

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Teraskota *Entertainment Center*

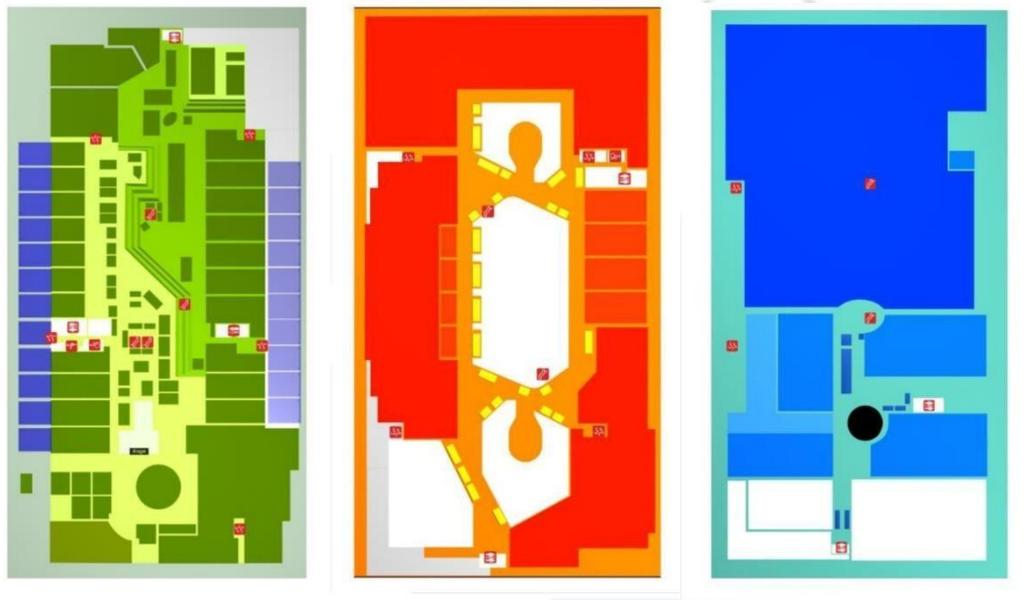
Teraskota *Entertainment Center* merupakan sebuah mal yang cocok dikunjungi untuk lebih bisa bersantai atau melakukan suatu kegiatan atau aktivitas yang menyenangkan yang tidak begitu monoton baik berkunjung saat seorang diri, bersama rekan, teman, pasangan, keluarga, atau bahkan komunitas. Teraskota berada di Jalan Kepulauan Seribu, CBD Lot VII B, Lengkong Gudang, Tangerang Selatan. Teraskota *Entertainment Center* sudah berdiri sejak 13 tahun yang lalu, tepatnya pada tanggal 9 Agustus 2009. Teraskota *Entertainment Center* dibangun bersama dengan Hotel Santika yang mana letak mal teraskota berada bersebelahan dengan Hotel Santika BSD. Hotel Santika dan Teraskota *Entertainment Center* sendiri berada di bawah naungan PT. Deyon Resources yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *property* atau *real estate* dan juga jasa pengelolaan Gedung. PT. Deyon Resources sendiri berdiri pada tahun 2006 di Jakarta oleh 8 (delapan) orang Antonius Jatmiko, Hapsoro Sukmonohadi, Handoko Anggraito, Ipeng Widjojo, Hartanto, dan Rivo Padmuji.



Gambar 2.1 Logo Teraskota *Entertainment Center*

Sumber: Internal Teraskota

Teraskota *Entertainment Center* yang didirikan pada lahan seluas 2 hektar dan dibuka untuk umum ini memiliki sebuah logo yang berbentuk bulat seperti bentuk matahari atau jagat raya berwarna coklat. Lalu, pada bentuk bulat di logo terdapat sebuah garis melengkung berombak berwarna orange kecoklatan yang bermakna teras. Jadi, jika diartikan lebih dalam lagi logo teraskota ini memiliki arti bahwa Teraskota *Entertainment Center* mampu menjadi sebuah tempat yang tepat untuk menjadi pilihan pengunjung yang ingin tetap bersantai, menikmati makanan atau minuman, maupun berbelanja dengan nyaman bahkan dapat menikmati aktivitas musik yang ada. Teraskota *Entertainment Center* ini memiliki 3 lantai dan 1 basement.



Gambar 2.2 Ilustrasi Per Lantai Mal Teraskota
Sumber: Internal Perusahaan

Pada tanggal 31 desember 2015 sempat terdapat sebuah pesan ancaman yang didapatkan pada toilet lantai 2 mal teraskota. Pesan tersebut berisi tentang ancaman teror untuk meledakkan gedung mal teraskota, akan tetapi gedung dijaga dengan ketat. Namun, diluar dari adanya ancaman teror yang pernah terjadi, Teraskota *Entertainment Center* memiliki sebuah visi dan misi. Sejak berdirinya mal Teraskota *Entertainment Center* membuat mal yang berlokasi di Kawasan BSD City

tersebut memiliki visi yaitu *'Become a Cozmmunity Place'* yang memiliki arti bahwa Teraskota *Entertainment Center* diharapkan untuk dapat menjadi sebuah tempat yang nyaman bagi segala komunitas karena diambil dari gabungan kata *'Cozmmunity'* (*Cozy-Community*). *'Cozy'* yang berarti nyaman dan *'Community'* mengartikan bahwa Teraskota *Entertainment Center* juga mengharapkan bahwa mal ini mampu menjadi tempat yang nyaman bagi kalangan pengunjung biasa maupun komunitas.

Sedangkan, misi dari mal tersebut yang berupa *'Increase Loyalty and Profit from Customer'* mengartikan bahwa Teraskota *Entertainment Center* diharapkan untuk dapat semakin mampu dalam meningkatkan loyalitas dan mendapatkan profit atau keuntungan dari para pelanggan yang berdatangan ke Mal Teraskota. Jadi, sangat diharapkan pelangan yang menjadi terus loyal untuk berkunjung dan berbelanja di Mal Teraskota agar demikian Teraskota *Entertainment Center* juga akan meningkatkan keuntungan dari pelanggan-pelanggan yang berdatangan tersebut. Lalu, adapun hal menarik yang Teraskota buat yaitu sebuah konsep paket hiburan lengkap untuk para pengunjungnya seperti *Teras Food, Teras Fun, Teras Fashion, Teras Fit, Teras Gadget, Teras Home, dan Teras Style*.

a. *Teras Food*

Teras Food merupakan suatu konsep gabungan dari semua tenant makanan atau minuman yang berada pada Mal Teraskota. Masing- masing makanan dan minuman yang turut hadir dan dapat dinikmati oleh para pengunjung di Mal Teraskota adalah Starbucks, Hop Hop, Flash Coffee, Gulden's Mice, Wingstop, Kopi Tuya, Wendy's, Ichiban Crepes, Gandys, Gulu Gulu, Kafe Betawi, Daun Curry, Shihlin, Bakmi Mipolo, Bakso Lapangan Tembak Senayan, Ropang OTW, Tom's Burger & Rice Bowl, Kopi Kenangan, Ijuzz, Chatime, Bengawan Solo Coffee, Janji Jiwa, Shihlin, Dum Dum Thai Drinks, Hyeongje, Mie Ayam Cak Jojoe, Java Ramen Bar, Shake Shake in a tub, Tako n Sushi Box, Leeloo Siomay, Mochi. Mochio, Jeruk Meletus, dan Rica Rico Bika Ambon.

b. *Teras Fun*

Pada kategori *Teras Fun* menyajikan berbagai macam tempat yang cocok dikunjungi sebagai sarana atau tempat yang membawa kesenangan tersendiri bagi kalangan dan usia tertentu. *Teras Fun* disini berisikan Gramedia, Masterpiece, CGV Cinemas, Toys City, Wisata permainan Main Air, dan juga terdapat live musik.

c. *Teras Fashion*

Teras Fashion menghadirkan berbagai macam tenant di Mal Teraskota yang menjual berbagai macam jenis fashion seperti Levi's, MYSTORE Branded House, Wacoal, Panama, dan Terra.

d. *Teras Fit*

Teras Fit merupakan sebuah kategori berisi berbagai macam tenant yang menunjang hal-hal yang berkaitan dengan kesehatan diri, bodycare, skincare, dan sebagainya seperti Celebrity Fitness, Guardian, dan Watsons.

e. *Teras Gadget*

Teras Gadget merupakan kategori yang berisikan tenant yang menjual suatu produk yang dimilikinya berupa gadget atau elektronik seperti contohnya pada Samsung yang berada di Lantai 1 dan juga Wellcomm Shop yang berada di Lantai Ground.

f. *Teras Home*

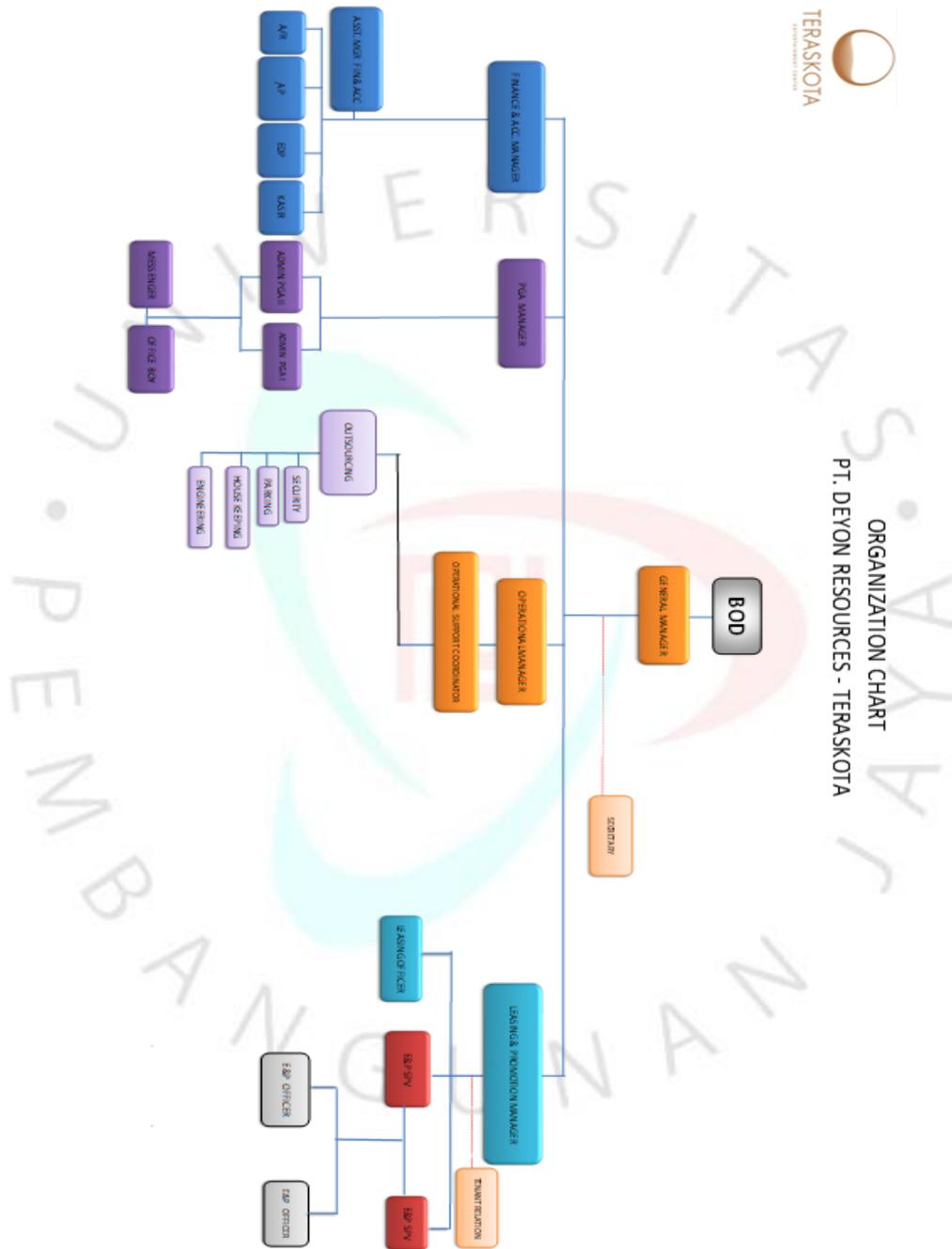
Teras Home merupakan kategori yang berisikan segala tenant yang ada pada Mal Teraskota yang menjual produk, alat, atau barang yang berhubungan dengan kebutuhan rumah tangga seperti ACE Hardware, Miniso, dan Superindo,

g. *Teras Style*

Pada kategori *Teras Style* disini mengartikan berbagai macam tenant yang lebih menunjukkan gaya atau *style* yang sering

berhubungan dengan kebutuhan pribadi pada diri seseorang seperti My Salon, Kaizen, Cukur-in, The Brahouse, Girlie, dan New Time.

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Management Teraskota
Sumber: Internal Perusahaan

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan dan Divisi Event dan Promosi



Gambar 2.4 Lobby Utama Mal Teraskota
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Sebagai sebuah pusat perbelanjaan atau mal yang memiliki konsep *Entertainment Center* dan mampu dianggap 'cozy' dengan bertemakan sama seperti family mall ini tentunya tidak luput dari peran para pengelola management yang ikut andil dalam mengurus Mal Teraskota agar selalu menjadi pilihan pertama yang dipilih oleh para pengunjung. Teraskota *Entertainment Center* sendiri merupakan sebuah pusat perbelanjaan yang menyediakan tempat-tempat bagi para tenant, sebuah tempat yang dapat dijadikan sebagai event atau acara tertentu yang dapat dilakukan pada Lantai Ground Main Atrium atau ada Lantai 2 Mal Teraskota. Namun, pihak Management Teraskota *Entertainment Center* tentu ikut mengurus segala hal yang berkaitan dengan pengelolaan dan penyewaan tempat-tempat di Teraskota, seperti misalnya tenant-tenant yang berada pada Mal Teraskota *Entertainment Center*, penyewaan tempat untuk berdirinya tenant, maupun penyewaan tempat untuk diselenggarakannya event dan berjalannya kegiatan bagi para komunitas.

Lalu, pada divisi event dan promosi merupakan sebuah bagian dari perusahaan yang memiliki tugas untuk mengadakan serta menjalankan

berbagai macam event yang cocok dan mampu diadakan pada Mal Teraskota. Selain itu, pada divisi event dan promosi juga harus mencari tahu mengenai daya tarik konsumen dan pengunjung dalam hal strategi promosi. Jadi, dapat dikatakan bahwa pada divisi event dan promosi ini adalah sebuah divisi yang melakukan tahap perencanaan sampai dengan terlaksananya kegiatan event atau promosi tersebut. Pada pelaksanaan dan kegiatan event yang berlangsung, divisi ini juga turut andil dalam mengawasi jalannya event agar mampu mencapai sasaran atau target yang dituju sesuai dengan kegiatan acara yang diharapkan. Sedangkan untuk pelaksanaan promosi, hal-hal yang biasa dilakukan dapat berupa mengadakan event-event agar menarik banyak pengunjung untuk hadir pada kegiatan event yang dilaksanakan pada Mal Teraskota maupun ikut mempromosikan segala hal yang berkaitan dengan Mal melalui website resmi *mallteraskota.com* atau ikut aktif dalam pelaksanaan promosi dengan memanfaatkan juga media sosial sebagai alat atau media untuk dijadikan sebagai bagian dari media promosi yang dapat dimanfaatkan.