

## BAB II

### TINJAUAN UMUM ARARASA BSD

#### 2.1 Sejarah Perusahaan



Gambar 1 Logo Perusahaan

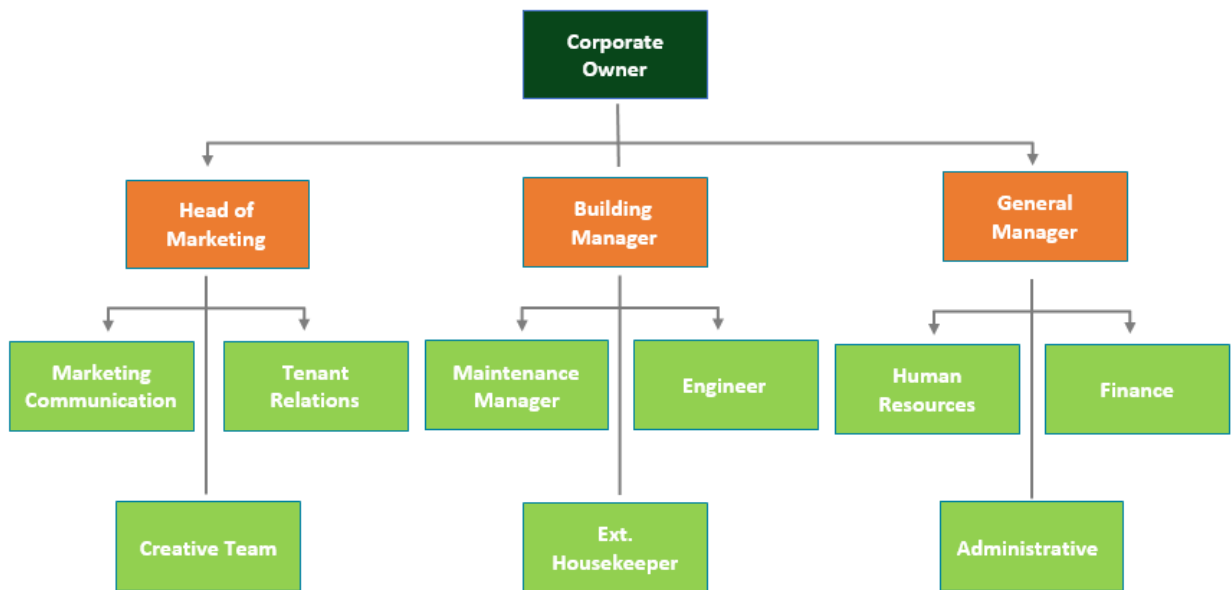
Sumber : (Ararasa BSD, 2021)

Ararasa BSD adalah destinasi ritel satu atap terbaru yang terdiri dari berbagai penawaran mulai dari makanan dan minuman, hiburan, toko kelontong, dan taman bermain. Dirancang dan dikuratori untuk pelajar dan pekerja kantoran selama hari kerja dan keluarga selama akhir pekan, Ararasa mencakup beragam pengalaman yang memenuhi kebutuhan banyak orang. Berdasarkan visinya untuk inspirasi nama mereknya, “Ararasa” menggabungkan kata “Arah” dan “rasa”, yang masing-masing berarti “Arah” dan “Sensasi” atau “perasaan”. Ararasa BSD berdiri pada tahun 2020, Ararasa berada di dalam naungan PT. Berkat Sahabat Maju, tepatnya berada di Kavling De Park Lot. 1 No.9-11. Jalan BSD Raya Utama, BSD City Serpong, Kampung Pabuaran Desa Lengkong Kulon, Pagedangan, Kab. Tangerang – Banten (Ararasa BSD, 2021).

Ararasa BSD sendiri merupakan pusat kuliner baru di Tangerang yang mengusung konsep *millenials & family*. Selain itu, di Ararasa terdapat sebuah *food court* yang berada di lantai 1, yaitu Temurasa Foodpark yang di ambil dari kata “temu” dan “rasa”, tentunya Temurasa Foodpark memiliki slogan “bersama ciptakan rasa”. Temurasa BSD sendiri memiliki konsep yang unik, dengan menyatukan kembali berbagai koneksi di antara manusia serta juga lingkungan yang langka di era digital ini. *Food Court* dari Ararasa BSD ini menawarkan berbagai pilihan kuliner dengan lebih dari 30 *tenant* makanan dan minuman. Tempat ini paling cocok dijadikan sebagai tempat nongkrong bersama teman dan keluarga, tidak hanya itu Temurasa BSD juga bisa dijadikan tempat untuk bekerja. Selain *food court* Ararasa BSD juga dilengkapi fasilitas pusat perbelanjaan *retail*

dan market city yang menyediakan kebutuhan sehari-hari. Ararasa BSD beroperasi Senin-Minggu mulai pukul 09.00-21.00 WIB (Putri, 2020).

## 2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2 Struktur Divisi Ararasa BSD

Sumber : (Company Profile, 15 September 2021).

### 2.2.1 Struktur Organisasi Besar

#### 1. *Corporate Owner*

Pemilik perusahaan dimana bertanggung jawab sepenuhnya dalam mengelola operasional sehari-hari dalam manajemen mall. *Corporate Owner* juga membuat peraturan perusahaan, mengembangkan strategi bisnis, mengetahui administrasi.

#### 2. *Head Of Marketing*

Bertanggung jawab dalam merencanakan, mengarahkan, mengkoordinasi kebijakan serta program pemasaran. Pada divisi ini memiliki 3 bagian:

##### A. *Marketing Communication*

*Marketing Communication* adalah segala bentuk pesan dan media yang disampaikan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dengan

target pasar, bentuknya bisa berbagai macam, mulai dari iklan, *branding*, kegiatan-kegiatan perusahaan, aktivitas online dan lainnya. *Marketing Communication* sendiri memikirkan cara pemasaran kepada segmen yang disasar, juga memikirkan strategi pemasaran dalam jangka panjang.

#### **B. *Tenant Relations***

Bertanggung jawab sebagai pihak yang mengusahakan terciptanya hubungan baik antara pihak *tenant* dengan pihak mall. Dengan terjalinnya hubungan antara *tenant* dan pihak mall maka jalinan bisnis yang terjalin keduanya akan berlangsung baik.

#### **C. *Creative Team***

Bertanggung jawab dalam mengembangkan komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada konsumen, mulai dari design yang unik. Tidak hanya itu *creative team* juga berkoordinasi pada setiap acara offline yang di buat oleh mall.

### **3. *Building Manager***

Pada divisi ini memiliki 3 bagian:

#### **A. *Maintenance Manager***

Bertanggung jawab dalam mengawasi pelaksanaan pekerjaan dalam pemeliharaan terhadap mall, biasa melakukan pengontrolan berkala sarana dan prasarana mulai dari kebersihan, keamanan serta kenyamanan bagi pengunjung.

#### **B. *Engineer***

Dimana bertanggung jawab terhadap perawatan, perbaikan, pengawasan, pengontrolan penggunaan energi mulai dari listrik dan air seefisien mungkin tanpa mengurangi kenyamanan, keselamatan.

#### **C. *Ext. Housekeeper***

Dimana bertanggung jawab dalam kelancaran operasional mall, meliputi pembinaan SDM, pelaksanaan kebersihan, kerapian, kenyamanan, perlengkapan pada area mall menyeluruh.

### **3. *General Manager***

Dimana bertanggung jawab dalam jalannya operasional mall, berkoordinasi dengan pegawai, bekerja berdasarkan visi dan misi perusahaan, mengawasi perekrutan, pelatihan, dan pembinaan, serta

juga memastikan masa izin semua *tenant*. Pada divisi ini memiliki 3 bagian yaitu:

**A. Human Resources**

Dimana bertanggung jawab dengan kesejahteraan seorang karyawan. HR sendiri memiliki tugas diantaranya pelatihan kerja karyawan, proses rekrutmen, serta mengelola kebijakan di perusahaan seperti tunjangan kesehatan, benefit karyawan dll.

**B. Finance**

Bertanggung jawab dalam pengaturan dan pengeluaran keuangan yang dilakukan. Finance selalu mengawasi keluar masuknya dana dari perusahaan, serta juga mengetahui alokasi dana yang digunakan.

## 2.2.2 Struktur Organisasi Kecil

### 1. Head Of Marketing

Bertanggung jawab dalam merencanakan, mengarahkan, mengkoordinasi kebijakan serta program pemasaran. Pada divisi ini memiliki 3 bagian yaitu *Marketing Communication*, *Tenant Relations*, dan *Creative Team*.

**A. Marketing Communication**

*Marketing Communication* adalah segala bentuk pesan dan media yang disampaikan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dengan target pasar, bentuknya bisa berbagai macam, mulai dari iklan, *branding*, kegiatan-kegiatan perusahaan, aktivitas online dan lainnya. *Marketing Communication* sendiri memikirkan cara pemasaran kepada segmen yang disasar, juga memikirkan strategi pemasaran dalam jangka panjang. *Marketing Communication* merupakan pekerjaan yang bisa di bilang sangat vital untuk perkembangan perusahaan, karena pekerjaan yang biasa dilakukan seorang *Marketing Communication* berkaitan dengan *income* perusahaan.

Selain itu juga biasa berkaitan dengan promosi untuk meningkatkan penjualan produk, dengan melakukan promosi seorang *Marketing Communication* memanfaatkan iklan dalam mempromosikan produknya media yang biasa digunakan untuk iklan sendiri menggunakan media sosial Instagram. Dengan melakukan iklan

menggunakan pendekatan soft selling dan juga hard selling harus mampu mengiklankan dengan baik.

*Marketing Communication* juga melaksanakan tugasnya dalam perencanaan media sosial instagram untuk melakukan kegiatan promosi bagi setiap *tenant-tenant*. Serta juga memanfaatkan KOL (*Key Opinion Leader*) dalam setiap program-program *marketing communication*.

#### **B. Tenant Relations**

Bertanggung jawab sebagai pihak yang mengusahakan terciptanya hubungan baik antara pihak *tenant* dengan pihak mall. Dengan terjalinnya hubungan antara *tenant* dan pihak mall maka jalinan bisnis yang terjalin keduanya akan berlangsung baik.

#### **C. Creative Team**

Bertanggung jawab dalam mengembangkan komunikasi yang efektif untuk menyampaikan pesan kepada konsumen, mulai dari design yang unik. Tidak hanya itu *creative team* juga berkoordinasi pada setiap acara offline yang di buat oleh mall.

### **2.3 Kegiatan Umum Perusahaan**

Ararasa BSD merupakan pusat perbelanjaan yang terdiri dari berbagai macam penawaran mulai dari makanan, minuman, hiburan, toko kelontong, dan taman bermain. Ararasa BSD menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok dan juga kebutuhan sekunder, dimana kebutuhan pangan dan sandang biasanya banyak ditemukan pada mall. Tidak hanya itu mall Ararasa BSD juga mengadakan *event* untuk menarik perhatian masyarakat sekitar BSD.

Jika kita lihat banyak pusat perbelanjaan yang sekarang mulai bergeser, tidak lagi hanya untuk berbelanja saja, namun sekarang pengunjung sudah banyak yang menjadikannya sebagai tempat *meeting* sama halnya dengan Ararasa BSD yang juga bisa dilakukan sebagai tempat *meeting*, biasanya pertemuan tersebut juga dilakukan sambil bersantap menu pilihan di restoran *favorite*.

Tidak hanya itu saja Ararasa BSD juga banyak pengunjung yang merupakan anak-anak muda yang dimana menjadikan mall sebagai tempat berkumpul dengan teman, biasanya anak-anak muda tersebut juga mengerjakan tugas, foto-foto, dan sebagainya sambil menikmati makanan yang ditawarkan oleh setiap restoran yang ada di Ararasa BSD.

Banyak keluarga juga yang berkunjung dengan mengajak anaknya yang masih kecil untuk diajak bermain di *play ground*, di Ararasa BSD sendiri menyediakan tempat bermain anak yaitu Little Barn Playground, dimana setiap anak kecil bisa menikmati permainan di area tersebut ketika sedang berkunjung ke Ararasa BSD. Sebagai orang tua juga bisa memanfaatkan waktunya bersama dengan anak-anak mereka, bagi sebagian keluarga mengunjungi mall bisa menjadi kegiatan wisata tersendiri.

Di Ararasa BSD juga menyediakan untuk orang-orang yang ingin membuat badannya agar lebih sehat juga tersedia tempat gym yang berbeda dengan tempat lainnya. Tidak hanya itu Ararasa BSD juga menyediakan tempat pijat Thai Reflexology bagi para pengunjung yang sudah lelah dalam menjalankan kegiatan sehari-harinya.

Praktikan tertarik dalam memilih Ararasa BSD sebagai tempat kerja profesi karena perusahaan ini merupakan sebuah mall dimana praktikan ini mempelajari terkait *Marketing Communication*, tidak hanya itu praktikan juga ingin mempelajari bagaimana seorang *Marketing Communication* melakukan tugas yang bisa menarik perhatian masyarakat agar tetap berkunjung ke Ararasa BSD.