

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

Gaia Bumi Raya City Mall sebuah pusat perbelanjaan yang sudah dimulai sejak tahun 2019 yang dibangun diatas lahan dengan luas 10 hektar dan berlokasi di Jl. Arteri Supadio Kubu Raya, Kalimantan Barat serta memiliki luas bangunan keseluruhan sebesar 78.639 m<sup>2</sup> (Gaia Bumi Raya City Mall, 2024). Gaia Bumi Raya City Mall resmi berdiri dan juga beroperasi sejak tahun 2021 dan juga dilengkapi dari lebih dari 350 gerai tenan yang menampilkan beragam merek premium internasional dan juga berkonsep unik. Gaia Bumi Raya City Mall tentu memiliki tempat istimewa di jantung kota Pontianak karena selalu mencoba untuk memberikan pengalaman terbaik kepada pengunjungnya dengan memberikan pengalaman gaya hidup ibukota kepada seluruh pengunjung yang datang.

Gaia Bumi Raya City Mall juga merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang ini menawarkan konsep berbeda dengan menghadirkan *Eco Park* di dalam area mal yang pertama di Pontianak. Gaia Bumi Raya City Mall ini juga dilengkapi dengan berbagai macam *public facility* yang menjunjung tinggi kenyamanan untuk pengunjung mereka. Gaia juga didukung dengan tenan-tenan ternama yang berskala nasional hingga internasional guna menambahkan *value* dalam *shopping experience* dari pengunjung mal. Gaia Bumi Raya City Mall ingin menawarkan pengalaman positif kepada pengunjungnya dengan menawarkan konsep-konsep yang terkini dan *up-to-date* yaitu dengan menggunakan konsep *life style family mall* dengan menggunakan *Green Area* pertama dan juga paling luas untuk pusat perbelanjaan yang ada di Kalimantan Barat.

Dengan mengusung tema serta konsep *one stop shopping dor fashion - food - entertainment*, Gaia terus berusaha untuk selalu menghadirkan *in-house event* yang kreatif serta menarik agar Gaia bisa menjadi salah satu destinasi favorit

sekaligus destinasi berbelanja pilihan bagi masyarakat Pontianak maupun domestik serta turis asing yang sedang berkunjung sekalipun. Gaia

## 2.2 Visi Misi Gaia Bumi Raya City Mall

### 2.2.1 Visi

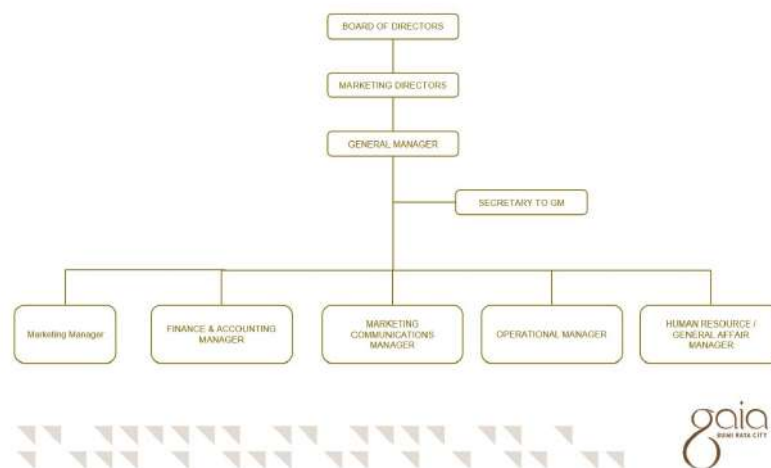
Membangun tempat wisata baru dalam bentuk *lifestyle venue* yang ramah untuk dikunjungi seluruh kalangan masyarakat dan menjadi *shopping venue* terlengkap di Kalimantan Barat Gaia Bumi Raya City di Jl. Supadio Kabupaten Kubu Raya Kalimantan Barat.

### 2.2.2 Misi

Menjadikan Gaia Bumi Raya City sebagai *landmark* yang dikelilingi oleh *project* berkembang lainnya seperti *lifestyle properties* dan kawasan bisnis untuk menjadi kawasan *Mixed-User* terbesar di Kalimantan Barat.

## 2.3 Struktur Organisasi Gaia Bumi Raya City

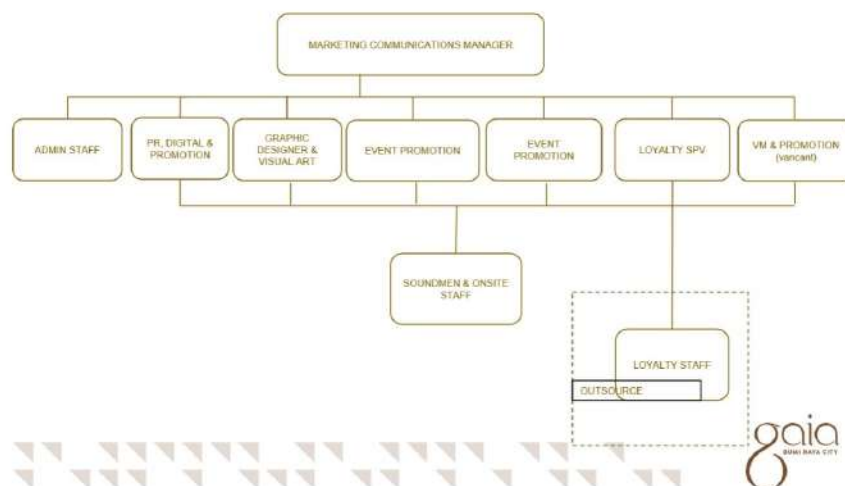
Gaia Bumi Rava Citv memiliki struktur organisasi sebagai berikut :



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Gaia Bumi Raya City Mall

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Tiap-tiap perusahaan tentu memiliki struktur organisasinya masing-masing di mana pada struktur tersebut tentu terjadi proses pembagian tugas yang jelas dan detail untuk tiap-tiap divisi dan kedudukan yang ada dan sudah ditentukan. Struktur organisasi yang dibentuk di Gaia Bumi Raya City Mall ini juga memiliki tujuan agar masing-masing divisi bisa bertanggung jawab akan pekerjaannya masing-masing dan tiap-tiap tugas pun dapat terkontrol dengan rapi. Pada perusahaan Gaia Bumi Raya City Mall, kedudukan yang tertinggi itu dipegang oleh 3 divisi mulai dari *board of directors*, *marketing directors*, dan juga *general manager* yang di bawahi oleh *secretary to general manager*. Ketiga divisi yang memiliki kedudukan paling tinggi ini juga membawahi beberapa kedudukan penting lainnya yang memiliki kedudukan yang penting juga dimulai dari *marketing manager*, *finance & accounting manager*, *marketing communications manager*, *operational manager* dan juga *human resource / general affair manager*.



Gambar 2. 2 Struktur Departemen Marketing Communicaiton Gaia Bumi Raya City Mall

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Dalam tiap perusahaan, tentu departemen *marketing communication* merupakan salah satu esensi yang penting bagi perusahaan untuk bisa mengkomunikasikan kelebihan dari apa yang Gaia tawarkan kepada pengunjungnya dan apa yang membedakan mereka dari kompetitor yang serupa. Itulah mengapa *marketing communication* sangat dibutuhkan untuk bisa menjaga reputasi dan juga citra yang positif dari Gaia Bumi Raya City Mall di mata masyarakat dengan membangun berbagai strategi-strategi yang inovatif dan juga kreatif. Dengan keberhasilan strategi dari *marketing communication* tentu dapat meningkatkan *traffic* dari Gaia Bumi Raya City Mall yang juga akan berdampak positif pada tenan-tenan yang ada di dalam mal. Berikut merupakan posisi serta penjelasan yang lebih rinci mengenai *job description* dari masing-masing divisi di departemen *marketing communication* :

#### 1. *Marketing Communication Manager*

*Marketing Communication Manager* memegang tanggung jawab yang penuh untuk memimpin keseluruhan proses komunikasi yang ada dalam perusahaan, mulai dari ide, pemikiran dan juga pandangan yang berhubungan dengan target kepada pelanggan yang di mana kegiatan-kegiatan akan dilakukan melalui berbagai promosi mulai dari penjualan, iklan maupun media sosial hingga *event promotion* dan juga seluruh publikasi yang akan berhubungan dengan mal. *Branding* dari perusahaan juga dipimpin dan diarahkan secara penuh dari *Marketing Communication Manager* agar dapat membangun reputasi yang positif dari Gaia Bumi Raya City Mall.

#### 2. Admin Staff

Admin staff memiliki tanggung jawab untuk melakukan segala macam input data yang berhubungan dengan perusahaan. Selain itu, admin staff juga akan mengelola seluruh dokumen-dokumen yang berhubungan dengan Gaia Bumi Raya City mulai dari dokumen yang berhubungan dengan tenan

hingga surat-surat SKF dari pihak-pihak yang bekerja sama dengan Gaia. Admin staff juga memiliki tugas untuk mengarsip seluruh data dan mereka data-data yang nantinya akan masuk ke perusahaan.

### 3. *Public Relation, Digital & Promotion*

Divisi ini penting untuk menjalankan berbagai aktivitas di dunia pemasaran yang melibatkan berbagai elemen-elemen *marketing communication* yang akan digunakan untuk mencapai tujuan dalam *public relation, digital* dan juga *promotion*. Divisi ini juga akan membantu perusahaan dalam membentuk berbagai kegiatan periklanan dengan memberikan berbagai informasi-informasi penting kepada publik dengan memanfaatkan berbagai media mulai dari media massa hingga media cetak maupun media elektronik salah satunya adalah dengan Media Sosial sehingga terbentuklah juga *social media marketing* dalam divisi ini agar dapat menjangkau khalayak yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan *engagement* pada Gaia Bumi Raya City Mall.

### 4. *Graphic Designer & Visual Art*

Divisi ini memiliki tanggung jawab utama untuk meningkatkan daya tarik dan juga kegunaan estetika dari desain yang akan digunakan untuk menghiasi mal Gaia dan juga untuk membuat konten-konten media sosial. Mereka juga bertugas untuk membuat ide-ide serta konsep desain berdasarkan kebutuhan dan menyesuaikan dengan tema-tema yang ditentukan. Graphic Designer ini harus bisa terus *up-to-date* untuk terus mengikuti tren desain dan juga desain-desain terbaru dari teknologi yang sedang berkembang dalam industri untuk bisa menciptakan desain yang relevan dan tidak membosankan.

### 5. *Event Promotion*

Divisi dari *event promotion* memiliki tanggung jawab untuk melakukan serta menangani berbagai kegiatan *event* dan juga *promotion* yang dilakukan di mal di mana hal ini juga akan berhubungan dengan bagaimana

divisi merencanakan konsep, melaksanakan *event* agar berjalan dengan lancar dan sesuai dengan perencanaan yang sudah dilakukan dan pengevaluasian dari keseluruhan acara agar bisa meninjau mana hal yang masih kurang berhasil dan mencari titik lemah pada tiap-tiap *event* yang sudah berjalan sehingga dapat menjadi pembelajaran untuk *event* kedepannya yang di mana *event* ini harus bisa dibuat dengan semenarik dan sekreatif mungkin agar bisa meningkatkan *traffic* di mal Gaia.

#### 6. Loyalty SPV

Divisi Loyalty SPV merupakan salah satu divisi yang bertugas untuk terus menjaga hubungan baik dengan para *customer* dengan menawarkan berbagai program-program menarik kepada pelanggan agar *loyal customer* bisa terbentuk. Hal ini juga bisa membantu perusahaan untuk menjadi perusahaan yang berbeda dengan kompetitor di mana hal ini bisa dilakukan dengan membuat program-program *loyalty* yang berbeda dan kreatif daripada pesaing yang lain. Divisi dari *loyalty SPV* ini juga harus bisa mengerti dan mengenal seluruh pelanggan mereka agar bisa mendesain program yang lebih sesuai dan akan berdampak pada kelayaitasan dari *customer*.

#### 7. VM & Promotion

VM atau yang memiliki kepanjangan *visual merchandiser* merupakan sebuah divisi yang memiliki tugas untuk membangun strategi-strategi marketing yang di mana ini akan digunakan untuk menciptakan efisiensi, ketertarikan serta juga meningkatkan pengalaman berbelanja yang positif di mal gaia dengan strategi rancangan tiga dimensi dan juga tata visual dari tenan-tenan yang ada pada mal di mana hal ini juga dilakukan dengan banyak sekali pertimbangan.