

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan



Gambar 2.1 Logo PT Dyandra Promosindo  
Sumber: dyandra.com (2026)

Perubahan dan perkembangan industri yang semakin dinamis mendorong PT Dyandra Promosindo untuk melakukan pembaruan identitas perusahaan melalui penggunaan logo baru, yang bisa dilihat pada Gambar 2.1. Logo tersebut menampilkan bentuk huruf "D" dengan tampilan yang lebih modern sebagai simbol dari tiga nilai utama perusahaan, yaitu dedikasi, dinamika, dan determinasi. Nilai-nilai tersebut menjadi dasar perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnis serta memberikan pelayanan kepada klien dan mitra kerja. Penggunaan logo baru ini juga mencerminkan upaya transformasi perusahaan dalam menghadapi perkembangan industri yang terus berubah. Melalui identitas visual tersebut, PT Dyandra Promosindo menunjukkan komitmennya untuk menjadi perusahaan yang lebih adaptif, kreatif, serta mampu terus berkembang dalam menghadapi tantangan dan peluang di masa mendatang.

PT Dyandra Promosindo mulai didirikan pada tahun 1994 ketika Kompas Gramedia mendirikan perusahaan ini sebagai bagian dari pengembangan usaha di bidang *event organizer* (Teguh Hidayat, 2013). Pada tahap awal, Dyandra Promosindo berfokus pada penyelenggaraan pameran sebagai sarana promosi yang mempertemukan perusahaan dengan konsumen secara langsung. Seiring meningkatnya kebutuhan akan media promosi yang interaktif, peran *event*

*organizer* menjadi semakin penting dalam mendukung aktivitas pemasaran perusahaan.

Seiring perkembangan industri *MICE* di Indonesia, Dyandra Promosindo terus memperluas cakupan dan skala layanannya. Perusahaan telah menyelenggarakan lebih dari 900 pameran di berbagai kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, Bali, Makassar, dan Medan, dengan jenis kegiatan yang meliputi pameran *B2B*, *B2C*, konser musik, konferensi, hingga *summit* (Kompas Gramedia, n.d.). Beberapa event besar yang pernah diselenggarakan antara lain Indonesia International Motor Show dan Indonesia International Furniture Expo. Selain itu, Dyandra Promosindo juga menjadi perusahaan pameran pertama di Indonesia yang memperoleh sertifikasi *ISO 9001:2008* sebagai bentuk komitmen terhadap kualitas sistem manajemen.

Sebagai strategi dalam memperkuat struktur bisnis, pada tahun 2007 dibentuk Dyandra Media International sebagai perusahaan induk yang menaungi Dyandra Promosindo dan unit usaha lainnya (Teguh Hidayat, 2013). Melalui struktur ini, perusahaan tidak hanya berfokus pada jasa *event organizer*, tetapi juga didukung oleh layanan pendukung seperti penyediaan *venue*, *convention center*, dan perhotelan. Hingga saat ini, Dyandra Promosindo dikenal sebagai salah satu pemimpin pasar dalam industri *event organizer* di Indonesia, dengan kontribusi signifikan dalam penyelenggaraan event berskala nasional dan internasional serta dalam mendorong pertumbuhan industri *MICE* (Mobilina News, 2019).

Untuk memperkuat portofolio pameran dan menjawab kebutuhan industri, PT Dyandra Promosindo juga mengelola dan mengembangkan beberapa event unggulan. Dalam laporan ini, penjelasan difokuskan pada dua event utama yaitu Indonesia International Motor Show (IIMS) dan Indonesia International Furniture Expo (IFEX), karena penulis terlibat langsung dalam pelaksanaan kedua event tersebut selama kegiatan magang.



Gambar 2.2 Event IIMS 2026

Sumber: Kompas.com (2026)

Indonesia International Motor Show (IIMS) berawal dari *GAIKINDO Auto Expo* yang pertama kali diselenggarakan pada tahun 1986 oleh Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia sebagai wadah promosi industri otomotif nasional. Pameran ini bertujuan untuk memperkenalkan perkembangan teknologi kendaraan serta mendorong pertumbuhan pasar otomotif di Indonesia. Seiring meningkatnya kebutuhan akan pameran berskala besar dan profesional, pengelolaan IIMS dialihkan kepada PT Dyandra Promosindo pada tahun 2000. Di bawah pengelolaan tersebut, IIMS mengalami perkembangan signifikan dari sisi skala, jumlah peserta, dan pengunjung. Pada tahun 2006, IIMS resmi menjadi pameran bertaraf internasional melalui kerja sama dengan *OICA*. Dalam perkembangannya, IIMS tidak hanya menampilkan kendaraan roda dua dan roda empat, tetapi juga suku cadang, aksesoris, serta teknologi otomotif terbaru. IIMS juga mengusung konsep *autotainment* dengan tagline “*Your Infinite Autotainment*” yang menggabungkan pameran dan hiburan, seperti program *test drive*, *test ride*, area kendaraan listrik, serta pertunjukan musik untuk menjangkau pengunjung yang lebih luas.



Gambar 2.3 Event IFEX 2026

Sumber: Instagram @ifex\_id (2026)

Sementara itu, Indonesia International Furniture Expo (IFEX) diselenggarakan sebagai respons terhadap kebutuhan industri furnitur Indonesia untuk memiliki platform promosi yang mampu menjangkau pasar internasional. Pameran ini dirancang sebagai ajang *business to business* yang mempertemukan produsen furnitur dan kerajinan Indonesia dengan *buyer* dari berbagai negara. IFEX menghadirkan berbagai produk unggulan yang mencerminkan kekayaan material dan keahlian pengrajin lokal, mulai dari furnitur berbahan kayu, rotan, hingga dekorasi dan kerajinan rumah tangga. Melalui penyelenggaraan IFEX, pelaku industri dapat melakukan transaksi langsung, menjalin kerja sama bisnis, serta memperluas jaringan distribusi ke pasar global. Seiring waktu, IFEX berkembang menjadi salah satu pameran furnitur terbesar di Asia Tenggara dengan partisipasi *buyer* internasional. Keberadaan IFEX berperan dalam meningkatkan daya saing industri *furniture* nasional serta memperkuat posisi Indonesia sebagai produsen furnitur di pasar global.

### **2.1.1 Visi**

Visi Dyandra Promosindo adalah menjadi penyelenggara pameran terkemuka di Indonesia sekaligus berkembang sebagai perusahaan *event organizer* terbesar di Asia Tenggara. Perusahaan berfokus pada pengelolaan acara sebagai sebuah *brand* yang kuat, dengan memanfaatkan teknologi terkini serta didukung oleh sumber daya manusia yang kreatif dan berdaya saing tinggi. Selain itu, perusahaan juga berkomitmen memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan industri MICE di Indonesia melalui penyelenggaraan pameran yang berkualitas dan bernilai tinggi bagi mitra bisnis dan pelanggan.

### **2.1.2 Misi**

Misi Dyandra Promosindo adalah menjadi mitra bisnis yang terpercaya dengan memberikan standar pelayanan terbaik dalam setiap penyelenggaraan event. Perusahaan berupaya menghadirkan solusi yang inovatif dan relevan melalui pengelolaan event yang profesional, terintegrasi, dan berorientasi pada hasil. Dengan mengedepankan profesionalisme dalam industri MICE, Dyandra Promosindo bertujuan menciptakan dampak yang positif serta pengalaman yang berkesan bagi seluruh pemangku kepentingan.

### **2.1.3 Core Value**

Sebagai bagian dari Kompas Gramedia, Dyandra Promosindo mengadopsi nilai-nilai utama perusahaan yang dikenal sebagai 5C, yaitu *caring, credible, competent, competitive, dan customer delight* (Suparmo, n.d.). Nilai-nilai ini menjadi landasan dalam menjalankan kegiatan operasional serta membentuk budaya kerja perusahaan. Penerapan 5C tidak hanya berfungsi sebagai pedoman perilaku karyawan, tetapi juga sebagai strategi untuk meningkatkan kualitas layanan dan daya saing perusahaan di industri *event organizer* dan MICE. Dengan menginternalisasi nilai-nilai tersebut, Dyandra Promosindo mampu menjaga konsistensi kinerja serta membangun hubungan yang berkelanjutan dengan klien dan mitra bisnis.

### **1. *Caring***

Nilai *caring* menekankan pentingnya kepedulian terhadap pelanggan, rekan kerja, dan seluruh pemangku kepentingan. Dyandra Promosindo berupaya memahami kebutuhan klien secara mendalam dan memberikan solusi yang sesuai dengan harapan mereka. Kepedulian ini juga tercermin dalam komunikasi yang baik, pelayanan yang responsif, serta kerja sama tim yang solid. Dalam pelaksanaan event, sikap peduli membantu perusahaan menciptakan pengalaman yang lebih personal dan berkesan bagi pelanggan.

### **2. *Credible***

Nilai *credible* berkaitan dengan kepercayaan, integritas, dan profesionalisme dalam menjalankan bisnis. Dyandra Promosindo menjaga kredibilitas dengan memberikan layanan yang transparan, tepat waktu, dan sesuai dengan standar yang telah disepakati. Perusahaan juga berkomitmen untuk menjaga reputasi melalui kualitas hasil kerja yang konsisten. Kepercayaan dari klien dan mitra bisnis menjadi aset penting yang mendukung keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang.

### **3. *Competent***

Nilai *competent* menekankan pentingnya kemampuan dan keahlian sumber daya manusia dalam mendukung keberhasilan perusahaan. Dyandra Promosindo terus mendorong pengembangan kompetensi karyawan melalui pengalaman kerja, pelatihan, dan pembelajaran berkelanjutan. Dalam industri event yang dinamis, kompetensi menjadi faktor kunci untuk memastikan setiap proses, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan, berjalan secara efektif dan efisien.

### **4. *Competitive***

Nilai *competitive* mencerminkan semangat untuk terus berinovasi dan meningkatkan daya saing perusahaan. Dyandra Promosindo berupaya

menghadirkan konsep event yang kreatif, relevan, dan mengikuti perkembangan tren pasar. Perusahaan juga terus melakukan evaluasi dan perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan. Dengan sikap kompetitif, Dyandra Promosindo mampu mempertahankan posisinya sebagai salah satu pemain utama di industri event organizer di Indonesia.

#### **5. *Customer Delight***

Nilai *customer delight* berfokus pada upaya memberikan kepuasan maksimal kepada pelanggan. Dyandra Promosindo tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dasar klien, tetapi juga berusaha memberikan nilai lebih melalui pelayanan yang optimal dan hasil event yang berkualitas tinggi. Pengalaman positif yang dirasakan pelanggan diharapkan dapat membangun loyalitas serta meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan. Nilai ini yang menjadi tolok ukur utama dalam menilai keberhasilan setiap event yang akan diselenggarakan.





Berdasarkan Gambar 2.4, struktur organisasi Dyandra Promosindo disusun secara hierarkis dan fungsional untuk mendukung pengelolaan kegiatan perusahaan, khususnya dalam penyelenggaraan event yang berskala besar dan kompleks. Pada tingkat tertinggi terdapat *Board of Director* yang berperan dalam menetapkan arah strategis perusahaan. Dalam pelaksanaannya, direksi didukung oleh fungsi *Secretary* yang membantu koordinasi administratif dan manajerial. Di bawahnya terdapat jajaran *General Manager* dan *Vice General Manager* yang bertanggung jawab dalam mengelola operasional serta memastikan setiap divisi bekerja sesuai dengan target dan standar yang telah ditentukan.

Secara umum, struktur organisasi Dyandra Promosindo terbagi menjadi dua kelompok utama, yaitu divisi operasional inti dan divisi pendukung. Divisi operasional inti berfokus pada perencanaan dan pelaksanaan *event*, sedangkan divisi pendukung berperan dalam memastikan seluruh proses berjalan dengan lancar dari sisi administrasi, keuangan, hingga teknologi. Pembagian ini memudahkan koordinasi antarbagian sehingga setiap kegiatan dapat terlaksana secara terarah dan terintegrasi. Adapun penjabaran masing-masing divisi adalah sebagai berikut:

### **1. *Corporate Communication***

Divisi ini mengelola strategi komunikasi secara menyeluruh dan terintegrasi. Mereka menyusun pesan utama perusahaan yang digunakan di semua kanal. Aktivasnya mencakup *media relations*, *press conference*, penulisan *press release*, hingga pengelolaan konten digital seperti website dan media sosial. Mereka juga melakukan monitoring pemberitaan media untuk melihat sentimen publik. Jika muncul isu negatif, divisi ini menyusun strategi penanganan krisis dengan cepat. Dalam event, mereka mengatur publikasi sebelum, saat, dan setelah acara. Mereka bekerja sama dengan *media partner* dan *influencer* untuk memperluas jangkauan. Output kerja mereka dapat dilihat dari jumlah publikasi, *engagement* digital, dan peningkatan *brand awareness*.

## 2. *Human Resources*

Divisi ini mengelola seluruh aspek sumber daya manusia secara strategis dan operasional. Mereka menyusun *manpower planning* berdasarkan kebutuhan bisnis. Proses rekrutmen dilakukan melalui *screening CV, interview*, hingga *offering*. Setelah itu, mereka menjalankan *onboarding* agar karyawan cepat beradaptasi. Divisi ini juga menyusun *KPI* dan sistem penilaian kinerja. Program *training* disusun berdasarkan *gap* kompetensi. Mereka mengelola *payroll, benefit*, dan administrasi karyawan. Selain itu, mereka menangani hubungan industrial dan penyelesaian konflik kerja. Perannya memastikan perusahaan memiliki tim yang kompeten, produktif, dan loyal.

## 3. *General Affairs*

Divisi ini mengelola seluruh kebutuhan operasional non-inti perusahaan. Mereka bertanggung jawab atas fasilitas kantor seperti gedung, ruang kerja, dan peralatan. Pengelolaan aset dilakukan secara terdata dan terkontrol. Divisi ini juga mengatur logistik untuk kegiatan kantor dan event. Mereka mengurus perizinan, keamanan, dan kebersihan lingkungan kerja. Selain itu, mereka mengelola kendaraan operasional dan kebutuhan perjalanan dinas. Dukungan administratif juga diberikan ke semua divisi. Perannya menjaga operasional berjalan lancar tanpa hambatan teknis.

## 4. *Dyandra Academy*

Divisi ini mengembangkan sistem pembelajaran internal perusahaan. Mereka menyusun kurikulum berbasis kebutuhan industri event yang dinamis. Program pelatihan meliputi *hard skill* seperti *event management* dan *soft skill* seperti komunikasi. Mereka juga mengadakan *workshop, seminar, dan mentoring*. Evaluasi dilakukan melalui *assessment* sebelum dan sesudah pelatihan. Divisi ini dapat bekerja sama dengan

*trainer* eksternal untuk meningkatkan kualitas materi. Mereka juga menyiapkan program pengembangan karier seperti *leadership pipeline*. Tujuannya menciptakan SDM yang siap bersaing dan adaptif.

#### **5. *Venue Management***

Divisi ini mengelola perencanaan dan operasional venue secara detail. Mereka membuat *layout area event*, termasuk *booth*, panggung, jalur pengunjung, dan area pendukung. Koordinasi dilakukan dengan tim teknis seperti listrik, *sound system*, dan keamanan. Mereka memastikan seluruh fasilitas memenuhi standar keselamatan. Saat *event* berlangsung, mereka mengatur *flow* pengunjung agar tidak terjadi penumpukan. Divisi ini juga menangani *troubleshooting* di lapangan secara cepat. Setelah *event*, mereka mengevaluasi penggunaan *venue* untuk perbaikan ke depan. Perannya krusial dalam menciptakan pengalaman *event* yang nyaman dan aman.

#### **6. *Project Manager (Automotive Event)***

Divisi ini mengelola *event* otomotif dari tahap konsep hingga evaluasi. Mereka melakukan riset tren industri otomotif untuk menentukan konsep acara. Koordinasi dilakukan dengan brand kendaraan, dealer, dan sponsor. Mereka mengatur *layout booth* agar menarik dan strategis. Aktivitas pendukung seperti *test drive*, *launching* produk, dan promo disusun dengan detail. Divisi ini juga memonitor target pengunjung dan potensi transaksi. Selama *event*, mereka memastikan semua aktivitas berjalan sesuai *timeline*. Evaluasi dilakukan dengan melihat jumlah pengunjung, *leads*, dan penjualan.

#### **7. *Project Manager (Convention Event)***

Divisi ini mengelola *event* berbasis pengetahuan dan profesional. Mereka menyusun tema, agenda, dan *rundown* acara secara rinci. Koordinasi dilakukan dengan pembicara, moderator, dan peserta. Mereka

mengatur sistem registrasi, baik *online* maupun *onsite*. Kebutuhan teknis seperti presentasi, penerjemah, dan dokumentasi juga disiapkan. Divisi ini memastikan setiap sesi berjalan sesuai waktu. Mereka juga mengelola *feedback* peserta untuk evaluasi. Fokus utamanya adalah kualitas konten dan kelancaran acara.

#### **8. Project Manager (B2B Event)**

Divisi ini mengelola event yang berfokus pada relasi bisnis. Mereka menyusun strategi untuk menarik perusahaan sebagai peserta pameran. Program seperti *business matching* dan *networking session* disiapkan secara terstruktur. Divisi ini mengatur jadwal pertemuan antar pelaku bisnis. Mereka juga menyediakan fasilitas yang mendukung diskusi profesional. Target utama adalah terciptanya kerja sama dan transaksi bisnis. Keberhasilan diukur dari jumlah *deal* dan kualitas relasi yang terbentuk.

#### **9. Project Manager (B2C Event)**

Divisi ini fokus pada event yang menarik minat masyarakat luas. Mereka merancang konsep yang interaktif dan mudah diakses. Aktivitas seperti hiburan, promo, dan *experiential zone* menjadi fokus utama. Divisi ini bekerja sama dengan brand untuk meningkatkan daya tarik acara. Mereka juga mengelola *crowd management* agar pengunjung tetap nyaman. Promosi dilakukan secara masif untuk menarik *traffic*. Keberhasilan diukur dari jumlah pengunjung dan *engagement*.

#### **10. Project Manager (Activation Event)**

Divisi ini mengelola kegiatan aktivasi brand secara langsung di lapangan. Mereka membuat konsep kreatif yang mampu menarik perhatian target audiens. Aktivasi dilakukan di berbagai lokasi seperti mall, kampus, atau ruang publik. Divisi ini mengatur interaksi langsung antara brand dan konsumen. Mereka juga mengukur efektivitas melalui *engagement* dan

respons audiens. Data yang dikumpulkan digunakan untuk evaluasi *campaign*. Perannya membantu brand lebih dekat dengan konsumen.

### **11. Finance & Budget Analyst**

Divisi ini mengelola perencanaan dan kontrol keuangan secara detail. Mereka menyusun anggaran tahunan dan per event. Monitoring dilakukan untuk memastikan pengeluaran sesuai rencana. Mereka melakukan analisis varians antara *budget* dan realisasi. Data keuangan digunakan untuk mendukung keputusan strategis. Divisi ini juga membuat proyeksi keuangan untuk masa depan. Perannya menjaga efisiensi dan stabilitas keuangan perusahaan.

### **12. Accounting & Tax**

Divisi ini memastikan seluruh transaksi tercatat dengan akurat. Mereka menyusun laporan keuangan sesuai standar akuntansi. Proses audit internal dan eksternal didukung oleh data yang lengkap. Divisi ini juga mengelola perpajakan perusahaan. Mereka menghitung, menyeter, dan melaporkan pajak tepat waktu. Kepatuhan terhadap regulasi menjadi fokus utama. Perannya menjaga transparansi dan legalitas keuangan perusahaan.

### **13. Procurement**

Divisi ini mengelola proses pengadaan barang dan jasa secara sistematis untuk mendukung kebutuhan operasional perusahaan dan penyelenggaraan *event*. Tugasnya meliputi penyusunan daftar kebutuhan, pemilihan vendor melalui proses seleksi dan evaluasi, serta negosiasi untuk memperoleh harga dan kualitas terbaik. Divisi ini juga mengawasi kualitas barang yang diterima serta memastikan seluruh proses pengadaan berjalan sesuai *timeline event*. Selain itu, hubungan kerja sama dengan vendor dijaga untuk mendukung kelancaran operasional dan membangun kerja sama jangka panjang agar kebutuhan perusahaan dapat terpenuhi secara efektif dan efisien.

#### **14. IT Development**

Divisi ini mengembangkan dan menjaga sistem teknologi perusahaan. Mereka membuat aplikasi untuk mendukung operasional dan event. Sistem registrasi, database peserta, dan *ticketing* menjadi fokus utama. Mereka juga menjaga keamanan data dari ancaman digital. *Maintenance* dilakukan secara berkala untuk menghindari gangguan sistem. Divisi ini membantu otomatisasi proses kerja. Perannya meningkatkan efisiensi dan akurasi data.

#### **15. Corporate Sales**

Divisi ini mengelola strategi penjualan secara aktif. Mereka mencari peluang bisnis baru melalui riset pasar. Proposal disusun sesuai kebutuhan klien. Negosiasi dilakukan untuk mencapai kesepakatan yang menguntungkan. Mereka juga menjaga hubungan jangka panjang dengan klien. Target penjualan ditetapkan dan dipantau secara berkala. Perannya menjadi penggerak utama pendapatan perusahaan.

#### **16. Branch Office (Surabaya dan Makassar)**

Divisi ini bertanggung jawab dalam mengelola dan menjalankan operasional perusahaan pada wilayah regional sesuai area kerja masing-masing. Tim di kantor cabang berperan dalam menyesuaikan strategi bisnis dengan karakteristik pasar lokal agar kegiatan operasional dan pemasaran dapat berjalan lebih efektif. Selain menjalankan penyelenggaraan event, tim cabang juga aktif mencari peluang kerja sama serta menjalin hubungan dengan klien dan stakeholder di wilayah tersebut. Koordinasi secara rutin dilakukan dengan kantor pusat untuk memastikan standar layanan dan kualitas perusahaan tetap terjaga. Setiap kantor cabang dipimpin oleh Branch Manager yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan operasional, pengembangan bisnis, serta pencapaian target perusahaan di daerah. Keberadaan divisi ini mendukung perluasan

jangkauan bisnis dan memperkuat posisi perusahaan pada berbagai wilayah strategis.

### 2.3 Portofolio Perusahaan

PT Dyandra Promosindo memiliki portofolio yang luas dalam bidang penyelenggaraan pameran, konferensi, festival, serta berbagai proyek khusus berskala nasional maupun internasional. Selama lebih dari tiga dekade, perusahaan telah menjalin kerja sama dengan berbagai instansi pemerintah, asosiasi industri, perusahaan swasta, serta organisasi nasional maupun internasional dalam pelaksanaan berbagai kegiatan dan *event*. Portofolio perusahaan menunjukkan pengalaman Dyandra dalam mengelola berbagai acara dari sektor otomotif, energi, furnitur, ekonomi, gaya hidup, teknologi, hingga hiburan. Berbagai kerja sama tersebut menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membangun hubungan profesional serta menghadirkan kegiatan berskala besar yang memberikan kontribusi bagi perkembangan industri dan masyarakat.

Beberapa kerja sama yang dilakukan PT Dyandra Promosindo antara lain dengan GAIKINDO dalam penyelenggaraan Indonesia International Motor Show (IIMS), PERIKLINDO dalam penyelenggaraan PERIKLINDO Electric Vehicle Show (PEVS), Himpunan Industri Mebel dan Kerajinan Indonesia (HIMKI) dalam Indonesia International Furniture Expo (IFEX), Indonesia Franchise Association (AFI) dalam penyelenggaraan Indonesia Franchise, License, Business Concept Expo and Conference (IFRA), serta berbagai kementerian dan lembaga pemerintah dalam pelaksanaan forum nasional maupun internasional.

Hasil karya dan jasa perusahaan mencakup penyelenggaraan pameran *Business to Consumer* (B2C), *Business to Business* (B2B), konferensi internasional, festival musik, serta berbagai *special project*. Beberapa *event* unggulan perusahaan antara lain Indonesia International Motor Show (IIMS), IPA Convention and Exhibition, Indonesia International Furniture Expo (IFEX), World of Coffee Jakarta, Projek-D, B20 Summit Indonesia 2022, dan ASEAN Energy Business Forum.

## 1. GAIKINDO - Indonesia International Motor Show (IIMS)



Gambar 2.5 Dokumentasi penyelenggaraan Indonesia International Motor Show (IIMS)

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2026

PT Dyandra Promosindo menjalin kerja sama dengan Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO) dalam penyelenggaraan Indonesia International Motor Show (IIMS), yang bisa dilihat hari penyelenggaraan *event* nya pada Gambar 2.5. IIMS merupakan salah satu pameran otomotif terbesar di Indonesia yang menampilkan berbagai jenis kendaraan, suku cadang, aksesoris, teknologi otomotif, serta program hiburan pendukung. Awalnya kegiatan ini diselenggarakan oleh GAIKINDO dan kemudian pengelolaannya dilakukan oleh PT Dyandra Promosindo sejak tahun 2000. Seiring perkembangannya, IIMS berhasil menjadi pameran otomotif bertaraf internasional yang melibatkan berbagai merek kendaraan nasional maupun global.

Penyelenggaraan IIMS menjadi salah satu portofolio unggulan PT Dyandra Promosindo karena kegiatan tersebut mampu menarik pengunjung dalam jumlah besar setiap tahunnya. *Event* ini juga

menghadirkan berbagai program tambahan seperti peluncuran kendaraan baru, pertunjukan otomotif, area kendaraan modifikasi, serta aktivitas interaktif bagi pengunjung. Melalui kerja sama tersebut, PT Dyandra Promosindo menunjukkan kemampuannya dalam mengelola pameran otomotif berskala internasional yang melibatkan berbagai pihak dan memerlukan koordinasi yang kompleks.

## 2. PERIKLINDO - PERIKLINDO Electric Vehicle Show (PEVS)



Gambar 2.6 Dokumentasi penyelenggaraan PERIKLINDO Electric Vehicle Show (PEVS)

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2026

Gambar 2.6 menunjukkan *event* yang diselenggarakan oleh PT Dyandra Promosindo pada saat bekerja sama dengan Perkumpulan Industri Kendaraan Listrik Indonesia dalam penyelenggaraan PERIKLINDO Electric Vehicle Show. Kegiatan ini diselenggarakan sebagai sarana promosi, edukasi, serta pengembangan ekosistem kendaraan listrik di Indonesia. PEVS hadir sebagai bentuk dukungan terhadap percepatan transformasi industri otomotif menuju penggunaan energi yang lebih ramah lingkungan serta meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap perkembangan teknologi kendaraan listrik di Indonesia.

Pameran ini menghadirkan berbagai merek kendaraan listrik, teknologi baterai, komponen pendukung, serta inovasi terbaru dalam

industri kendaraan berbasis energi listrik. Selain menjadi media promosi, kegiatan ini juga mempertemukan produsen, pelaku industri, investor, dan masyarakat umum untuk membangun relasi serta memperluas peluang kerja sama. Kerja sama tersebut menunjukkan kontribusi PT Dyandra Promosindo dalam mendukung perkembangan industri kendaraan listrik sekaligus mendukung program pemerintah menuju target *Net Zero Emission*.

### 3. HIMKI - Indonesia International Furniture Expo (IFEX)



Gambar 2.7 Dokumentasi penyelenggaraan  
Indonesia International Furniture Expo (IFEX)

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2026

PT Dyandra Promosindo menjalin kerja sama dengan Himpunan Industri Mebel dan Kerajinan Indonesia (HIMKI) dalam penyelenggaraan Indonesia International Furniture Expo (IFEX), yang penyelenggaraan *event*-nya terlihat pada Gambar 2.7. Pameran ini merupakan salah satu pameran furnitur internasional terbesar di Indonesia yang mempertemukan produsen, eksportir, pembeli, serta pelaku industri furnitur dari berbagai negara.

Kegiatan tersebut menjadi wadah promosi produk furnitur dan kerajinan Indonesia kepada pasar global. Berbagai produk yang ditampilkan mencakup furnitur rumah tangga, dekorasi, produk kerajinan, serta inovasi desain berbasis sumber daya lokal Indonesia. Melalui

penyelenggaraan IFEX, PT Dyandra Promosindo berkontribusi dalam meningkatkan daya saing industri furnitur nasional serta memperluas jaringan bisnis industri kreatif Indonesia di pasar internasional.

#### 4. Indonesia Franchise Association (AFI) - Indonesia Franchise, License, Business Concept Expo and Conference (IFRA)



Gambar 2.8 Dokumentasi kegiatan IFRA

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2026

Pada Gambar 2.8, terlihat adanya event IFRA yang diselenggarakan oleh PT Dyandra Promosindo dan bekerja sama dengan Indonesia Franchise Association (AFI) dalam penyelenggaraan Indonesia Franchise, License, *Business Concept Expo and Conference* (IFRA). Kegiatan ini merupakan pameran dan konferensi yang berfokus pada industri waralaba, lisensi, serta konsep bisnis yang berkembang di Indonesia.

IFRA menjadi media yang mempertemukan pelaku usaha, investor, pemilik merek, serta masyarakat yang tertarik mengembangkan usaha berbasis *franchise*. Kegiatan tersebut juga dilengkapi dengan seminar, *business matching*, kompetisi, serta berbagai forum bisnis yang mendukung perkembangan industri waralaba. Penyelenggaraan IFRA

menunjukkan kemampuan PT Dyandra Promosindo dalam mengelola *event* bisnis yang mendukung pengembangan ekonomi dan kewirausahaan.

## 5. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia - Halal Indonesia International Industry Expo



Gambar 2.9 Dokumentasi penyelenggaraan Halal Indonesia International Industry Expo

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2026

Berdasarkan Gambar 2.9, terlihat bahwa PT Dyandra Promosindo bekerja sama dengan Kementerian Perindustrian Republik Indonesia dalam penyelenggaraan Halal Indonesia International Industry Expo. Kegiatan ini diselenggarakan sebagai upaya mendukung pengembangan industri halal nasional serta memperkuat posisi Indonesia sebagai salah satu pusat ekonomi halal dunia. Pameran ini menjadi wadah bagi pelaku industri untuk memperkenalkan produk, memperluas jaringan bisnis, dan meningkatkan peluang kerja sama di sektor industri halal.

Pameran tersebut menghadirkan berbagai sektor industri halal seperti makanan, minuman, kosmetik, *fashion*, keuangan syariah, hingga pariwisata. Selain pameran produk, kegiatan juga dilengkapi seminar dan forum diskusi yang melibatkan pelaku industri serta pemangku

kepentingan terkait. Penyelenggaraan *event* tersebut menunjukkan peran PT Dyandra Promosindo dalam mendukung perkembangan sektor industri halal secara nasional maupun internasional.

## 6. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia - Forum Ekonomi dan Program KUR



Gambar 2.10 Dokumentasi forum ekonomi dan kegiatan KUR, Bekerja sama dengan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2026

Gambar 2.10 menunjukkan bahwa PT Dyandra Promosindo turut bekerja sama dengan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia dalam pelaksanaan forum ekonomi nasional serta kegiatan Akad Massal Kredit Usaha Rakyat (KUR). Kegiatan tersebut menjadi wadah diskusi yang melibatkan pemerintah, akademisi, pelaku usaha, dan masyarakat dalam membahas isu ekonomi nasional.

Selain itu, kegiatan Akad Massal KUR menjadi bagian dari program pemerintah dalam mendukung pembiayaan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penyelenggaraan kegiatan ini membutuhkan koordinasi dengan berbagai pihak dalam skala besar. Melalui kegiatan tersebut PT Dyandra Promosindo menunjukkan pengalaman dan kompetensinya dalam mengelola *event* pemerintahan dan forum strategis tingkat nasional.

## 7. Indonesian Petroleum Association (IPA)



Gambar 2.11 Dokumentasi penyelenggaraan IPA *Convention and Exhibition*

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2026

Pada Gambar 2.1, terlihat bahwa PT Dyandra Promosindo menjalin kerja sama dengan Indonesian Petroleum Association (IPA) dalam penyelenggaraan IPA Convention and Exhibition. Kerja sama tersebut menghasilkan salah satu kegiatan konferensi dan pameran internasional pada sektor minyak dan gas yang mempertemukan pelaku industri energi, investor, akademisi, serta pemangku kepentingan dari berbagai negara. Kegiatan ini menjadi sarana pertukaran informasi, pengembangan jaringan bisnis, serta pembahasan terkait perkembangan dan peluang investasi pada sektor energi.

Melalui penyelenggaraan IPA *Convention and Exhibition*, PT Dyandra Promosindo menunjukkan kemampuannya dalam menghasilkan jasa penyelenggaraan *event* berskala internasional yang melibatkan banyak peserta dan pengunjung. Kegiatan tersebut juga menjadi salah satu portofolio perusahaan dalam sektor energi dan industri strategis nasional.