



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:

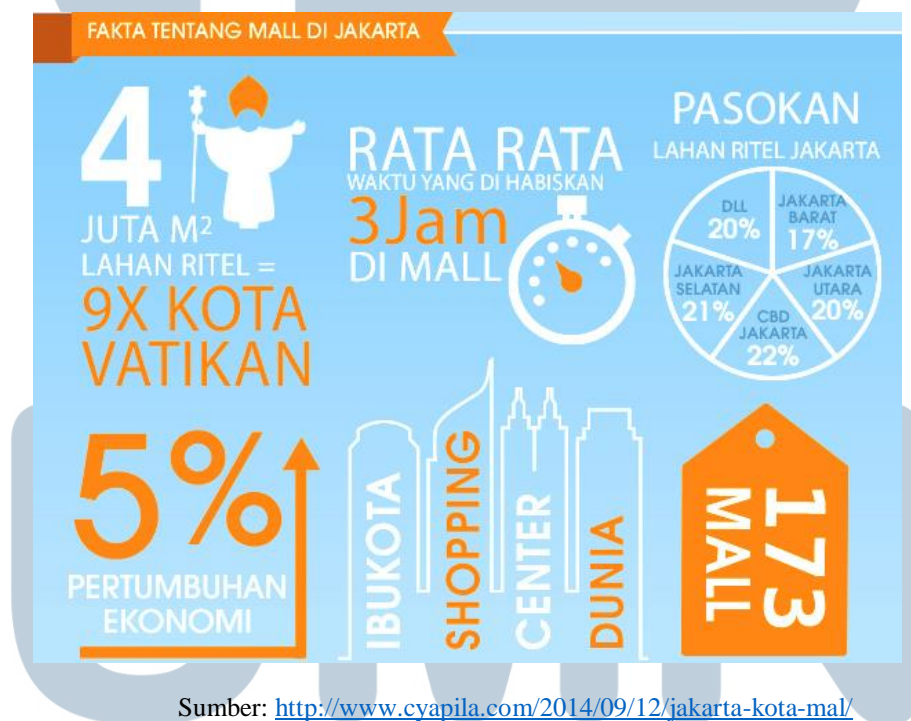
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era saat ini, dimana setiap orang selalu memanfaatkan mall sebagai pilihan untuk tempat rekreasi keluarga, yang dimana mall menyediakan berbagai macam pilihan hiburan keluarga seperti tempat bermain, tempat berbelanja, tempat makan, dll. Itu dapat dilihat dari infografis yang menunjukkan ada sebanyak 173 mall di Jakarta, itu menunjukkan bahwa mall memang sangat di minati sebagai pilihan untuk tempat hiburan keluarga.

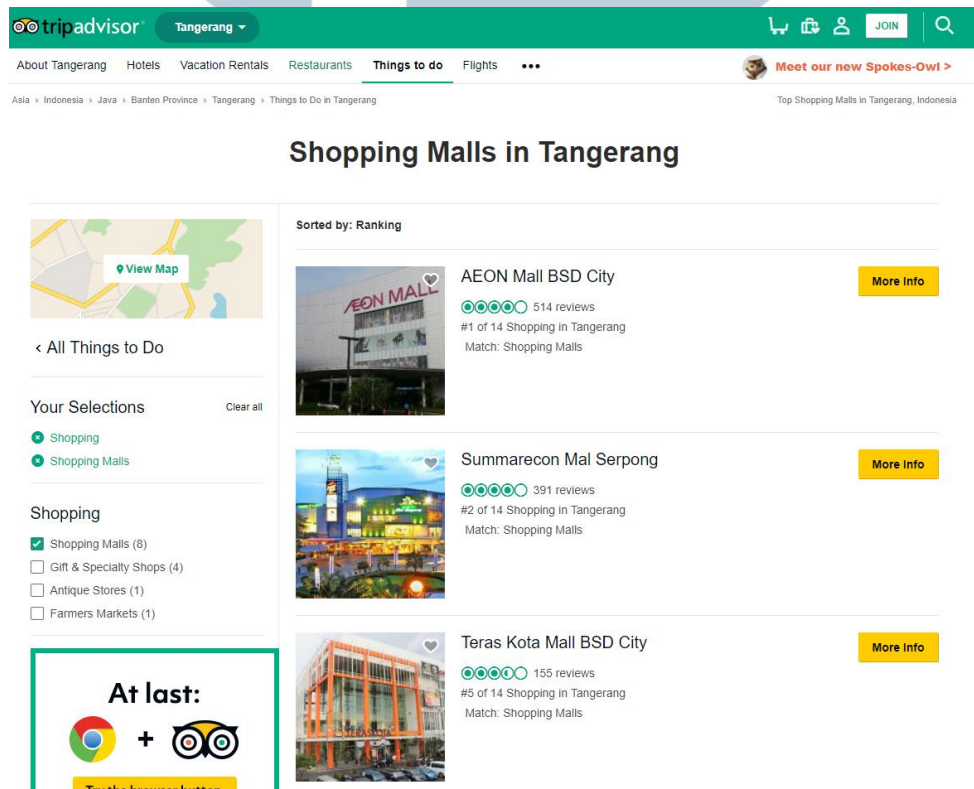


Gambar 1.1 Fakta tentang mall di Jakarta

Data pada gambar 1.1 menunjukkan begitu banyaknya mall yang tersebar di Jakarta, itupun hanya yang berada di Jakarta yang berdasarkan fakta tersebut luas mall sebesar 4 juta M² yang dimana luas tersebut sudah sebesar 9x kota vatikan, selain itu juga dampak yang di sebabkan oleh mall ini cukup signifikan bagi pertumbuhan ekonomi, dimana dengan adanya mall di Jakarta ini sudah membantu pertumbuhan ekonomi

sebesar 5%. Kemudian dari kotamadya yang tersebar di DKI Jakarta kemudian tersebar lagi persentase mall tersebut, seperti yang bisa dilihat persebaran itu berada pada CBD Jakarta sebesar 22%, Jakarta Selatan sebesar 21%, Jakarta Barat sebesar 17%, Jakarta Utara 20%, Dll sebesar 20%, itu menggambarkan bahwa persebaran mall disetiap bagian Jakarta hampir merata, kemudian ada rata-rata waktu yang di habiskan ketika berada di mall yaitu 3 Jam.

Karena adanya fakta yang seperti ini maka dari itu PT. Lestari Mahadibya memanfaatkan peluang tersebut dengan mendirikan Summarecon Mal Serpong (SMS) yang masih termasuk kesatuan dengan PT. Summarecon Agung, Tbk. Summarecon Mal Serpong termasuk kedalam salah satu mall favorite yang berada di Kota Tangerang, lebih tepatnya yang berada di wilayah Gading Serpong, Summarecon Mal Serpong menyediakan berbagai macam hiburan yang di tampilkan untuk menghibur customer atau hanya untuk jalan-jalan sembari makan bersama orang-orang terdekat.



Sumber: https://www.tripadvisor.com/Attractions-g1493703-Activities-c26-t143-Tangerang_Banten_Province_Java.html

Gambar 1.2 Peringkat Summarecon Mal Serpong di Tangerang

Summarecon Mal Serpong juga menghadirkan berbagai macam event yang kemudian dapat dinikmati untuk para pengunjung, yang kemudian akan berdampak juga kepada pendapatan Summarecon Mal Serpong itu sendiri, event yang saat ini sedang berjalan Festival Kuliner Serpong (FKS), itu merupakan event yang menyediakan makanan nusantara yang kemudian dikemas untuk dapat dinikmati oleh pengunjung yang datang.

EVENT DETAIL

Festival Kuliner Serpong 2017
10 Aug 2017 - 10 Sep 2017

Festival Kuliner Serpong hadir kembali dengan menyajikan berbagai warisan kuliner khas tanah pasundan, Jawa Barat.

Catat tanggalnya ya, mulai dari tanggal **10 Agustus - 10 September 2017** di area parkir selatan Summarecon Mal Serpong. Beragam penampilan apik khas Jawa Barat serta kejutan seru dan menarik lainnya akan hadir di FKS 2017.

Pangestu Oleh-oleh Cirebon | Saestu Batik Trusmi Cirebon | Kupat Tahu Gempol | Es Goyobod Bandung | Batagor Riri Bandung | Nasi Jamblang Mang Dul | Seblak Jeletet Murni | Cireng Cipaganti | Mamink Daeng Tata | Sate Padang Petak IX | Bakso Plekenut Dewaruci Cicemplung Cirebon | Liwetan Purwakarta | Mie Yamin Mang Memet | 'BOLBI' Bola Ubi Bandung | 1 Sate 7 Tusuk 'Sate Taican' | Nasi Lengko & Sate Kambing...

SHARE THIS POST

f t g+

Sumber: <http://www.malserpong.com/events/event-event/festival-kuliner-serpong-2017>

Gambar 1.3 Media Promo Festival Kuliner Serpong 2017

Event Festival Kuliner Serpong (FKS) itu sendiri sangat cocok untuk para penggemar kuliner, terutama para penggemar kuliner nusantara, event Festival Kuliner Serpong ini juga menghadirkan suasana yang mirip dengan daerahnya tersebut sehingga para pengunjung menjadi merasa seperti berada di daerahnya langsung. Dengan adanya event FKS ini juga membuat traffic customer yang melonjak tidak seperti saat sebelum event ini bergulir, hal inilah yang memang dicari oleh pihak Summarecon Mal Serpong,

maka dari itu Summarecon Mal Serpong rutin untuk mengadakan event yang berada di Summarecon Mal Serpong.

Event yang khusus diadakan di Summarecon Mal Serpong memang digunakan sebagai media untuk menarik pengunjung agar traffic customer yang ada di SMS selalu ramai, itu sebabnya mengapa event penting untuk suatu mall. Dengan adanya traffic customer yang tinggi memungkinkan pendapatan Mall yang meningkat juga, Karena jika adanya traffic yang tinggi pasti customer akan belanja berbagai macam kebutuhan, selain yang ada di event tersebut, event di setiap mall memang dibutuhkan selain untuk membuat mall tersebut terlihat ramai, itu juga akan membantu para tenant yang berada di mall tersebut ramai dan semakin ingin berada di mall tersebut.

1.2 Pokok Permasalahan

Summarecon Mal Serpong merupakan salah satu mal yang didirikan oleh PT. Summarecon Agung Tbk. yang menjadi salah satu mal terfavorit di wilayah Gading Serpong, yang dimana Summarecon Mal Serpong sering mengadakan event-event yang menarik perhatian para pengunjung untuk ikut bergabung dengan event yang diselenggarakan. Biasanya Summarecon Mal Serpong selalu mengadakan event besar yang hadir setiap tahun, seperti event memperingati malam tahun baru, Festival Kuliner Serpong, Oktoberfest, Sympronic Beat, dan masih banyak lagi. Memang tidak dapat dipungkiri event yang diadakan sangat mempengaruhi masyarakat untuk datang berkunjung ke Summarecon Mal Serpong karena bisa dijadikan salah satu hiburan yang dapat dipilih untuk mengisi waktu luang. Sebetulnya event yang diadakan oleh Summarecon Mal Serpong tidak hanya sebatas event-event tersebut, karena masih banyak sekali pilihan event lain yang memang sudah disiapkan oleh pihak management Summarecon Mal Serpong untuk memikat perhatian masyarakat, pihak eksternal pun bisa jika ingin ikut berpartisipasi dalam penyelenggaraan event untuk menghibur para pengunjung seperti yang biasa diadakan yaitu nonton bersama acara-acara olahraga yang memang menarik minat masyarakat untuk bergabung, atau hanya sekedar band-band yang hadir untuk menghibur para pengunjung ketika berkumpul di area Downtown Walk. Kemudian dari keseluruhan event yang diadakan maka pihak management Summarecon Mal Serpong akan melakukan evaluasi terhadap event yang telah diselenggarakan untuk kemudian

kami ketahui seberapa pengaruhnya event tersebut dalam mempengaruhi traffic customer, selain itu juga kami melakukan evaluasi untuk dijadikan bahan untuk lebih berkembang di event kedepannya yang akan diadakan agar semakin membuat pengunjung semakin terhibur dan menjadikan Summarecon Mal Serpong semakin favorit dimata pengunjung.

Dalam laporan ini penulis ingin memberikan informasi tentang pokok permasalahan yang berkaitan dengan “*PERANAN EVENT MARKETING DALAM PENINGKATAN TRAFFIC PENGUNJUNG DI SUMMARECON MAL SERPONG*”, yaitu:

1. Mengetahui pengaruh dari event yang diselenggarakan terhadap traffic customer.
2. Bagaimana standard operating procedure dari pembuatan event ?

1.3 Maksud dan Tujuan kerja Magang

Maksud dan tujuan dari pelaksanaan kerja magang penulis di PT. Lestari Mahadibya (Summarecon Mal Serpong) antara lain:

1. Mengembangkan pengetahuan teori terkait dengan *marketing* yang di dapat dari dunia perkuliahan ke dalam praktek kerja nyata di dalam dunia pekerjaan.
2. Melatih profesionalisme di dalam dunia kerja dan meningkatkan kemampuan interaksi sosial di dalam pekerjaan dengan tujuan menciptakan komunikasi yang baik.
3. Mengembangkan dan meningkatkan *awareness* dari sebuah event yang diselenggarakan.
4. Membuat event yang meningkatkan traffic customer.

1.4 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

Praktek kerja magang yang telah dijalankan oleh penulis dimaksudkan agar dengan dijalankan secara nyata, teori-teori yang selama ini sudah dipelajari di dalam materi perkuliahan dapat diterapkan secara nyata akan terjadi di dalam perusahaan tempat penulis melakukan praktek kerja magang dan juga termasuk syarat kelulusan yang tertulis. Dengan berjalannya praktek kerja magang penulis dapat mengetahui ‘*PERANAN EVENT MARKETING DALAM PENINGKATAN TRAFFIC PENGUNJUNG*’. Tujuan

dari kerja magang adalah dengan masuk ke dalam tim event marketing penulis melakukan pekerjaan yang diperlukan untuk mempersiapkan suatu event yang dimaksudkan untuk meningkatkan traffic customer yang berada di Summarecon Mal Serpong.

1.4.1 Waktu Kerja Magang

Waktu kerja magang dilaksanakan pada 19 Juni – 20 September 2017. Total hari kerja kurang lebih 60 hari dengan 9 jam kerja setiap harinya ditambah beberapa hari lembur. Penulis melakukan praktek kerja magang terhitung mulai tanggal 19 Juni 2017 sampai dengan 20 September 2017. Data pelaksanaan magang yang dilakukan seperti berikut:

Nama Perusahaan : PT. Lestari Mahadibya (Summarecon Mal Serpong)

Bidang Usaha : *Lifestyle and Entertainment Center*

Waktu Pelaksanaan : 19 Juni 2017 – 20 September 2017

Waktu Kerja : Senin – Jumat 10.00 s.d 19.00 WIB

Posisi Magang : *Event Marketing*

Alamat Kantor : Jl. Boulevard Raya Gading Serpong Pakulonan Barat, Kelapa Dua, Tangerang 15810

1.4.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur kerja magang yang dilakukan merupakan ketentuan yang terlampir di dalam aturan dari Universitas Multimedia Nusantara untuk melaksanakan praktek kerja magang. Berikut prosedur yang dilalui penulis dalam pelaksanaan praktek kerja magang:

1. Tahap Pengajuan
 - a. Mengirimkan *Curriculum Vitae* dan *Cover Letter* melalui e-mail kepada Summarecon Mal Serpong melalui bagian HRD.
 - b. Ketua Program Studi menunjuk seorang dosen Program Studi yang bersangkutan sebagai pembimbing Kerja Magang.
 - c. Memberikan surat pengantar kerja magang kepada Summarecon Mal Serpong yang sudah ditandatangani oleh ketua program studi.
2. Tahap Pelaksanaan

- a. Sebelum melaksanakan Kerja Magang, mahasiswa diwajibkan untuk menghadiri Pembekalan Kerja Magang yang diselenggarakan oleh Ketua Program Studi Manajemen. Jika tidak mengikuti Pembekalan Kerja Magang, maka mahasiswa yang bersangkutan tidak diperbolehkan untuk melakukan Kerja Magang pada periode tersebut.
3. Tahap Akhir
 - a. Dosen pembimbing memantau laporan final sebelum mengajukan permohonan ujian kerja magang. Laporan Kerja Magang harus mendapatkan pengesahan dari Dosen Pembimbing dan diketahui oleh Ketua Program Studi.
 - b. Laporan Kerja Magang diserahkan kepada Pembimbing Lapangan dan meminta Pembimbing Lapangan mengisi formulir penilaian pelaksanaan kerja magang.
 - c. Pembimbing Lapangan wajib menandatangani formulir kehadiran kerja magang terkait dengan ketentuan wajib magang 60 hari kerja.
 - d. Hasil penilaian yang sudah diisi dan ditandatangani oleh Pembimbing Lapangan dikirimkan secara langsung kepada Koordinator Magang.
 - e. Setelah melengkapi persyaratan ujian kerja magang, Koordinator kerja magang menjadwalkan Ujian Kerja Magang.
 - f. Menghadiri ujian kerja magang dan mempertanggungjawabkan laporannya pada ujian kerja magang.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan kerja magang ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dijabarkan tentang latar belakang dalam pelaksanaan dari praktek kerja magang di Summarecon Mal Serpong, rumusan masalah dari topik yang diangkat, maksud dan tujuan kerja magang, waktu pelaksanaan kerja magang, prosedur magang, dan sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini terdapat gambaran sejarah singkat perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi Summarecon Mal Serpong, dan Landasan Teori dari laporan magang yang dibuat.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Bab ini menjelaskan tentang pelaksanaan kerja magang yang berisikan kedudukan, koordinasi penulis dan tugas apa saja yang dilakukan saat praktek kerja magang. Kemudian terdapat uraian pelaksanaan kerja magang yang berisikan proses pelaksanaannya juga dan yang terakhir terdapat kendala yang ditemukan dan solusinya atas kendala yang ditemukan selama penulis melakukan praktek kerja magang.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjabarkan kesimpulan dari praktek kerja magang yang berhubungan dengan topik yang di angkat, begitupun saran dari praktek kerja magang dan berhubungan dengan topik yang di angka

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA