

Abstract

This report purpose is to analyze the implementation of marketing mix on Lombok epicentrum mall that located in Nusa Tenggara Barat. Marketing mix is an important aspect for the organization to determine target market which aimed in the long-term. Management mall parties should implement those 4 marketing mix correctly to achieve organizations goals.

Activity that has been done for work-field practice were running activities as department causal leasing and tenant relation staff in lombok epicentrum mall due to available working standard. Casual leasing and tenant relation department is an important department needed to reach tenant target in order mall could be fullfiled with tenants and get high-qualified tenants. Furthermore, create events that able to attract lombok people to visit lombok epicentrum mall. Along with work-field practice, still can be found several marketing activities which not suitbale with the theories; hence, caused several problems appear inside organization. Therefore, improvement implementation inside organization needed.

Keyword: Marketing mix strategy, Shopping center, Tenant, Event



INTISARI

Laporan ini bertujuan untuk mengamati penerapan bauran pemasaran pada Lombok Epicentrum Mall yang terletak di Nusa Tenggara Barat. Bauran Pemasaran merupakan salah satu aspek penting bagi perusahaan untuk menentukan sasaran pasar yang dituju dalam jangka panjang. Pihak *Management* Mall harus dapat menjalankan keempat strategi bauran pemasaran dengan benar agar dapat mencapai tujuan perusahaan.

Aktivitas yang dilakukan selama praktik kerja lapangan yakni menjalankan aktivitas sebagai staff departemen *Casual Leasing & Tenant Relation* di Lombok Epicentrum Mall sesuai dengan standar kerja yang ada. Departemen *Casual Leasing & Tenant Relation* merupakan departemen yang dibutuhkan untuk dapat memenuhi target *Tenant* agar mall dapat terisi penuh dan mendapatkan *Tenant* yang berkualitas serta mengadakan *Event-Event* menarik agar dapat menarik masyarakat Lombok untuk berkunjung ke Lombok Epicentrum. Namun seiring berjalannya program kerja lapangan, masih ditemukan beberapa aktivitas pemasaran yang tidak sesuai dengan teori, sehingga menyebabkan beberapa kendala timbul di dalam perusahaan. Oleh karena itu, dibutuhkan adanya penerapan perbaikan di dalam perusahaan.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Pusat Perbelanjaan, Penyewa, Acara