

KONSEP PENGELOLAAN MAL DENGAN PENEKANAN KEPADA KEGIATAN PROMOSI (Studi Kasus: Mal Puri Indah)

Oleh: Vinta Yarpیاتina

Dewasa ini masyarakat menjadikan pusat perbelanjaan sebagai tempat rekreasi keluarga, meeting point bersama teman saudara bahkan relasi bisnis. Pengelola pusat perbelanjaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada pengunjung dan tenannya. Kegiatan promosi merupakan salah satu bentuk pelayanan yang dilakukan oleh pengelola. Penulis mencoba untuk meneliti lebih dalam kegiatan promosi pada pusat perbelanjaan, disesuaikan dengan segmentasi dan karakteristik dari pengunjung, sehingga penyelenggara acara sesuai dengan target pasar di pusat perbelanjaan tersebut.

Studi ini mencoba melakukan evaluasi dari pengelolaan mal pusat perbelanjaan, melakukan evaluasi terhadap tenant mixed, dan positioning dari pusat perbelanjaan di Jakarta Barat. Penekanan studi ini yaitu kepada evaluasi kegiatan promosi di salah satu pusat perbelanjaan di Jakarta Barat.