

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan dan pertumbuhan penduduk suatu negara, kebutuhan akan berbagai hal menjadi semakin tinggi. Kebutuhan tersebut terdiri dari berbagai hal termasuk *furniture* rumah sebagai pelengkap kebutuhan dan gaya hidup. Dengan bertambahnya kebutuhan dan berkembangnya gaya hidup masyarakat, industri retail *furniture* dan pengelolaan kawasan komersial juga mengalami pertumbuhan karena menyediakan kebutuhan masyarakat. Meski kebutuhan akan *furniture* atau rumah tangga lainnya besar, perusahaan tetap harus mengkomunikasikan dan mempertahankan hubungan dengan konsumen maupun rekan bisnis. Dalam industri tersebut, *tenant relations* sangatlah berperan penting untuk menjaga serta meningkatkan hubungan baik dengan rekan bisnis atau *tenant* agar dapat meningkatkan penjualan dan membentuk citra perusahaan. Dengan menanggapi keluhan, masukan, dan memberikan berbagai dukungan kepada rekan bisnis, perusahaan dapat berkembang di tengah persaingan bisnis dan mendapatkan loyalitas dari rekan bisnis dan *tenant*.

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2000), *tenant relations* mendukung terbentuknya pengertian, penerimaan, dan kerjasama antara organisasi dan publiknya karena memiliki fungsi komunikasi agar dapat menyelesaikan masalah dan merencanakan kebijakan yang efektif tanpa merugikan sebelah pihak. Dalam industri retail *furniture*, khususnya di Indonesia Design District, pembahasan mengenai berbagai kebijakan, penanganan kerusakan, dan pengadaan *event* dilakukan bersama dengan manajemen dan *tenant relations* agar informasi tersampaikan dengan jelas kepada pihak-pihak dan rekan bisnis yang ikut terlibat. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir adanya miskomunikasi antara manajemen dan *tenant*, di sinilah peran *tenant relations* dibutuhkan untuk menjamin seluruh informasi yang ingin disampaikan oleh manajemen dapat disalurkan dengan baik kepada *tenant*.

Menurut Asraini (2019), salah satu pendekatan bisnis yang umum dikenal adalah *Customer Relationship Management (CRM)* yang merupakan pendekatan dengan pengelolaan hubungan atau manajemen relasi dengan pelanggan. Dalam konteks industri retail dan pengelolaan kawasan komersial, pelanggan yang dimaksud adalah *tenant* yang menjadi pelanggan sekaligus rekan bisnis. *Tenant relations* mengelola relasi dengan *tenant* melalui berbagai cara salah satunya, yaitu komunikasi yang transparan untuk menimbulkan kepercayaan. Relasi yang baik ini nantinya dapat mempermudah kerjasama selanjutnya karena sudah memiliki hubungan yang baik.

Menurut Goldblatt (2013), *event* merupakan suatu produk atau kegiatan yang ditujukan untuk suatu segmentasi masyarakat dengan adanya harapan atau dampak yang ditimbulkan oleh *event* tersebut. Dalam konteks *event*, *tenant relations* dan *marketing communication* bekerjasama dalam penyelenggaraan *event* baik yang diadakan merupakan *event* dari *tenant* ataupun *event* Indonesia Design District.

Semakin bertambahnya masyarakat dan berkembangnya trend, dibutuhkan lokasi pusat furnitur dan kawasan komersial yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Kawasan komersial menawarkan pengalaman baru dan berbagai produk berkualitas melalui berbagai macam *tenant* di dalamnya. Dengan demikian, pengelolaan hubungan yang baik melalui *tenant relations* tidak hanya berfokus pada aspek komunikasi, tetapi juga mencakup pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan harapan *tenant*, penanganan keluhan secara efektif, serta pengembangan strategi pemasaran yang tepat. Hal ini penting untuk memastikan kepuasan *tenant*, yang pada akhirnya berkontribusi pada keberhasilan dan keberlanjutan bisnis retail dan pengelola kawasan komersial di Indonesia Design District.



Gambar 1.1 Logo Indonesia Design District



Gambar 1.2 Logo Amantara

Gambar 1.3 Logo Agung Sedayu Group

Indonesia Design District merupakan salah satu project Amantara yang merupakan bagian dari Agung Sedayu Group, di mana Agung Sedayu Group sendiri merupakan salah satu perusahaan pengembang properti terbesar dan paling berpengaruh di Indonesia. Berdiri sejak tahun 1971, Agung Sedayu Group dikenal dengan proyek-proyek besar yang tersebar di kawasan strategis Jabodetabek, seperti perumahan, pusat perbelanjaan, perkantoran, hotel, dan kawasan komersial. Agung Sedayu Group berfokus dalam menghadirkan properti dengan nilai investasi tinggi, desain modern, serta fasilitas lengkap yang memenuhi kebutuhan masyarakat urban Indonesia. Amantara merupakan salah satu unit bisnis dari Agung Sedayu Group yang berfokus pada pengelolaan *lifestyle commercial area* atau kawasan komersial berkonsep gaya hidup. Amantara mengelola berbagai proyek, salah satunya Indonesia Design District (IDD), dengan tujuan menciptakan ruang publik yang tidak hanya menjadi pusat belanja, tetapi juga menjadi destinasi komunitas *designer*, arsitek, dan budaya.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mengetahui aktivitas lapangan dan praktik komunikasi dalam industri retail dan pengelolaan kawasan komersial di PT Amantara Sinar Gemilang. Berikut merupakan uraian dari maksud dan tujuan pelaksanaan kerja magang, yaitu:

1. Mengetahui proses kerja pada Departemen *Tenant Relations* di Amantara dalam industri retail dan pengelolaan kawasan komersial yang berlokasi pada Indonesia Design District.
2. Menerapkan kemampuan komunikasi, khususnya *Customer Relationship Management* pada Departemen *Tenant Relations* di Amantara dalam industri retail *furniture* dan pengelolaan kawasan komersial yang berlokasi pada Indonesia Design District.
3. Menjalin hubungan atau memperluas *networking* dengan rekan kerja dan rekan bisnis secara profesional, mengembangkan kemampuan dan mendapatkan pengalaman pada industri retail *furniture* dan pengelolaan kawasan komersial. Serta belajar agar dapat mengelola waktu dengan lebih baik, sehingga dapat beraktivitas secara efektif.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada Maret hingga September 2025 atau 6 (*enam*) bulan atau sekitar 144 (*seratus empat puluh empat*) hari kerja atau sekitar 1.152 (*seribu seratus lima puluh dua*) jam kerja memenuhi minimum jam kerja, yaitu 640 (*enam ratus empat puluh*) jam kerja lapangan sesuai dengan panduan MBKM Magang Track 1.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh minimum 90 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai

dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.

- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengisi form data diri pada formulir lamaran kerja pada tanggal 24 Februari 2025 yang diberikan oleh pihak Amantara by Agung Sedayu Group serta mengunggah Curriculum Vitae (CV).
- 2) Proses interview dengan user/spv tenant relations pada tanggal 25 Februari 2025 di lokasi penempatan magang, Indonesia Design District.
- 3) Proses psikotes online melalui website Agung Sedayu Group sebagai salah satu syarat penerimaan praktik kerja magang di Amantara by Agung Sedayu Group pada tanggal 25 Februari 2025.
- 4) Penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 6 Maret 2025 di lokasi penempatan magang, Indonesia Design District.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *tenant relations intern* pada Departemen Tenant Relations.
- 2) Penugasan dan pengenalan kerja, didampingi langsung oleh ibu Yuni Astuti selaku *tenant relations officer* dan bapak Ade Riski selaku *assistant manager tenant relations* dan *supervisor*.

- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Dyan Nuranindya selaku Dosen Pembimbing Magang melalui pertemuan via Zoom atau Google Meeting.
 - 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA