

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan objek dan wilayah penelitian yakni deskripsi The Park Mall Solo, logo dan *tagline*, visi misi perusahaan, fasilitas yang ditawarkan The Park Mall Solo, dan segmentasi pasar dari The Park Mall Solo. Data diperoleh melalui wawancara kepada narasumber yakni Kristina Tri Mawarti selaku Public Relations dari The Park Mall Solo. Sumber lain yang digunakan adalah melalui *Instagram* The Park Mall Solo (@theparksolo_official), *Website* (mall.theparksolo.com), dan beberapa *blog*, serta pemberitaan *online* yang memuat tentang The Park Mall Solo. Berikut merupakan hasil wawancara dengan narasumber dan studi dokumentasi tentang The Park Mall Solo.

A. Tentang The Park Mall Solo

GAMBAR 4
The Park Mall Solo



Sumber: Website The Park Mall Solo, 2019

The Park Mall Solo merupakan anak perusahaan dari PT Nirvana Development Tbk, yakni PT Tri Star Land yang bergerak dalam bidang bisnis properti. The Park

Mall Solo sendiri dirancang oleh PTI Architects yang membawa fungsi properti dalam satu area pengembangan. Area pengembangan ini terdiri dari pusat perbelanjaan dan *city walk*, hotel, perkantoran, pusat otomotif, ruko, rumah sakit, sekolahan, dan ruang pameran. Ini lah yang kemudian biasa disebut dengan Kawasan The Park Mall Solo.

Pada tanggal 31 Oktober 2013, oleh Bupati Sukoharjo, H. Wardoyo Wijaya, SH, MH. The Park Mall Solo resmi dibuka. The Park Mall Solo berada di wilayah perbatasan antara Kota Solo dan Sukoharjo, atau yang biasa disebut dengan Solo Raya. Wilayah tersebut merupakan wilayah strategis yang dikelilingi oleh beberapa pusat bisnis, seperti Hartono Mall Solo, Best Western Premier Hotel, Rumah Sakit Indriyati. The Park Mall Solo berdiri di lahan komersil dengan luas bangunan 55.000 m² dan lahan parkir seluas 22.000 m². The Park Mall Solo adalah salah satu pusat perbelanjaan terbesar di Solo, ditunjukkan dari kehadiran lima *tenant-tenant* besar berskala internasional yang tidak ada di pusat perbelanjaan lain di Solo. *Tenant-tenant* tersebut seperti Metro Departement Store, H&M, Cinema XXI, Lotte Mart, dan Fun World.

Pengelolaan manajemen di The Park Mall Solo dikepalai oleh seorang Direktur Bisnis & Marketing. Direktur Bisnis & Marketing The Park Mall Solo menjadi pimpinan tertinggi di perusahaan. The Park Mall Solo juga terdiri dari tim pemasaran, tim hubungan publik, tim keuangan, dan tim sumber daya manusia. Pembagian departemen The Park Mall Solo antara lain adalah *Human Resources Development and Legal, Financial and Accounting, Marketing Communication, Tenant Relations, Casual Leasing, Operations*, dan *departemen Foodpark*.

B. Logo dan *Tagline* The Park Mall Solo

Logo The Park Mall Solo diciptakan sebagai representasi bentuk pohon yang sedang mekar. Logo ini ingin menekankan nuansa kekeluargaan yang ramah lingkungan. Hal ini didasarkan pada *brand essence* dan *brand vision* dari The Park Mall Solo. Adapun bentuk lingkaran dari logo tersebut adalah penggambaran dari siklus kehidupan seperti: aktivitas sehari-hari, hubungan pertemanan, dan juga hubungan kekeluargaan. Sedangkan lingkungan di sekitar figur sosok manusia yang gembira itu berusaha menggambarkan sebuah tempat yang digunakan untuk penyegaran kembali setelah aktivitas dilakukan.

GAMBAR 5

Logo The Park Mall Solo



Sumber: The

Mall Solo, 2017

Tagline “*The*

Green Shopping

Atmosphere” digunakan oleh The Park Mall Solo sebagai *tagline* pertama. *Tagline* ini menunjukkan bahwa The Park Mall Solo datang sebagai mal untuk para keluarga dengan kemewahan, nuansa alam yang hijau, area terbuka, dan taman yang ditata dengan sangat indah. The Park Mall Solo melalui *tagline* “*The Green*

Shopping Atmosphere” ini juga ingin menawarkan kenyamanan sebagai kombinasi dari alam dan keindahan.

GAMBAR 6
Logo The Park Mall Solo “*The Green Shopping Atmosphere*”



Sumber: The Park Mall Solo, 2017

Pada tahun 2018, tetap dengan logo yang sama, *tagline* The Park Mall Solo berubah dan diganti menjadi “*Feel the Inspiration*”. Melalui *tagline* ini, The Park Mall Solo mengusung konsep *one stop shopping* dan gaya hidup moderen. Diharapkan melalui *tagline* ini, pelanggan dapat merasakan penyelaman yang berbeda setelah datang ke The Park Mall Solo. Adapun hal ini didukung dengan keberadaan area yang luas, hijau, nyaman, dan mengedepankan pelayanan yang sangat baik bagi para pelanggan.

GAMBAR 7
Logo The Park mall Solo “*Feel the Inspiration*”



Sumber: The Park Mall Solo, 2019

C. Visi dan Misi The Park Mall Solo

Visi

Menjadi destinasi belanja dan kuliner nomor satu serta dikenal oleh masyarakat di era Jawa Tengah dan D. I. Yogyakarta

Misi

- a) The Park Mall Solo terdiri dari tim yang handal dan kompeten dalam mengelola dan memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat.
- b) Menjadi satu-satunya mal yang berkonsep “*Feel the Inspiration*”
- c) *Service excellent* merupakan pedoman kami untuk selalu memberikan kepuasan dan melengkapi gaya hidup masyarakat khususnya Jawa Tengah dan D. I. Yogyakarta
- d) The Park Mall Solo menciptakan pengalaman dan nuansa belanja yang menarik dan berbeda.

D. Fasilitas The Park Mall Solo

The Park Mall Solo menyatakan bahwa pusat perbelanjaan ini memiliki beberapa fasilitas yang mendukung kenyamanan konsumen dan pengunjung. Fasilitas tersebut di antaranya seperti kamar mandi, area parkir seluas 22.000 m², *smoke detector*, *lift*, eskalator, *CCTV*, *foodpark*, mushola, *wifi*, dan area publik. Adapun untuk bangunan The Park Mall Solo terdiri dari empat lantai, yaitu lantai *Lower Ground (LG)*, *Ground Floor (GF)*, *First Floor (FF)*, dan *Second Floor (SF)*.

GAMBAR 8

Kawasan The Park Mall Solo dan Area Parkir



Sumber: Park Mall Solo, 2014

The Park Mall Solo juga mengoptimalkan pelayanan berbelanja bagi konsumen dan pengunjung dengan kehadiran *tenant* yang jumlahnya hampir mencapai 100 *tenant*. *Tenant-tenant* tersebut tersebar di empat lantai The Park Mall Solo dari *first floor* hingga *second floor*. Adapun produk-produk yang ditawarkan The Park Mall Solo dikelompokkan dalam beberapa kategori, yakni *entertainment, accessories and jewelry, department store, fashion, food & beverage, foodpark, groceries, hair & beauty, gadget & electronics*, dan *others*. *Anchor tenant* atau *tenant* besar dari The Park Mall Solo antara lain Metro Departement Store, Lotte Mart, H&M, Cinema XXI, dan Fun World.

E. Segmentasi The Park Mall Solo “*Feel the Inspiration*”

Segmentasi pasar The Park Mall Solo dibagi menjadi empat kategori, yakni demografis, geografis, *behavioral*, dan psikografis. Aspek demografis dari segmentasi pasar The Park Mall Solo adalah kaum pria dan wanita yang memiliki rentang usia di antara 17 tahun hingga 25 tahun. Selain itu pendapatan dari target

pasar ini berada di level *medium up* atau menengah ke atas. Menurut pernyataan Kristina, segmentasi The Park Mall Solo beradsa di SES A++.

Segmentasi geografis yang dipilih The Park Mall Solo adalah Jawa Tengah dengan spesialisasi lokasi di Solo Baru dan Solo Raya. Hal ini dipilih karena melihat Jawa Tengah, khususnya di Kota Solo adalah daerah yang strategis dengan perkembangan perekonomian yang baik. Sehingga, pemilihan segmentasi ini sesuai dengan yang diharapkan The Park Mall Solo.

Aspek *behavioral* dari segmentasi pasar yang dipilih The Park Mall Solo adalah masyarakat yang memiliki *user rate family* dan milenial. Sedangkan untuk *user status* yang dipilih adalah masyarakat yang memiliki kecenderungan perilaku yang loyal atau *loyalist*.

F. Brand Image The Park Mall Solo

Image yang berusaha diciptakan The Park Mall Solo dalam benak konsumen adalah sebagai *premium luxury mall*. *Image premium luxury mall* berusaha diciptakan The Park Mall Solo melalui dua hal, antara lain adalah *good services* dan *good ambiance*. *Good ambiance* ditunjukkan melalui tempat dan bangunan. The Park Mall Solo memiliki bentuk bangunan yang sengaja dibuat megah dengan koridor-koridor yang luas, *ceiling* tinggi, dan toko-toko dengan *shop front* yang besar. Sedangkan untuk *good services* ditunjukkan melalui pelayanan mulai dari karyawan, *customer services (CS)*, petugas kebersihan, satpam, hingga ketersediaan fasilitas yang beragam.

Pada tahun 2018, The Park Mall Solo berhasil memperoleh penghargaan sebagai destinasi belanja terfavorit di ajang penghargaan *Excellent Brand Awards* di Jawa Tengah. Melalui penghargaan ini The Park Mall Solo semakin berupaya untuk memperkuat *image* tersebut agar semakin menginspirasi orang-orang untuk datang.

GAMBAR 9
Penghargaan The Park Mall Solo di *Excellent Brand Awareness*



*Sumber: Akun Instagram The Park Mall Solo (@theparksolo_official)
Diakses pada 23 Oktober 2019*

G. Struktur Organisasi The Park Mall Solo

Struktur organisasi yang terdapat di The Park Mall Solo di kepalai oleh seorang *Business & Marketing Director* (Danny Johannes) dengan *General Manager Operational* (Erik Suhendar). The Park Mall Solo memiliki tiga departemen yang membawahi *Business & Marketing Director*, yakni departemen *Marketing Communication*, *Casual Leasing*, dan *Leasing*. Sedangkan empat departemen lain seperti *Human Resources/General Affairs*, *Finance & Accounting*, *Operation*, serta

Engineering berada di bawah *General Manager Operation*. Berikut adalah bagan struktur organisasi yang dimiliki The Park Mall Solo:

