2. Pada tahap selanjutnya adalah tahap pengesahan Laporan kerja magang yang akan dikonfirmasi dan di setujui oleh pengawas magang.
3. Melakukan sidang kerja magang sesuai dengan tanggal yang sudah ditentukan

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA