

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Mal Teraskota *Entertainment Center*.



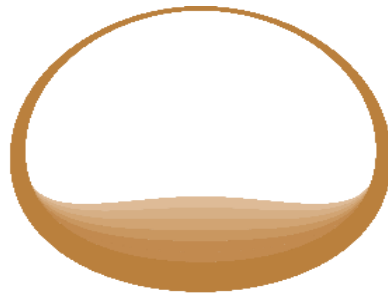
Gambar 2.1: Mal Teraskota *Entertainment Center*
Sumber: Data perusahaan, 2022

Mal Teraskota *Entertainment Center* (Mal Mal Teraskota BSD City) merupakan sebuah mal yang di dirikan oleh PT. Deyon Resources. PT. Deyon Resources merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang *property* yang didirikan pada tahun 2006. PT. Deyon Resources bertanggung jawab sebagai management Mal Teraskota. Mal Teraskota merupakan pusat perbelanjaan yang berkonsep *Your Cozcommunity Place*. Mal didirikan pada tahun 2008 dan baru resmi beroperasi pada tahun 2009. Mal Teraskota mengadakan *soft opening* pada tanggal 7 sampai 9 agustus

2009 dan melakukan *grand opening* pada 7 sampai 9 Agustus 2010 yang bertepatan dengan hari ulang tahun dari Mal Teraskota. Mal Teraskota terletak di pusat daerah BSD City, Tepatnya di *Central Business District* (CBD) Lot VII B, Jl. Pahlawan Seribu, Lengkong Gudang, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15322. Terletak di daerah yang strategis yaitu dekat dengan perkantoran dan juga permukiman masyarakat sehingga Mal Teraskota memiliki target pengunjung utama yakni warga BSD, Tangerang Selatan dan sekitarnya. Mal Teraskota di dirikan di lahan seluas 2 Hektar, dengan memiliki 3 lantai pusat perbelanjaan dan 1 lantai *basement*. Mal Teraskota juga terhubung langsung dengan Hotel Santika BSD yang lokasinya bersebelahan.



Gambar 2.2: Denah Lantai Mal Teraskota *Entertainment Center*
Sumber: Data Perusahaan, 2022

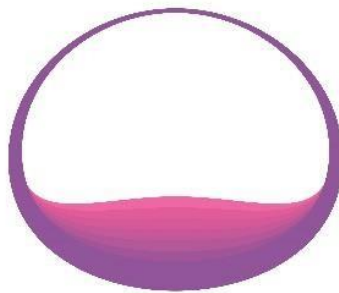


TERASKOTA
ENTERTAINMENT CENTER

Gambar 2.3: Logo Perusahaan Mal Teraskota *Entertainment Center*

Sumber: Data Perusahaan, 2022

Logo dari Mal Teraskota *Entertainment Center* adalah berbentuk bulat lonjong (oval) melambangkan alam semesta, dan garis melengkung di oval mewakili teras. Warna coklat pada logo mewakili tanah atau bumi, yang berarti bahwa Teraskota *Entertainment Center* merupakan tempat dimana para pengunjung dapat berkumpul, bersenang-senang, makan bersama, bersantai, dan menikmati musik.



TERASKOTA
ENTERTAINMENT CENTER

Gambar 2.4: Logo Media Cetak dan Digital Mal Teraskota *Entertainment Center*

Sumber: Data Perusahaan, 2022

Seiring dengan berjalanya waktu, Mal Teraskota mengalami sedikit perubahan pada bagian logo yang di cantumkan ke media cetak dan digital saat adanya aktivitas dan promosi yang dilakukan. Perubahan logo terdapat pada warnanya, yang awalnya berwarna kecoklatan menyeluruh, sekarang berganti menjadi berwarna warni. Adapun makna dari perubahan warna tersebut. Warna ungu dan pink pada bentuk logo menunjukkan kemewahan dan dianggap sebagai sesuatu hal yang menarik atau bisa menarik perhatian seseorang serta kelembutan yang menenangkan. Selanjutnya kata "TERASKOTA" yang berwarna warni melambangkan keceriaan atau *fun*. Kemudian pada kata "ENTERTAINMENT CENTER" berwarna *orange* melambangkan kehangatan atau kenyamanan, maka dari pemaparan ini dapat disimpulkan bahwa makna dari logo ini adalah bahwa Mal Teraskota sebagai tempat yang mampu memberikan sebuah kesenangan, keramahan, keceriaan, dan kenyamanan bagi semua masyarakat yang berkunjung ke mal ini. Makna dari logo tersebut sesuai dengan konsep yang di usung yaitu *Your Cozcommunity Place* yang berarti bahwa Mal Teraskota adalah tempat yang nyaman untuk berkumpul Bersama teman, keluarga, rekan kerja dan komunitas.

Visi dari Mal Teraskota *Entertainment Center* adalah "**Become a Cozcommunity Place**" yang berarti menjadi tempat yang nyaman bagi komunitas. Visi ini Menggambarkan keinginan Mal Teraskota untuk menjadi tempat yang nyaman untuk dikunjungi oleh keluarga, teman dan rekan kerja serta berbagai komunitas. Untuk mewujudkan Visi ini adalah Mal Teraskota mempunyai dan menyediakan area *amphitheater*, yaitu suatu tempat terbuka yang biasa digunakan untuk menjalankan kegiatan yang dilengkapi oleh panggung dan lain sebagainya yang dapat digunakan oleh komunitas untuk melakukan kegiatan atau event lainnya.

Misi dari Mal Teraskota *Entertainment Center* adalah "**Increase Loyalty and Profit Form Customer**" yang berarti meningkatkan loyalitas dan keuntungan dari pelanggan. Berdasarkan misi tersebut menggambarkan bahwa Mal Teraskota berkeinginan untuk selalu meningkatkan kesetiaan pengunjung dan memberikan banyak keuntungan baik untuk pengunjung maupun bagi Mal Teraskota. Untuk mewujudkan Misi ini adalah Mal Teraskota senantiasa berusaha selalu menyediakan

semua keperluan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pengunjung. Seperti mempunyai tempat bersantai (*TERASCORNER*) untuk para pengunjung, menyediakan berbagai macam Tenant dan island dari berbagai kategori sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengunjung.

Dalam mencapai tujuan tersebut Mal Teraskota *Entertainment Center* mengategorikan *Tenant* serta *Island* yang tersedia, terdapat 5 konsep yang dimiliki dan dapat ditemukan di *website* resmi Mal Teraskota, yaitu:

1. Teras Food

Teras *Food* adalah konsep kategori *tenant* dan *Island* yang menyediakan makanan dan minuman terdiri dari berbagai jenis menu lokal dan internasional seperti Solaria, Kafe Betawi, Kembang Lawang, Daun *Curry*, Bakso Lapangan Tembak Senayan, Bengawan Solo *Coffee*, Mie Ayam Cak Djojoe, *Java Ramen Bar*, *Hyeong je*, *Shihlin* Taiwan *Street Snacks*, Wingstop, *Wendys* dan lainnya. Lalu menu minuman seperti Janji Jiwa, Jeruk Meletus, *IJuzz*, Gulu- Gulu, Hop Hop, Kopi Kenanga, *Chatime*, Dum Dum Thai Tea, *Flash Coffe* dan *Starbucks Coffee*. Serta aneka jajanan ringan seperti *Ichiban Crepes*, Mochi Mochi, Rica Rico, Gulden Mice, Ropang Otw, Lee Loo Siomay, Tako n Sushi *Box*, *Shake – Shake in Tub*, Puyo *Silky Dessert*, *Baskin Robbins*.

2. Teras Fun

Teras *Fun* adalah konsep kategori *tenant* yang menyediakan berbagai macam hiburan baik untuk anak – anak sampai dewasa. Seperti *Toys City*, *Zooma Riders*, *kiddy word*, *Inflatable Park*, Gramedia, *Master Piece*, dan *CGV Cinemas*.

3. Teras Style

Teras *Style* adalah konsep kategori *tenant* yang berkaitan dengan *Style* atau *Fashion* seperti *Levi`s*, panama, Cukur-in, *Fladeo Shoes*, *Mystore*, *House of Wacoal*, dan *Terra outlet*.

4. Teras Fit

Teras *Fit* adalah konsep kategori *tenant* yang berkaitan dengan Kesehatan dan perawatan seperti *Guardian*, *Watsons*, *Celebrity Fitness*, dan *MY Salon Premiere*.

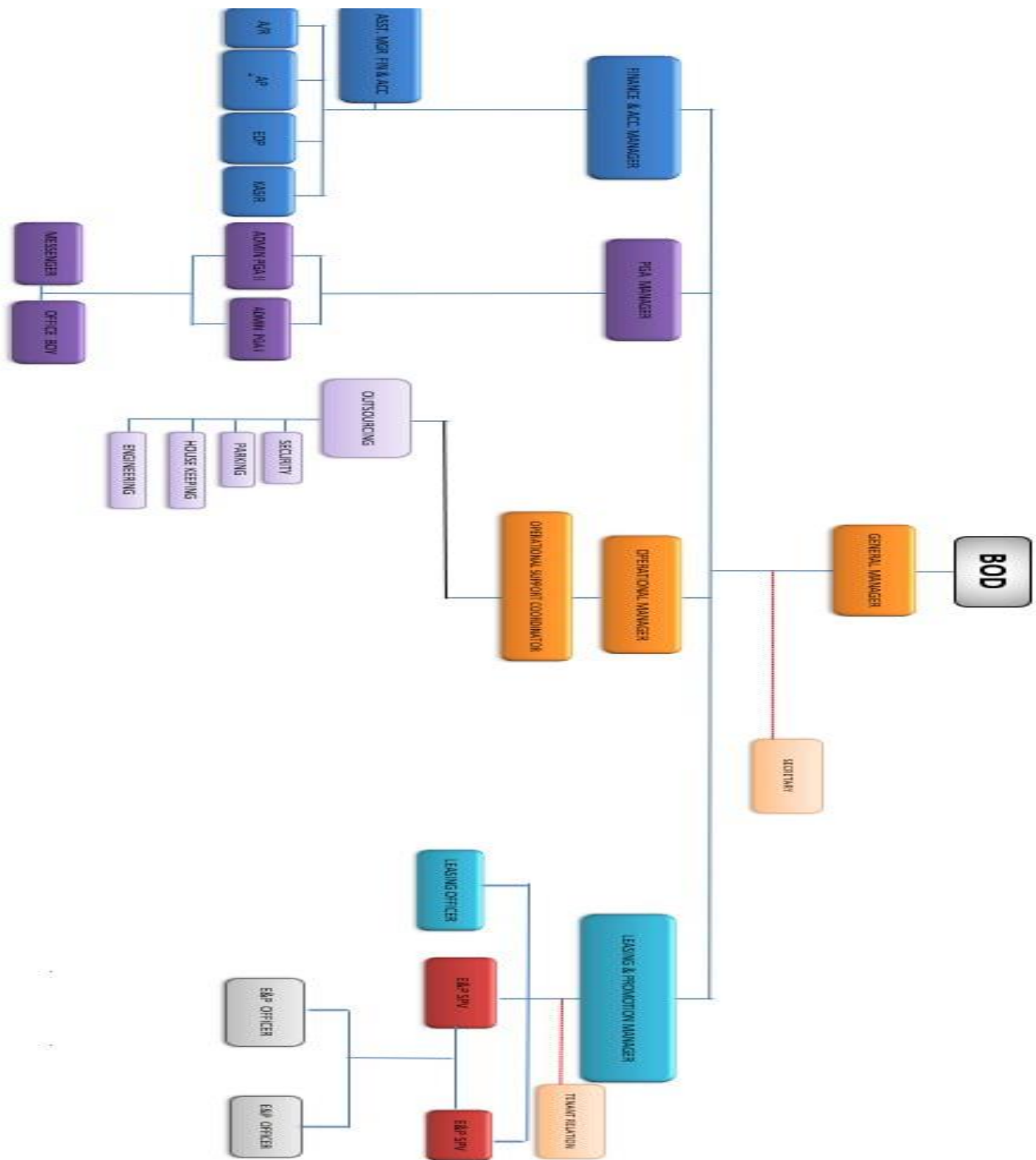
5. Teras Home

Teras *Home* adalah konsep kategori *tenant* yang berkaitan dengan kebutuhan rumah tangga sehari – hari seperti *Ace Hardware, Superindo, Samsung Experience Shop, Miniso* dan *Wellcomm Shop*.

Mal Teraskota *Entertainment Center* untuk terus menyediakan berbagai kebutuhan ekonomi sosial masyarakat (pengunjung) dan meningkatkan kualitas pelayanan yaitu dengan memberikan kenyamanan dan keamanan bagi pengunjung. Salah satu cara Mal Teraskota *Entertainment Center* untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah dengan cara menyediakan berbagai *platform* media komunikasi untuk memberikan informasi dan mendapatkan *feedback* dari pengunjung. *platform* media komunikasi yang dimiliki berupa *website* yaitu www.MalTeraskota.com dan akun media sosial seperti *Instagram, TikTok, Facebook* dan *Twitter*.

Sampai saat ini, Mal Teraskota *Entertainment Center* mampu mempertahankan citranya sebagai pusat pembelanjaan yang berkualitas terbaik dalam memberikan kenyamanan dan keamanan bagi para pengunjung, ini terbukti dengan selalu terlibatnya Mal Teraskota dalam setiap kegiatan atau *event* yang diselenggarakan oleh pemerintah Kota Tangerang Selatan. Kegiatan yang melibatkan Mal Teraskota adalah dengan menunjuk Mal Teraskota sebagai salah satu tempat penyedia pelayanan masyarakat yaitu penyelenggaraan Vaksinasi, Imunisasi BIAN, dan Anjungan Dukcapil, serta terlibat juga dalam *event* seperti *Tangsel Marathon 2022* dan Donor darah.

2.2 Struktur Organisasi Mal Teraskota *Entertainment Center*.



Gambar 2.5: Struktur Organisasi 2022 Mal Teraskota *Entertainment Center*

Sumber: Data Perusahaan, 2022

Berdasarkan Gambar 2.5 menunjukkan bahwa Mal Teraskota *Entertainment Center* memiliki struktur organisasi yang terstruktur dengan baik. Posisi tertinggi ditempati oleh BOD (*Board of Directors*) yang di duduki dari pihak PT. Deyon *Resources*, bertugas untuk memimpin dan mengawasi semua jajaran di bawahnya. Lalu di posisi kedua di tempatin oleh *General Manager* yang bertugas sebagai pengkoordinir dan penanggung jawab semua divisi yang ada di bawah nauanganya. Terdapat 5 divisi utama yaitu *Finance*, *Personal General Affair (PGA)*, *Event & Promotion*, *Casual Leasing* dan *Operation*. 5 Divisi utama ini masing – masing mempunyai peran dan tanggung jawab yang berbeda – beda yaitu sebagai berikut:

1. Divisi *Finance*: Divisi ini memiliki peran dan tanggung jawab untuk memantau serta mengurus segala keperluan perihal keuangan perusahaan, seperti pengaturan keuangan, melakukan pembayaran, berhubungan dengan pihak internal dan eksternal mengenai aktivitas keuangan, membuat laporan keuangan untuk setiap penerimaan dan pengeluaran biaya oleh Mal Teraskota *Entertainment Center* yang tercatat dan telah disetujui.
2. Divisi *Personal General Affair (PGA)*: Divisi ini memiliki peran dan tanggung jawab untuk mengurus segala sesuatu yang berkaitan dengan bidang sumber daya manusia Seperti Penambahan atau pengurangan Karyawan, dan menentukan besaran (jumlah) upah karyawan. Serta bertanggung jawab atas aset atau barang yang dibutuhkan untuk menunjang kegiatan kerja karyawan seperti pengadaan barang-barang keperluan operasional seperti *Personal Computer (PC)*, *Printer*, Mesin fotocopy, Pembayaran keperluan sehari – hari seperti Listrik, air, telepon, Jaringan Internet (Wi-Fi) dan pembelian rutin seperti alat tulis kantor (ATK), kertas, tinta printer, dan barang lain sebagainya.

3. Divisi *Event & Promotion*: Divisi ini memiliki peran dan tanggung jawab untuk membuat, merencanakan sampai memastikan kegiatan *event* berjalan sesuai dengan harapan, serta melakukan promosi secara langsung maupun di *media sosial*.
4. Divisi *Leasing*: Divisi ini memiliki peran dan tanggung jawab untuk melakukan penawaran dan penjualan kepada semua *spot tenant* yang tersedia di Mal Teraskota serta Menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan *tenant*.
5. Divisi *Operational*: Divisi ini memiliki peran dan tanggung jawab untuk mengelola semua kegiatan operasional gedung yang berada di Mal Teraskota baik di kantor maupun di area mal, meliputi sistem instalasi, audio, penerangan, keamanan, perawatan, perizinan, legalitas perusahaan, dan lain-lain.

2.3 Kegiatan umum

Kegiatan umum di Mal Teraskota *Entertainment Center* (Mal Teraskota BSD City) ialah sebagai penyedia tempat bagi para *tenant* (penyewa Toko), menyediakan *venue* untuk *event* dan komunitas serta melakukan pelayanan yang terbaik terhadap pengunjung.

Kegiatan umum khususnya pada divisi *Event & Promotion* ialah divisi yang bertanggung jawab untuk melaksanakan berbagai kegiatan promosi yang tujuannya untuk meningkatkan loyalitas dan *traffic* pengunjung. Tugas dan tanggung jawab dari divisi *event & promotion* meliputi:

1. Membuat rangkaian kegiatan atau *event*, mulai dari perencanaan sampai pelaksanaan sebuah *event* dan memastikan sesuai dengan rencana dan konsep yang sudah di tentukan.
2. Merancang, menentukan, dan mengelola semua promosi pemasaran seluruh elemen (*tenant* dan fasilitas) di Mal Teraskota melalui media konvensional dan *platform* digital.

3. Membangun layanan pengunjung melalui media *online* seperti *Instagram, TikTok, Facebook, Twitter* dan lain sebagainya.
4. Melaksanakan pekerjaan humas dan menjalin hubungan dengan pengunjung dan pihak ketiga seperti pejabat terkait, wartawan dan lain sebagainya.
5. Mengelola penggunaan dana untuk media promosi dan perencanaan *event*.

