

## EXECUTIVE SUMMARY

This thesis is made to examine the root cause, why Grand Serpong Mall suffered its lowest bottom condition and to recommend ways of increasing the visitors.

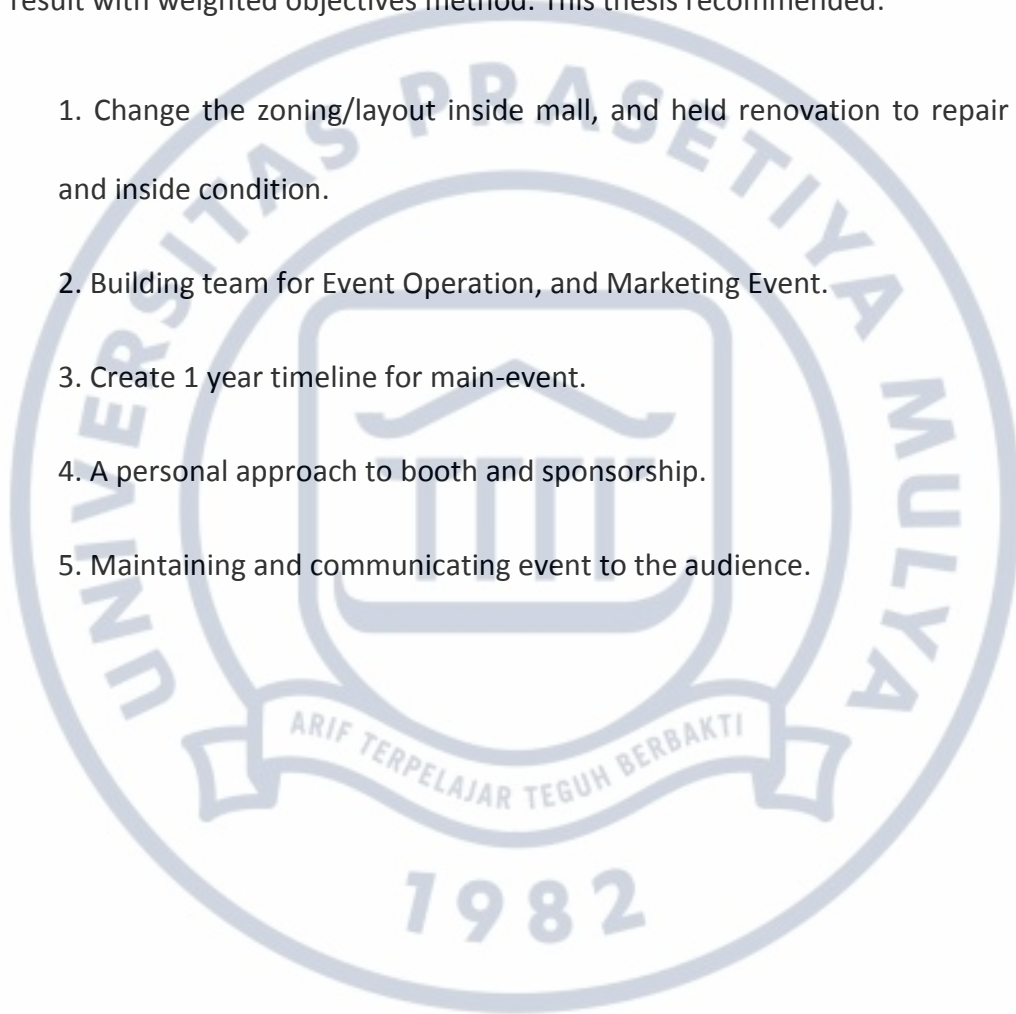
The research draws attention to the fact that in 2010, Grand Serpong Mall can attract many famous brands such as Giant, Solaria, KFC, Sport Station, etc; but can't maintain the tenant presence for long due to downturn in the business. Further, this research also examine why the mall can't attract people to visit the mall although the population and economy around the Tangerang area is growing rapidly.

Based on research, it is revealed that the poor business in Grand Serpong Mall is a result of an increasing competition from other shopping malls in Tangerang, since 2010 many new shopping malls have been opening in the city, but Grand Serpong mall cannot compete with the new competitors. One of the reason Grand Serpong Mall cannot compete with the others, because Grand Serpong mall still doesn't understand their own brand identity, as it is keep changing from time to time

Moreover, the research also shows that many people in Tangerang don't realize the existence of Grand Serpong Mall, although they have seen the building oftentimes. In fact, many people don't even realize that the building itself is a shopping mall. Further, research shows the complexity factors that related one to others, and those factors appear to be the major cause why people reluctant to visit Grand Serpong Mall.

This thesis offers three alternative solution about how to revive the mall and make people interest to visit the mall again. After going through several discussion and considerations, the writers picked out “To regularly conduct Event and Theme”. This solutions also evaluating every possibility by conducting survey and analyzing the result with weighted objectives method. This thesis recommended:

1. Change the zoning/layout inside mall, and held renovation to repair outside and inside condition.
2. Building team for Event Operation, and Marketing Event.
3. Create 1 year timeline for main-event.
4. A personal approach to booth and sponsorship.
5. Maintaining and communicating event to the audience.



## RINGKASAN EKSEKUTIF

Skripsi ini dibuat untuk mengetahui akar permasalahan, mengapa mall ini mengalami kondisi mati dan untuk memberikan rekomendasi bagaimana cara meningkatkan jumlah pengunjung disana.

Pada awalnya (tahun 2010) Grand Serpong Mall memiliki daya tarik yang membuat beberapa *brand* terkenal seperti Giant, Solaria, KFC, Sport Station, dan lain sebagainya bersedia bergabung. Akan tetapi, keberadaan *tenant* tersebut tidak bertahan lama karena sepi pengunjung yang datang ke Grand Serpong Mall, sekalipun populasi maupun kondisi ekonomi di kota Tangerang sedang terus meningkat secara pesat.

Berdasarkan *survey* yang kami lakukan, menunjukkan bahwa buruknya kinerja bisnis di Grand Serpong Mall adalah dampak dari sengitnya persaingan pusat perbelanjaan di kota Tangerang. Sejak 2010, mall-mall baru terus bermunculan di Kota Tangerang. Grand Serpong Mall tidak dapat bersaing dengan mall-mall baru tersebut karena Grand Serpong Mall sendiri bahkan masih kebingungan dengan identitas yang mau mereka tampilkan. Hal ini terlihat dari konsep mall yang terus berubah dari awalnya dirancang sebagai *trade center*, *electronic center*, dan kini menjadi mall untuk keluarga.

Selain itu, hasil *survey* menunjukkan bahwa banyak orang di Kota Tangerang yang bahkan tidak menyadari keberadaan Grand Serpong Mall, sekalipun sebenarnya mereka mengetahui dan pernah berkali-kali melihat gedung Grand Serpong Mall,

mereka tidak menyadari bahwa ada mall yang masih beroperasi di dalam gedung tersebut. Hasil penelitian juga menunjukkan banyak terjadi kompleksitas faktor yang saling berkaitan, dan faktor-faktor itu yang menyebabkan masyarakat tidak pernah berkunjung ke Grand Serpong Mall.

Skripsi ini menawarkan tiga alternatif solusi tentang bagaimana menghidupkan kembali Grand Serpong Mall dan membuat orang tertarik untuk mengunjungi mall tersebut. Setelah melalui beberapa diskusi dan pertimbangan, penulis memilih untuk secara rutin mengadakan *event* dan membuat tema yang bisa menarik pengunjung.

Skripsi ini merekomendasikan:

1. Merubah *zoning/layout* dalam mall, dan melakukan renovasi pada bagian luar yang sudah tampak usang, serta bagian dalam tidak ketinggalan.
2. Membentuk *team, Event Operation* dan *Marketing Event*.
3. Membuat Timeline untuk *event-event* besar dan khusus Grand Serpong Mall selama 1 tahun.
4. Pendekatan untuk mendapatkan *event* dan *sponsorship*.
5. Menjaga keberlangsungan *event*, serta bagaimana menginformasikannya kepada masyarakat luas.