

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri retail di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dengan banyaknya pusat perbelanjaan yang bersaing untuk menarik minat konsumen. Dalam menghadapi perkembangan ini, pengelola mall dituntut untuk senantiasa berinovasi dan beradaptasi dengan tren yang terus berubah. Salah satu pengembang properti terkemuka di Indonesia, PT Bumi Serpong Damai (BSDE) yang merupakan bagian dari Sinar Mas Land yang memiliki peran penting dalam sektor ini. PT Bumi Serpong Damai (BSDE) mengelola sejumlah pusat perbelanjaan dengan berbagai konsep unik, baik yang sepenuhnya dimiliki oleh perusahaan maupun hasil kerjasama dengan perusahaan besar lainnya.

PT Bumi Serpong Damai (BSDE) berada di bawah naungan departemen *retail and hospitality*, yang memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola dan mengembangkan mall-mall yang dimiliki oleh perusahaan. Mall-mall yang dikelola langsung oleh PT Bumi Serpong Damai (BSDE) tersebar di sejumlah wilayah, baik di Jabodetabek maupun di luar Jabodetabek. Di wilayah Jabodetabek, beberapa mall yang dikelola oleh PT Bumi Serpong Damai (BSDE) antara lain The Breeze dan QBig yang terletak di BSD City, Tangerang. The Breeze mengusung konsep "*mall without walls*", yang memungkinkan pengunjung untuk berbelanja di ruang terbuka dengan berbagai tenant yang menawarkan produk makanan dan minuman (F&B), hiburan seperti bioskop, serta fasilitas olahraga. Konsep ini memberikan pengalaman belanja yang lebih fleksibel dan menyatu dengan alam. Sementara itu, QBig menerapkan konsep "*one stop shopping*" yang dilengkapi dengan desain arsitektur unik, yakni kanopi raksasa yang menjadi ciri khas dan daya tarik utama bagi pengunjung. Mall ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman belanja yang nyaman dengan tenant yang lengkap serta berbagai pilihan hiburan dan rekreasi.

Selain mall-mall yang sepenuhnya dimiliki oleh PT Bumi Serpong Damai (BSDE), perusahaan ini juga mengelola beberapa mall hasil *joint venture*, seperti mall Living World Kota Wisata. Mall ini merupakan hasil kerjasama antara Sinar Mas Land dan Kawan Lama Group yang mengusung konsep berbeda namun tetap fokus pada penyediaan pengalaman berbelanja yang menarik dan lengkap.

Sebagai bagian dari kegiatan magang di divisi *event & promotion* PT Bumi Serpong Damai (BSDE), penulis diberikan kesempatan untuk fokus mengelola dan mendukung berbagai acara dan promosi yang berlangsung di mall-mall yang berada di wilayah Jabodetabek, khususnya The Breeze dan QBig. Dalam divisi ini, penulis mempelajari pentingnya penerapan strategi digital marketing untuk mendukung keberhasilan promosi dan acara yang diselenggarakan di kedua mall tersebut. Penggunaan media sosial menjadi salah satu platform utama dalam menyebarkan informasi mengenai acara dan menarik perhatian lebih banyak pengunjung. Selain itu, penulis juga mempelajari pentingnya pemilihan konten yang sesuai dengan karakteristik masing-masing mall, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan audiens serta memperkuat loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler & Armstrong (2019), promosi adalah sebuah bentuk yang bisa menyampaikan benefit dari sebuah produk dan dapat meningkatkan daya tarik pelanggan terhadap produk tersebut. Pekerjaan ini memiliki daya tarik tersendiri bagi penulis dikarenakan banyaknya ilmu-ilmu baru yang akan didapatkan dari segi profesional. Bagaimana pentingnya kehadiran promosi-promosi di dalam sebuah mall yang dapat menarik para pengunjung. Adanya komunikasi dua arah dengan tenant serta vendor juga merupakan kesenangan tersendiri bagi penulis karena dapat memperluas *networking* serta bisa membuka mata penulis lebih lagi di dalam bidang ini. Lingkungan baik dan leader yang selalu berbagi pengetahuan juga sangat membantu penulis selama magang di perusahaan ini.

Terdapat mata kuliah yang menjadi acuan penulis dalam pekerjaan sehari-hari selama pelaksanaan kerja magang ini. Yaitu seperti *Social Media*

Marketing yang mempelajari konsep tentang SOSTAC (*Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action, and Control*) yang membantu penulis dalam membuat konten.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan program magang ini merupakan bagian dari kewajiban yang harus dipenuhi untuk kelulusan dari Universitas Multimedia Nusantara. Tujuan utama dari magang ini adalah untuk mempelajari lebih dalam tentang digital marketing, khususnya dalam penerapannya di industri retail, dengan fokus pada penggunaan media sosial untuk promosi dan pemasaran. Selain itu, tujuan magang ini adalah untuk mendapatkan pengalaman langsung dalam mengelola dan merancang strategi digital marketing di PT Bumi Serpong Damai (BSDE), terutama dalam mengelola promosi untuk mall-mall di wilayah Jabodetabek seperti The Breeze dan QBig.

Melalui kegiatan magang ini, penulis berharap dapat memperdalam pengetahuan mengenai berbagai platform digital, serta memahami bagaimana cara memanfaatkan media sosial untuk menarik audiens dan membangun loyalitas pelanggan. Penulis juga berkeinginan untuk mengembangkan keterampilan dalam analisis data digital dan evaluasi efektivitas kampanye pemasaran. Selama masa magang, penulis dibimbing oleh supervisor yang berpengalaman di bidang digital marketing dan pemasaran properti, yang memberikan wawasan berharga mengenai praktik terbaik di industri ini. Melalui pengalaman ini, diharapkan penulis dapat meningkatkan kompetensi profesional dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi perusahaan

1.3 Pelaksanaan Kerja Magang

Hal-hal yang harus diperhatikan selama mengikuti program magang ini yaitu:

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kontrak magang yang baru dimulai pada tanggal 9 Agustus 2024 – 31 Januari 2025. Peserta magang kemudian mulai bekerja kembali sesuai dengan tanggal yang telah dilakukan. Kegiatan magang dilakukan secara WFO dari hari Senin-Jumat dengan jam kerja 08.30 WIB hingga 17.30 WIB. Divisi Event and Promotion kerap melaksanakan event ataupun shooting konten yang harus disesuaikan dengan jadwal talent, maka dari itu terkadang jam pulang tidak dapat ditentukan karena kemungkinan besar hitungannya peserta lembur.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada saat magang track pertama, penulis telah bekerja di Sinar Mas Land sebagai intern dalam divisi *Leasing*. Akan tetapi, dikarenakan ketentuan dari magang track kedua yang mewajibkan penulis untuk berpindah ke divisi yang lain, akhirnya penulis memilih divisi yang baru yaitu *Event and Promotion* dan tetap berada di bawah naungan *departemen Retail and Hospitality*. Untungnya divisi promotion ini sedang membutuhkan peserta magang. Setelah perpindahan divisi ini disetujui oleh *Mall Division Head* (Bu Yani), Penulis memulai kontrak yang baru sejak tanggal 9 Agustus 2024 dan akan berakhir pada 31 Januari 2025 (6 bulan) serta mengisi dan menandatangani beberapa perjanjian kerja.