

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Dyandra Promosindo merupakan bagian dari Pt. Dyandra Media International, Tbk (Dyandra & Co.) dan merupakan salah satu anak perusahaan dari Kompas Gramedia yang beroperasi di Palmerah, Jakarta Pusat yang bergerak di bidang *event* dan *exhibition management* seperti festival musik, MICE (*Meeting, Incentive, Convention, dan Exhibition*), dan masih banyak lagi. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1994 oleh Idrus Pardi dan semenjak itu, menjadi salah satu pionir yang berpengaruh di industri penyelenggaraan *event*.

PT. Dyandra Promosindo memiliki rekam jejak yang sangat menakjubkan. Walaupun tempat beroperasinya terletak di Jakarta, cakupan acara yang diselenggarakan dapat tersebar di berbagai daerah di Indonesia seperti Surabaya, Yogyakarta, dan Makassar. Bahkan, Dyandra Promosindo juga memiliki campur tangan dalam kesuksesan acara Moto Gp di Mandalika. Beberapa acara yang sukses dan terkenal di antara masyarakat di antaranya adalah IIMS, Projek D, IFEX (Indonesia Furniture Expo), Jakarta Wedding Fair, dan masih banyak lagi. (dyandra.com)



www.dyandra.com

member of **Dyandra**&Co.

Gambar 2.1 Logo PT Dyandra Promosindo

Sumber : <https://www.dyandra.com/about>

2.1.1 Visi Misi

Sebagai perusahaan industri *event*, diperlukan Visi dan Misi perusahaan yang konkrit. Berikut adalah Visi dan Misi dari PT. Dyandra Promosindo yang tertera dalam web perusahaan (dyandra.com) :

VISI

Menjadi perusahaan event organizer terbesar di Asia Tenggara melalui pengelolaan acara sebagai brand dengan menggunakan teknologi terkini yang didukung oleh sumber daya manusia yang kreatif dan berdaya saing tinggi

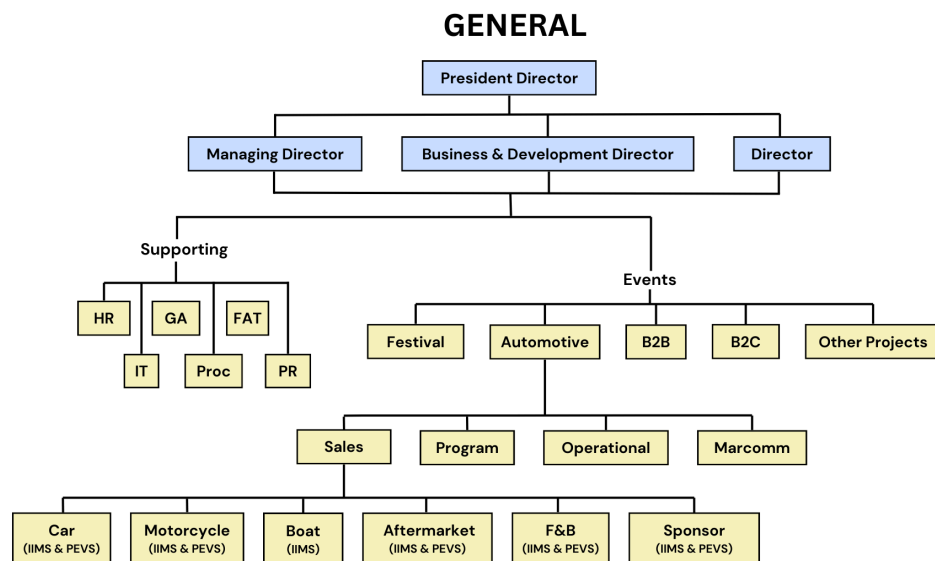
MISI

Menjadi mitra bisnis terpercaya yang senantiasa memberikan standar pelayanan terbaik dan solusi inovatif dengan mengedepankan profesionalisme dalam bisnis MICE.



2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Agar alur birokrasi dan koordinasi dalam suatu perusahaan dapat berjalan dengan lancar, diperlukan struktur organisasi yang dapat membagi tiap tim dalam perusahaan sesuai dengan bidangnya masing - masing. Berikut adalah struktur organisasi dari PT. Dyandra Promosindo :



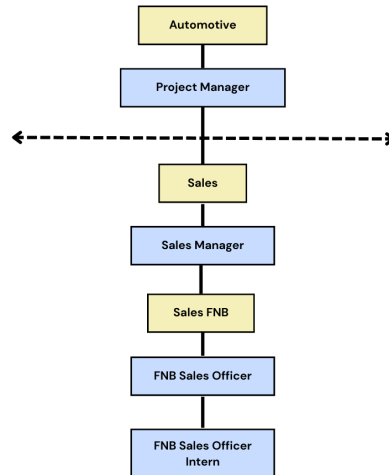
Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Dyandra Promosindo

Sumber : Data olahan penulis, 2024

Ruang lingkup pekerjaan di Dyandra Promosindo dapat dibagi menjadi dua, yaitu *supporting* dan *event*. Divisi *supporting* terdiri dari 6 divisi yaitu Human Resource, IT, General Affair, Procurement, Finance-Accounting-Tax, dan Public Relation. Divisi *supporting* ini bertanggung jawab untuk memenuhi dan membantu kebutuhan dari divisi *event*. Sedangkan, divisi *event* merupakan divisi yang merancang, merencanakan, dan mengeksekusi berbagai *event* yang ada di Dyandra Promosindo. Divisi *event* ini dibagi menjadi departemen festival, otomotif, B2C, B2B, dan berbagai proyek *event* lainnya.

2.2.1 Departemen Otomotif

[IIMS 2024 & PEVS 2024]



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi *Sales FNB Dyandra Promosindo*

Sumber : Olahan data penulis, 2024

Departemen ini dipimpin oleh Project Manager, Fahrudin MF yang menaungi dua acara otomotif seperti IIMS dan PEVS. Ruang lingkup pekerjaan dari project manager adalah memberikan persetujuan segala rancangan acara yang dibuat oleh departemen otomotif. Project Manager juga bertanggung jawab sebagai diplomat yang mewakilkan IIMS dan PEVS dengan berbagai pihak seperti pemerintah, media, *exhibitor*, dan berbagai pihak lain.

2.2.1.1 Sales Officer

Divisi Sales dalam departemen otomotif yang bertanggung jawab untuk mencari calon *exhibitor*, *tenant*, atau *partner* dan menawarkan untuk berpartisipasi untuk menyukseskan acara IIMS dan PEVS. Setelah *exhibitor* sudah memutuskan untuk berpartisipasi, *sales* juga bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan dan menjadi perantara antara *exhibitor* dengan divisi lain,

terutama FAT (Finance, Accounting, Tax) karena *exhibitor* akan melakukan penambahan fasilitas yang dikenakan biaya tambahan.

2.2.1.2 Sub-Divisi Sales F&B

Sales F&B bertanggung jawab untuk mencari *brand* F&B dan menawarkan slot *booth* di *food park* IIMS dan PEVS. Selain mencari dan melakukan *pitching* agar *brand* berpartisipasi, *sales F&B* juga bertanggung jawab untuk melakukan negosiasi dengan *brand-brand* yang menjadi *tenant*. Bentuk negosiasi yang dilakukan adalah memberi potongan harga sewa slot *tenant* dengan timbal balik *semi-barter* di mana *brand* harus memberikan produk atau voucher kepada pihak penyelenggara. Selain itu, *sales F&B* juga bertanggung jawab untuk mendistribusikan produk atau voucher dari *brand* kepada pihak penyelenggara.

