

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Dyandra Promosindo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyelenggaraan pameran dan acara di Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1994 dan merupakan bagian dari PT Dyandra Media International Tbk. Sejak awal berdiri, PT Dyandra Promosindo berfokus pada pengembangan industri *Meeting, Incentive, Convention, Exhibition* (MICE) melalui penulenggaraan berbagai pameran, konferensi, konser, festival, serta kegiatan bisnis lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan berbagai sektor industri. Berbekal pengalaman lebih dari tiga dekade, PT Dyandra Promosindo terus mengembangkan penyelenggaraan event yang mengedepankan inovasi, profesionalisme, dan kualitas layanan (Promosindo, 2025).



Gambar 2. 1 Logo PT Dyandra Promsindo

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2026

Seiring dengan perkembangan perusahaan, PT Dyandra Promosindo telah menyelenggarakan berbagai event berskala nasional maupun internasional yang menjadi bagian dari portfolio perusahaan. Beberapa penyelenggaraan acara yang dikenal luas di antaranya *Indonesia Internasional Motor Show* (IIMS), *Halal Indo Expo*, serta berbagai festival musik seperti *Projek-D* dan *IIMS Infinite Live*. Beragam penyelenggaraan acara tersebut menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghadirkan konsep acara yang mampu mempertemukan pelaku industri, mitra bisnis, pemerintah, maupun masyarakat dalam satu platform yang mendukung promosi, kolaborasi, serta pengembangan bisnis.

Selain berfokus pada penyelenggaraan acara, PT Dyandra Promosindo juga mengembangkan layanan pendukung yang berada dalam ruang lingkup bisnis perusahaan, yaitu Dyandra Tiket. Dyandra Tiket merupakan unit layanan bisnis yang berperan dalam pengelolaan sistem penjualan tiket (*ticketing management*) untuk berbagai acara yang diselenggarakan oleh PT Dyandra Promosindo maupun mitra penyelenggara lainnya. Tidak hanya menyediakan layanan pembelian tiket secara daring, Dyandra Tiket juga mendukung proses registrasi peserta, pengelolaan data pengunjung, hingga pelayanan tiket selama penyelenggaraan acara berlangsung. Kehadiran Dyandra Tiket menjadi bagian dari upaya perusahaan dalam memberikan layanan yang lebih terintegrasi sekaligus mengikuti perkembangan digital dalam industri MICE.

Saat ini PT Dyandra Promosindo memiliki kantor pusat di Jakarta serta kantor cabang di Surabaya dan Makassar yang mendukung pelaksanaan berbagai kegiatan perusahaan di sejumlah wilayah di Indonesia. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan mengedepankan inovasi, kolaborasi, dan kualitas pelayanan sebagai bagian dari komitmen untuk menghadirkan penyelenggaraan acara yang profesional. Dukungan sumber daya manusia yang kompeten, jaringan kerja sama yang luas, serta pengalaman dalam mengelola berbagai acara berskala besar menjadikan PT Dyandra Promosindo mampu mempertahankan posisinya sebagai salah satu perusahaan penyelenggara acara di Indonesia yang terus beradaptasi dengan perkembangan industri MICE.

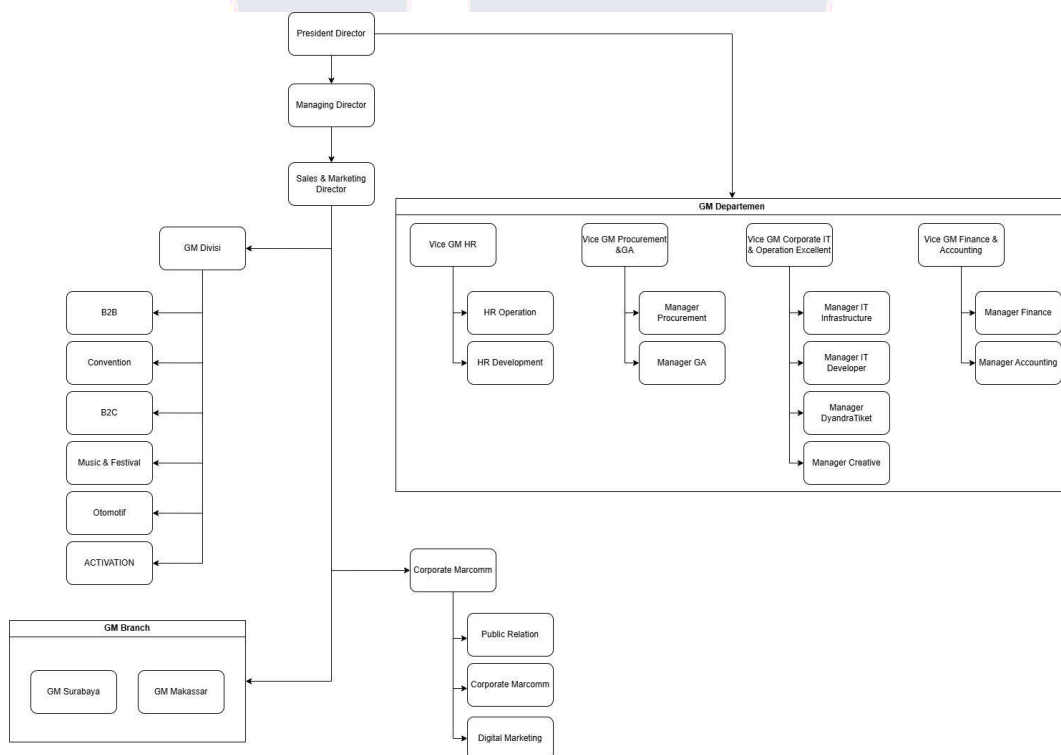
2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Sejalan dengan perkembangan perusahaan yang terus menunjukkan inovasi dalam industri *event*, PT Dyandra Promosindo memiliki arah strategis yang tercermin melalui visi perusahaan, yaitu menjadi penyelenggara *event* terdepan di Indonesia yang mampu menghadirkan pengalaman inspiratif sekaligus membangun koneksi yang bernilai bagi audiens, klien, dan seluruh *stakeholder*. Visi tersebut diwujudkan melalui komitmen perusahaan dalam menghadirkan berbagai pameran, konferensi, dan hiburan berskala besar yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai *platform* untuk memperluas jejaring, meningkatkan

brand engagement dan menciptakan pertumbuhan bisnis di berbagai sketor industri. (Promosindo, 2025).

Adapun misi perusahaan diwujudkan melalui penciptaan pengalaman *event* yang mampu menginspirasi dan menghubungkan berbagai pihak secara efektif. Impelementasi misi ini terlihat dari cara perusahaan mengelola setiap *event* secara profesional melalui perpaduan kreativitas, inovasi, serta eksekusi strategis oleh tim yang kompeten. Selain itu, PT Dyandra Promosindo juga menekankan kualitas layanan, kolaborasi, dan pengembangan solusi *event* yang relevan dengan kebutuhan pasar, sehingga setiap acara mampu memberikan dampak positif bagi audiens maupun mitra bisnis. (Promosindo, 2025).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 2 Struktur Besar Organisasi PT Dyandra Promosindo

(Sumber: Dokumen Perusahaan 2026)

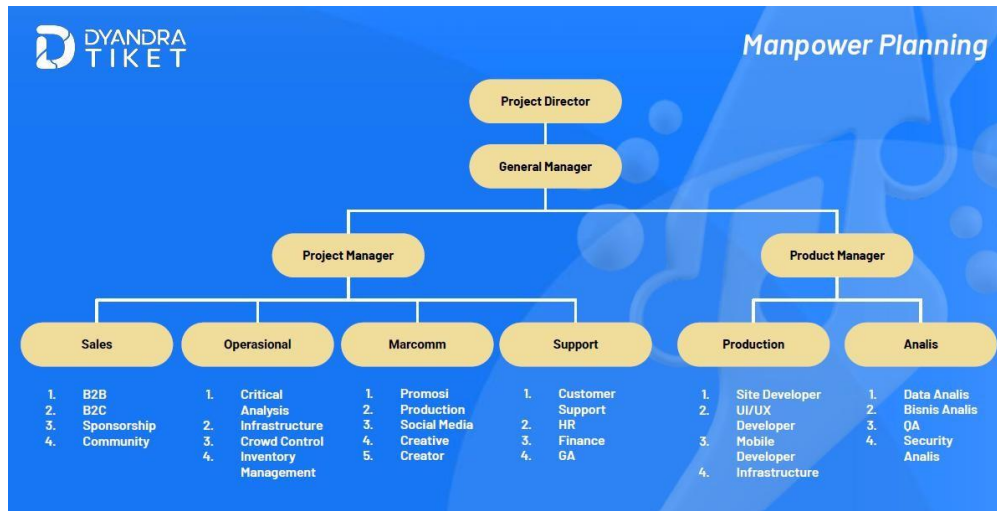
Gambar 2.2 menggambarkan struktur organisasi PT Dyandra Promosindo yang menunjukkan pembagian kewenangan dan tanggung jawab pada setiap tingkat jabatan, sehingga koordinasi antar divisi dapat berjalan dengan baik. Pada tingkat

tertinggi terdapat *President Director* yang menetapkan arah, kebijakan, dan keputusan strategis PT Dyandra Promosindo. Selanjutnya, operasional perusahaan dikoordinasikan oleh *Managing Director* yang membawahi beberapa unit kerja sesuai dengan fungsi dan ruang lingkup kerjanya.

Dalam menjalankan operasional perusahaan, *Managing Director* didukung oleh beberapa pimpinan yang membawahi unit kerja sesuai dengan bidangnya. Salah satunya adalah *Sales & Marketing Director* yang mengoordinasikan berbagai divisi bisnis perusahaan. Divisi-divisi tersebut berfokus pada penyelenggaraan berbagai jenis event, yaitu *Business to Business (B2B)*, *Convention*, *Business to Consumer (B2C)*, *Music & Festival*, Otomotif dan *Activation*. Selain itu, *Managing Director* juga membawahi unit *Corporate Marketing Communication* yang mengelola kegiatan komunikasi perusahaan melalui fungsi *Public Relations*, *Corporate Marketing Communication*, dan *Digital Marketing*. PT Dyandra Promosindo juga memiliki kantor cabang di Surabaya dan Makassar yang masing-masing dipimpin oleh *General Manager Branch*.

Di samping unit bisnis perusahaan juga didukung oleh *General Manager Departemen* yang membawahi beberapa fungsi pendukung, yaitu *Human Resource*, *Procurement & General Affairs*, *Corporate IT & Operation Excellent*, serta *Finance & Accounting*. Setiap unit menjalankan fungsi yang saling melengkapi untuk mendukung kelancaran operasional Perusahaan sesuai dengan bidang kerjanya.

Dalam struktur organisasi tersebut, Dyandra Tiket berada di bawah unit *Corporate IT & Operations Excellent* dan dipimpin oleh *Manager Dyandra Tiket*. Unit ini berfokus pada pengembangan dan pengelolaan *platform* penjualan tiket yang digunakan untuk mendukung berbagai penyelenggaraan *event* di bawah PT Dyandra Promosindo. Oleh karena itu, pembahasan selanjutnya akan menguraikan struktur organisasi Dyandra Tiket sebagai unit tempat pemegang melaksanakan kegiatan kerja magang.



Gambar 2.3 Struktur Departemen Dyandra Tiket

(Sumber: Dokumen Perusahaan 2026)

Gambar 2.3 menggambarkan struktur organisasi Dyandra Tiket yang disusun untuk mendukung pengelolaan *project*, pengembangan layanan *ticketing*, serta pengembangan *digital* perusahaan. Pembagian struktur tersebut memberikan kejelasan mengenai tugas dan tanggung jawab setiap unit kerja, sehingga koordinasi antarbagian dapat berjalan secara efektif. Pada tingkat tertinggi terdapat *Project Director* yang menetapkan arah strategis pengembangan Dyandra Tiket. Dalam pelaksanaannya, *Project Manager* didukung oleh *General Manager* yang mengoordinasikan kegiatan operasional sekaligus memastikan setiap unit menjalankan fungsinya sesuai dengan target perusahaan.

Di bawah *General Manager* terdapat dua lini utama, yaitu *Project Manager* dan *Product Manager*. *Project Manager* mengoordinasikan unit-unit yang berkaitan dengan aktivitas bisnis, operasional, dan komunikasi pemasaran, sedangkan *Product Manager* mengoordinasikan pengembangan produk digital beserta sistem pendukungnya. Pembagian tersebut menunjukkan adanya keterpaduan antara fungsi bisnis, komunikasi pemasaran, operasional, dan teknologi dalam mendukung layanan Dyandra Tiket.

Pada lini *Project Manager*, terdapat empat unit kerja, yaitu *Sales*, *Operational*, *Marketing Communication*, dan *Support*. Unit *Sales* berfokus pada pengembangan peluang bisnis melalui segmentasi *Business to Business* (B2B), *Business to Consumer* (B2C), *Sponsorship*, dan *Community*. Unit *Operational* mendukung pelaksanaan layanan melalui pengelolaan *critical analysis*, infrastruktur, *crowd control*, serta *inventory management*. Sementara itu, unit *Support* menangani layanan pelanggan (*customer support*), administrasi sumber daya manusia (*Human Resource*), keuangan (*Finance*), dan urusan umum (*General Affairs*) untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan.

Pemegang melaksanakan kegiatan kerja magang pada unit *Marketing Communication* yang berada di bawah koordinasi *Project Manager*. Unit ini mengelola berbagai aktivitas komunikasi pemasaran Dyandra Tiket, meliputi promosi, pengelolaan media sosial, produksi konten, serta pengembangan materi kreatif. Selain itu, unit *Marketing Communication* juga mendukung pengembangan kerja sama dengan berbagai pihak eksternal melalui aktivitas *partner relations* sebagai bagian dari upaya memperluas jaringan mitra dan portfolio layanan Dyandra Tiket.

Sementara itu, lini *Product Manager* berfokus pada pengembangan produk digital dan sistem pendukung layanan. Lini ini membawahi unit *Production* yang terdiri atas *Site Developer*, *UI/UX Developer*, *Mobile Developer*, dan *Infrastructure* untuk memastikan *platform* dapat berjalan secara optimal dari sisi teknis maupun pengalaman pengguna. Selain itu, terdapat unit *Analyst* yang mencakup *Data Analysis*, *Business Analysis*, *Quality Assurance* (QA), dan *Security Analysis* sebagai pendukung proses pengembangan sistem melalui analisis data, pengujian kualitas, serta pengelolaan keamanan *platform*.

Secara keseluruhan, struktur Dyandra Tiket menunjukkan adanya integrasi antara fungsi bisnis, komunikasi pemasaran, operasional, dan teknologi dalam mendukung pengembangan layanan ticketing serta pencapaian tujuan perusahaan.

2.3 Portfolio Perusahaan

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang penyelenggaraan MICE, PT Dyandra Promosindo memiliki portfolio layanan yang mencerminkan pengalaman panjang serta kapasitas perusahaan dalam menangani berbagai proyek berskala nasional maupun internasional. Sepanjang perjalannya, perusahaan telah dipercaya untuk mengelola beragam jenis *event* yang mencakup pameran bisnis, *consumer exhibition*, konferensi, forum internasional, hingga *event* hiburan dan kenegaraan. Keberagaman portfolio tersebut menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menyediakan layanan yang komprehensif, mulai dari perencanaan konsep, pengelolaan *exhibitor* dan sponsor, strategi komunikasi promosi, hingga pelaksanaan *event* secara profesional (Ziakas & Getz, 2020) (Promosindo, 2025).

Pada kategori *Business to Business* (B2B), PT Dyandra Promosindo memiliki sejumlah portfolio unggulan seperti:

A. Indonesia International Furniture Expo (IFEX)



Gambar 2. 4 Logo Indonesia International Furniture Expo

Sumber : (Website Resmi Perusahaan, 2026)

Indonesia International Furniture Expo (IFEX) merupakan pameran internasional yang menampilkan berbagai produk furnitur dan kerajinan unggulan Indonesia. Sebagai salah satu acara yang diselenggarakan oleh PT Dyandra Promosindo dan menjadi bagian dari *Asia Furniture Show Circle*, IFEX menghadirkan pelaku industri serta pengunjung dari berbagai negara dalam satu tempat untuk membangun hubungan bisnis (Promosindo, 2025). Kehadiran

pameran ini memberikan kesempatan bagi produsen dan pengrajin lokal untuk memperkenalkan produknya ke pasar global sekaligus memperluas jaringan kerja sama.

B. International Franchise, License, and Business Concept Expo & Conference (IFRA)



Gambar 2. 5 Logo International Franchise, License, and Business Concept Expo & Conference

Sumber : (Website Resmi Perusahaan, 2026)

International Franchise, License, and Business Concept Expo & Conference (IFRA) merupakan pameran yang berfokus pada peluang bisnis waralaba, lisensi, dan konsep usaha di Indonesia. Diselenggarakan oleh Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) bersama PT Dyandra Promosindo, IFRA menjadi tempat yang mempertemukan pemilik merek, pelaku usaha, investor, serta calon wirausaha untuk menjalin kemitraan dan mengembangkan peluang bisnis. melalui berbagai kegiatan seperti pameran, presentasi bisnis, dan sesi networking, IFRA memberikan kesempatan bagi peserta untuk memperoleh informasi mengenai tren industri sekaligus memperluas jaringan bisnis (Promosindo, 2025).

C. Indonesian Petroleum Association (IPA) Convention & Exhibition



Gambar 2. 6 Logo Indonesian Petroleum Association (IPA) Convention & Exhibition

Sumber : (Website Resmi Perusahaan, 2026)

IPA Convention & Exhibition merupakan konvensi dan pameran internasional yang berfokus pada industri minyak dan gas bumi. Diselenggarakan oleh Indonesian Petroleum Association (IPA) bekerja sama dengan PT Dyandra Promosindo, acara ini menjadi tempat bagi pemerintah, perusahaan energi, investor, serta pelaku industri untuk berdiskusi mengenai perkembangan sektor energi sekaligus memperluas peluang kerja sama bisnis. Melalui rangkaian konferensi dan pameran, IPA Convention & Exhibition turut mendukung pertukaran pengetahuan, pengenalan inovasi teknologi, serta pengembangan investasi di industri minyak dan gas Indonesia (Promosindo, 2025).

Selain itu, pada segmen *Business to Consumer* (B2C), perusahaan juga dikenal melalui berbagai acara yang dekat dengan masyarakat luas, seperti:

A. Indonesia International Motor Show (IIMS)



Gambar 2. 7 Logo Indonesian International Motor Show

Sumber : (Website Resmi Perusahaan, 2026)

Indonesia International Motor Show (IIMS) merupakan pameran otomotif yang menjadi salah satu agenda tahunan terbesar di Indonesia. Diselenggarakan oleh PT Dyandra Promosindo, IIMS menghadirkan berbagai inovasi dan perkembangan terbaru di industri mobil, sepeda motor, kendaraan listrik, serta produk dan layanan pendukung otomotif. Pameran ini menjadi tempat bagi berbagai merek otomotif untuk memperkenalkan produk dan teknologi terbaru kepada masyarakat sekaligus membangun interaksi dengan konsumen. Selain menghadirkan pameran otomotif, IIMS juga dilengkapi dengan berbagai program hiburan dan aktivitas interaktif yang memberikan pengalaman berbeda bagi pengunjung serta mendukung pertumbuhan industri otomotif (Promosindo, 2025).

B. Periklindo Electric Vehicle Show (PEVS)



Gambar 2. 8 Logo Periklindo Electric Vehicle Show

Sumber : (Website Resmi Perusahaan, 2026)

Periklindo Electric Vehicle Show (PEVS) merupakan pameran yang berfokus pada perkembangan industri kendaraan listrik di Indonesia. Diselenggarakan oleh PT Dyandra Promosindo bersama Perkumpulan Industri Kendaraan Listrik Indonesia (PERIKLINDO), PEVS menghadirkan berbagai inovasi kendaraan listrik beserta teknologi dan ekosistem pendukungnya dalam satu rangkaian pameran. Melalui penyelenggaraannya, PEVS menjadi tempat bagi pelaku industri, pemerintah, serta masyarakat untuk memperkenalkan perkembangan teknologi kendaraan listrik sekaligus mendukung percepatan transisi menuju ekosistem transportasi yang lebih ramah lingkungan (Promosindo, 2025).

C. Jakarta Wedding Festival (JWF)



Gambar 2. 9 Logo Jakarta Wedding Festival
Sumber : (Website Resmi Perusahaan, 2026)

Jakarta Wedding Festival (JWF) merupakan pameran yang menghadirkan berbagai kebutuhan pernikahan dalam satu tempat, mulai dari venue, dekorasi, busana pengantin, fotografer, katering, hingga berbagai layanan pendukung lainnya. Diselenggarakan oleh PT Dyandra Promosindo, Jakarta Wedding Festival menjadi tempat yang mempertemukan calon pengantin dengan berbagai penyedia jasa pernikahan sehingga memudahkan pengunjung dalam memperoleh informasi, membandingkan pilihan layanan, serta merencanakan kebutuhan pernikahan sesuai preferensi mereka. Melalui kehadiran berbagai vendor dan rangkaian program pendukung, pameran ini juga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas jaringan bisnis dan menjangkau lebih banyak calon pelanggan (Promosindo, 2025).

Di samping pameran dan *consumer event*, PT Dyandra Promosindo juga memiliki rekam jejak yang kuat dalam menangani *special project* :

A. Pope Francis Apostolic Journey to Indonesia 2024



Gambar 2. 10 Logo Pope Francis Apostolic Journey to Indonesia 2024

Sumber : (Website Resmi Perusahaan, 2026)

Pope Francis Apostolic Journey to Indonesia 2024 merupakan kunjungan apostolik Paus Fransiskus ke Indonesia yang menjadi salah satu agenda internasional penting pada tahun 2024. Dalam penyelenggaraan kegiatan tersebut, PT Dyandra Promosindo dipercaya untuk memberikan dukungan pada aspek penyelenggaraan acara, sehingga seluruh rangkaian kegiatan dapat berlangsung secara terorganisir dan sesuai dengan standar pelaksanaan acara berskala internasional. Keterlibatan perusahaan dalam agenda ini mencerminkan pengalaman dan kapabilitas PT Dyandra Promosindo dalam menangani kegiatan internasional yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan serta dari berbagai negara (Promosindo, 2025).

