

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Central Park Mall

PT Central Mall Kelola (Central Park Mall) merupakan salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Indonesia serta meraih berbagai penghargaan internasional yang berlokasi di Podomoro City, Jakarta Barat. Central Park Mall memiliki total luas lahan 22 hektare dan didirikan pada 9 September 2009 oleh perusahaan pengembang properti terkemuka dan terbesar di Indonesia, yaitu PT Agung Podomoro Land Tbk (APLN) yang dikenal sebagai pelopor *superblock* seperti apartemen, perumahan, perkantoran, mal, dan hotel (Central Park Jakarta, 2026).



Gambar 2.1 Logo Central Park Mall
Sumber: Asset Central Park Mall (2026)

Dalam masa pembangunan Central Park Mall ingin memberikan standar kualitas internasional kepada pengunjungnya sehingga strategi yang dilakukan adalah dengan melibatkan berbagai konsultan kelas internasional, seperti DP Architect (Singapura) sebagai konsultan arsitektur utama, DYXY (Amerika Serikat) sebagai desain interior, Bennit Design Group (Amerika Serikat) sebagai konsultan lanskap, dan PT Total Bangun Persada Indonesia sebagai kontraktor utama. Sebagai salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Indonesia, Central Park Mall memiliki sasaran segmentasi kelas menengah ke atas. Central Park Mall juga memiliki penawaran pengalaman berbelanja yang lengkap karena memiliki *anchor tenant* dan *brand* internasional (Central Park Jakarta, 2026).

Selain itu, Central Park Mall juga dikenal dengan SOGO terbesar di Indonesia dengan luas 22.000 meter persegi dan terdiri dari 4 lantai, Transmart 10.000 meter persegi, CGV Cinemas dengan 10 auditorium dan kapasitas lebih dari 1.900 kursi, dan Nitori yang membuka gerai pertamanya di Indonesia di Central Park Mall. Keunikan lain yang dimiliki oleh Central Park Mall juga terletak pada konsep ruang terbuka yang terhubung dengan Tribeca Park, sebuah area taman terbuka dengan pemandangan hampir 360 derajat yang menjadi pusat kehijauan. Area Tribeca ini memiliki suasana yang berbeda karena memiliki konsep *alfresco dining* dan ruang terbuka di setiap lantai sehingga pengunjung dapat menikmati udara segar sambil bersantai atau makan. Sepanjang Central Park Mall berdiri telah meraih berbagai penghargaan besar dan bergengsi, seperti Asia Pacific Property Awards 2011 sebagai “*Highly Commended Retail Development in Asia Pacific*” dan “*Best Retail Development in Indonesia*”, dan menjadi finalis dalam ICSC Asia Pacific Shopping Center Awards dan World Architecture Festival. Seluruh penghargaan ini menjadikan Central Park Mall sebagai ikon pusat perbelanjaan modern di Asia (Central Park Jakarta, 2026).

Memasuki 2022, terjadi transaksi penjualan Central Park Mall oleh PT Agung Podomoro Land kepada perusahaan asal Jepang, yaitu Hankyu Hanshin Properties Corp., dengan jumlah transaksi mencapai sekitar Rp4,53 triliun. Penjualan tersebut dilakukan melalui pengalihan mayoritas saham sebesar 85% pada perusahaan yang mengelola Central Park Mall. Cara ini merupakan bagian dari strategi perusahaan untuk memperkuat struktur keuangan dan juga optimalisasi aset melalui kerja sama dengan investor. Selain itu, dengan masuknya investor Jepang menunjukkan bahwa sektor properti ritel di Indonesia memiliki potensi besar (Fadilah, 2022). Selanjutnya pada 2023, PT Agung Podomoro Land melakukan transaksi kembali, dengan menjual Neo Soho Mall kepada perusahaan Jepang melalui PT NSM Assets Indonesia dengan nilai Rp1,44 triliun. Penjualan ini dilakukan sebagai bagian dari strategi perusahaan dalam mengelola aset dan memperkuat kondisi keuangan (Laksono, 2023). Dengan adanya perubahan kepemilikan tersebut, Neo Soho Mall juga mengalami penyesuaian, termasuk dalam *branding* dan *positioning*.

Perubahan yang terjadi di 2025, Neo Soho Mall resmi berganti nama menjadi Central Park 2 sebagai bagian dari upaya *rebranding* untuk memperkuat identitas Kawasan Podomoro City. Perubahan ini bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki oleh Central Park karena telah dikenal oleh masyarakat luas, sehingga harapannya dapat meningkatkan daya tarik pengunjung dan membangun kepercayaan pada *tenant* dan calon *tenant* (Chaniago, 2025). Kawasan Central Park Mall, Central Park 2, dan Tribeca Park saling terhubung dalam satu lingkungan di Podomoro City. Keterhubungan ini tidak hanya secara fisik melalui akses langsung seperti jembatan penghubung (*sky bridge*), tetapi juga secara konsep yang dirancang untuk menggabungkan fungsi ketiganya dalam satu destinasi. Tujuannya untuk memberikan kemudahan bagi para pengunjung dalam mengakses satu sama lain.

2.2 Visi Misi Central Park Mall

Sebagai salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Indonesia, Central Park Mall memiliki visi dan misi sebagai pedoman dalam menjalankan kegiatan operasional serta pengembangannya.

Visi:

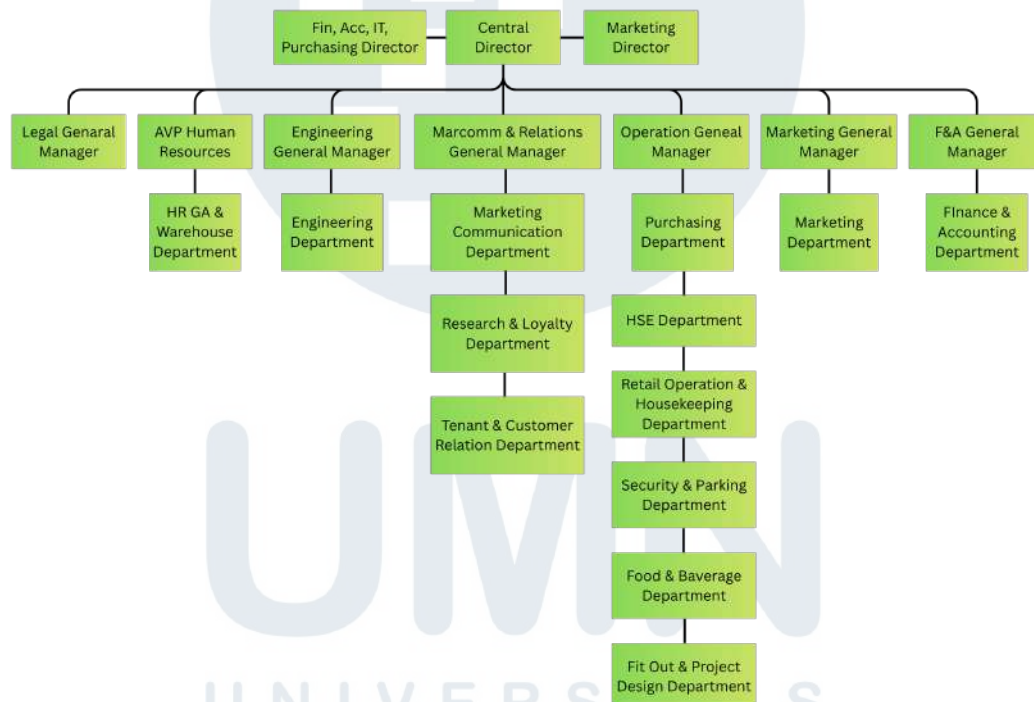
Menjadikan Central Park sebagai ikon pusat perbelanjaan di Asia.

Misi:

Memaksimalkan kepuasan *stakeholders* dengan menjadikan Central Park sebagai tempat tujuan berbelanja keluarga, pusat *trendsetter*, dan selalu menjadi acuan pengelolaan *shopping center* dengan selalu melakukan perubahan yang berkesinambungan serta menerapkan gaya hidup ramah lingkungan.

2.3 Struktur Organisasi Central Park Mall

Gambar di bawah merupakan struktur organisasi PT Central Mall Kelola (Central Park Mall) setiap unitnya memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing untuk mendukung visi misi perusahaan. Kepemimpinan tertinggi berada di Project Director terdiri dari Central Director, Finance Accounting IT dan Purchasing Director, dan Marketing Director yang bertanggung jawab atas segala keputusan yang diambil serta melakukan pengawasan terhadap proyek yang sedang berjalan. Alur komunikasi yang terjadi bersifat vertikal dan horizontal. Para *manager* menurunkan instruksi ke para staf di masing-masing divisi sehingga alur kerja yang terjalin adalah sistematis dan terukur ketika menjalankan proyek.

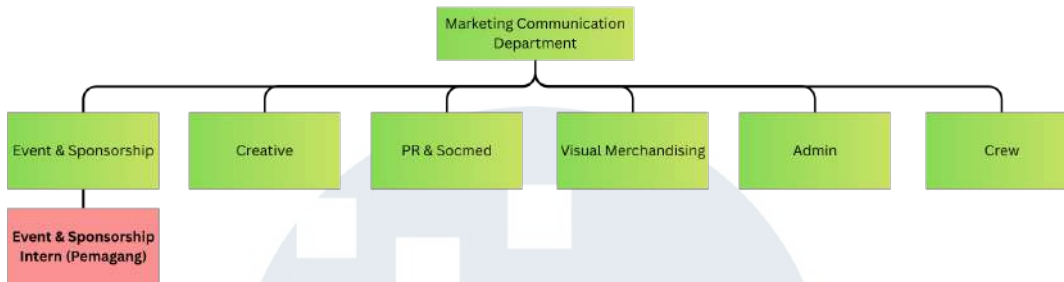


Gambar 2.2 Struktur Organisasi Central Park Mall

Sumber: Data Olahan Pekerja Magang (2026)

Berdasarkan bagan struktur organisasi di atas, kepemimpinan Marcomm & Relations General Manager membawahi Marketing Communication Department, yang merupakan tempat pekerja magang berada sebagai *intern*. Peran Marketing Communication Department (Marcomm) umumnya bertanggung jawab dalam merancang dan mengelola strategi komunikasi pemasaran perusahaan. Salah satunya berperan dalam menyusun konsep acara serta mengemas pesan yang ingin

disampaikan agar menarik bagi pengunjung hingga berdampak pada pendapatan mal baik dinilai dari *traffic* pengunjung maupun jumlah transaksi yang terjadi ketika berlangsungnya *event*.



Gambar 2.3 Struktur Marcomm Department Central Park Mall
Sumber: Data Olahan Pekerja Magang (2026)

Gambar di atas merupakan struktur Marketing Communication Department, terdapat enam divisi yang berada di bawah naungan Marcomm. Berikut adalah masing-masing *job description* dari tiap divisi:

1. Event & Sponsorship

Divisi ini bertanggung jawab dalam perencanaan, koordinasi, dan pelaksanaan berbagai *event* yang diselenggarakan Central Park Mall serta mengelola kerja sama *sponsorship* dengan *brand*, komunitas, serta *tenant* mal.

2. Creative

Divisi ini mengembangkan konsep kreatif untuk kebutuhan promosi dan *event* seperti *campaign*, desain visual, dan materi lainnya serta memastikan seluruh *output* kreatif sesuai dengan *creative brief*.

3. PR & Social Media

Divisi ini mengelola komunikasi dengan publik serta aktivitas media sosial Central Park Mall seperti membuat konten, publikasi informasi, menjaga hubungan dengan media, dan membangun citra positif melalui *platform* digital.

4. Visual Merchandising

Divisi ini bertanggung jawab dalam penataan visual area mal, seperti dekorasi atrium, area *display*, dan instalasi dekorasi sesuai tema *event* agar sesuai dengan konsep.

5. Admin

Divisi ini mengelola administrasi yang berkaitan dengan *event*, termasuk pengarsipan dokumen, pengelolaan data, pembuatan laporan agar seluruh kegiatan berjalan dan terdata dengan rapi.

6. Crew

Divisi ini berperan sebagai tim operasional lapangan yang membantu pelaksanaan *event* secara langsung, mulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga pembongkaran serta memastikan seluruh rangkaian acara berjalan dengan lancar.

2.4 Portofolio Perusahaan



Gambar 2.4 Event Greeneration “Health & Healing Fest”
Sumber: Instagram @centralparkmall (2026)

Gambar di atas merupakan poster informasi *event* Greeneration yang akan dilaksanakan pada 23 April 2026 hingga 10 Mei 2026. *Event* ini berisikan berbagai

kelas olahraga terutama yoga yang akan diisi oleh *celebrity instructor* dan diakhiri oleh DJ *performance*.



Gambar 2.5 Event Raya Reflection & Raya Soiree
Sumber: Instagram @centralparkmall (2026)

Gambar di atas merupakan *event* yang diselenggarakan pada periode Hari Raya Lebaran 2026. Rangkaian acaranya terdapat Raya Soiree yang merupakan *fashion show* dari *designer* ternama yaitu Ivan Gunawan dan Deden Siswanto, dan *tenant* produk fashion di Central Park Mall yaitu Max Fashions dan Executive serta didukung oleh Anna Wijaya dan Glam On sebagai *makeup* dan *hair do*. Rangkaian selanjutnya yaitu Raya Reflection yang merupakan penampilan dari Rossa sebagai penutup puncak *event*.



Gambar 2.6 Special Performance Julian Jacob “Lunar Radiance”
Sumber: Instagram @centralparkmall (2026)

Gambar di atas merupakan salah satu rangkaian *event* Lunar Radiance. *Special performance* yang diisi oleh Julian Jacob di Tribeca Park. *Performance* ini menjadi penutupan Lunar Radiance yang ditampilkan bersamaan dengan program *shopping* unggulan Central Park Mall yaitu Shopping Marathon.



Gambar 2.7 Meet & Greet Disney Holiday Celebration
Sumber: Instagram @centralparkmall (2026)

Gambar di atas merupakan *meet and greet* Disney dalam periode *school holidays* yang dilaksanakan di Central Park 2 sehingga menjadi sarana hiburan untuk keluarga khususnya anak-anak.



Gambar 2.8 Meet & Greet Disney's Zootopia
Sumber: Instagram @centralparkmall (2026)

Gambar di atas merupakan *meet and greet* dengan Disney's Zootopia yang diadakan dalam rangka *school holidays*. Zootopia hadir dengan berbagai dekorasi dan *spot* foto.



Gambar 2.9 Light-up Ceremony of The Iconic Giant Christmas Tree
Sumber: Instagram @centralparkmall (2026)

Gambar di atas merupakan *special performance* dari Ziva Magnolya sebagai penutupan *event* Giant Christmas Tree yang menjadi ikon Central Park Mall saat memasuki periode Natal.