

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **3.1 Profil dan Sejarah Perusahaan**

PT. Mediatama Binakreasi merupakan salah satu perusahaan penyelenggara pameran dan konvensi terbesar di Indonesia dengan kualitas internasional yang secara resmi didirikan pada tanggal 21 April 1989. PT. Mediatama Binakreasi pada awalnya berlokasi di Jalan Pengambiran No. 5 Jakarta Pusat menyatu dengan Asosiasi Mebel Indonesia (ASMINDO) selama 3 tahun lamanya, dan pada tahun 1922 PT. Mediatama Binakreasi resmi pindah dan mempunyai gedung sendiri di Gedung Graha Megah, Balai Pustaka Permai Blok B9, Jalan Balai Pustaka Timur No. 39, Rawamangun, Jakarta Timur, Indonesia 13220.

Berawal dari dua Asosiasi, APHKI dan HPRI yang menjadi cikal bakal berdirinya PT. Mediatama Binakreasi di Indonesia. APHKI sebagai asosiasi induk bagi seluruh pengusaha meubel kayu di Indonesia, dengan Ketua : M. Djalal Kamal dan wakilnya : Bramantyo W., sedangkan HPRI merupakan himpunan yang menaungi pengusaha meubel rotan di Indonesia dengan ketuanya: Bapak Mohammad Hasan.

Sejak tahun 1978, APHKI sudah berkecimpung di dunia pameran khususnya menyelenggarakan pameran FURNIFAIR dan Pekan Meubel di Indonesia, hingga pada akhirnya Bapak Mohammad Hasan berinisiatif untuk menggabungkan kedua Asosiasi tersebut hingga terbentuklah ASMINDO di Surabaya pada tahun 1989, dimana Bapak Mohammad Hasan sebagai Ketua Umum dan Bramantyo W. sebagai Wakil Ketua Umum. Adapun anggota-

anggotanya meliputi pengusaha-pengusaha meubel kayu dan rotan dari seluruh Indonesia.

Setahun sebelumnya pada tahun 1988, terbentuklah Asosiasi Perusahaan Penyelenggara Pameran Indonesia atau ASPERAPI, dan Bramantyo W. ditunjuk menjadi Ketua Umum untuk periode kedua (1993-1996). Regulasi dari ASPERAPI yang mengharuskan setiap penyelenggara pameran harus memiliki atau berbentuk badan usaha, mendorong Bramantyo W. dengan mengajak Yus Tuarissa (alm.) dan Darto menghadap Bapak Mohammad Hasan menyampaikan hal tersebut. Pada akhirnya Bapak Mohammad Hasan menyetujui dan didirikanlah sebuah perusahaan profesional penyelenggara pameran bernama PT. Mediatama Binakreasi pada tanggal 21 April 1989 dengan jajaran pimpinan,

Komisaris                 :     Darto  
 Direktur Utama         :     Bramantyo W.  
 Direktur                 :     Yus Tuarissa (alm.)

Dengan terbentuknya PT. Mediatama Binakreasi sebagai badan usaha maka tanggungjawab penyelenggaraan pameran Furnifair dan Pekan Meubel yang selama ini dipegang oleh APHKI dialihkan kepada perusahaan tersebut dimana saat itu pameran di selenggarakan di Monas menggunakan hall A, B, dan C dengan antusias luar biasa dari para pengunjung. Selanjutnya pameran ini pindah ke kemayoran hingga ke Balai Sidang Jakarta Convention Center di era millennium.

Tidak hanya pameran di dalam negeri, PT. Mediatama Binakreasi juga menyelenggarakan pameran luar negeri diantaranya AFS di Singapura pada setiap bulan Maret, dan di Koln, Jerman pada setiap bulan Januari. Pameran PPE dan

beberapa pameran luar negeri juga diselenggarakan pasca terbentuknya ASMINDO, yaitu pameran furnitur di Highpoint, Amerika Serikat setiap bulan April dan Oktober, serta pameran Tokyo Furniture Fair di Tokyo di setiap bulan Desember, hingga pameran-pameran lain di negara Asia, seperti Thailand, Malaysia dan Filipina.

Dalam perjalanannya PT. Mediatama Binakreasi yang berkantor di Gedung ASMINDO Pegambiran, secara berkesinambungan terus memberikan komisi kepada ASMINDO dan membantu dalam pengelolaan dan pemeliharaan gedung. Ini berlangsung sejak didirikannya Mediatama Binakreasi pada tahun 1989 hingga tahun 1999. Selama kurun waktu yang sama, ASMINDO mengalami dua kali pergantian Ketua Umum dari Bapak Mohammad Hasan (1989 - 1994), yang pada saat itu ditunjuk oleh Presiden RI untuk menjadi Menteri Perdagangan, dan Yongki Sumarhadi (1994 - 1999), dan yang terakhir adalah M. Djalal Kamal selama 2 periode (1999 - 2003, dilanjutkan 2003 - 2008), akan tetapi beliau mengundurkan diri pada tahun 2006.

Pada periode M. Djalal Kamal sebagai Ketua Umum ASMINDO, semua pameran luar negeri dan yang selama ini ditangani oleh Mediatama Binakreasi diselenggarakan sendiri oleh ASMINDO, begitu pula pameran Furnifair dan pameran PPE.

Selanjutnya Struktur organisasi PT. Mediatama Binakreasi sebagai berikut,

Komisaris : Soebianto Hadiwarsito (alm.)Soemarno  
Direktur Utama : Bramantyo W.  
Direktur : Ernst K. Remboen

*Menjelang akhir tahun 2016*, struktur kepeimpinan berubah yakni,

Komisaris Utama : Bramantyo W.

Komisaris : Soemarno

Direktur : Umi Noor W.

Mulai tahun 1998, PT Mediatama Binakreasi membeli dan menempati gedung baru sebagai kantor berlokasi di Jalan Balai Pustaka Timur, tidak jauh dari Gedung ASMINDO, PT Mediatama Binakreasi kemudian menyelenggarakan pameran furniture sendiri yang diberi nama Indonesia Furniture Fair dan Jakarta Furniture Fair yang secara rutin diselenggarakan setiap tahun. Pada tahun 2000, Mediatama Binakreasi bekerjasama dengan ASEPHI dengan pengurus inti : Rudy Lengkong, Sjahroel Sjamsoedin, Sukartono, Thamrin Bustami, Muchsin Ridjan dan Sugiarto, menyelenggarakan sebuah pameran kerajinan skala internasional yang dilaksanakan pada bulan April setiap tahunnya dengan *title The Jakarta International Handicraft Trade Fair* atau dikenal dengan INACRAFT.

INACRAFT semula merupakan limpahan pekerjaan dari PT. Expose Praga Promo yang baru pertama kali diselenggarakan di tahun 1999. Dengan keanggotaan yang masih sangat minim Berkat ketekunan dan kerja keras PT. Mediatama Binakreasi, INACRAFT semakin berkembang dan anggotanya semakin besar hampir seluruh daerah di Indonesia. Bahkan pada akhirnya INACRAFT menjadi *signature event* dari PT. Mediatama Binakreasi.

Ketika pertama kali INACRAFT diselenggarakan, isu bom dan demonstrasi di Indonesia sedang marak. Keadaan teramat berat. Padahal untuk mendatangkan pembeli dari luar negeri, salah satu syarat adalah kondisi negara

harus kondusif dan menjamin keamanan bagi buyers mancanegara yang datang. Tentu ini bukan hal yang mudah. Namun, berbekal keyakinan bahwa pameran kerajinan Indonesia akan menjadi pameran yang prospektif dan memberi manfaat bagi pengusaha kecil dan menengah, akhirnya pameran INACRAFT berhasil dikelola dengan baik bahkan maju hingga saat ini. Pengunjung yang datang membludak dan sangat antusias, peserta pameran yang ikut pun melonjak sangat pesat hingga selalu waiting list dengan jumlah bertambah tiap tahunnya. Tentu saja kesuksesan itu tidak serta merta jatuh dari langit. Dalam setiap penyelenggaraannya dibawah komando Direksi bersama-sama seluruh tim yang solid, mempersiapkan semuanya dengan matang dan terencana. Merancang anggaran dan pendapatan yang ingin dicapai serta memasarkan stan-stan pameran jauh hari sebelumnya. Untuk menarik peserta pameran dilakukan kunjungan ke daerah atau canvassing serta membentuk Badan Pengurus Daerah (BPD) ASEPHI daerah bersama Pengurus Pusat ASEPHI Rudy Lengkong, Sjahroel serta Thamrin Bustami.

Berbagai upaya pun dilakukan untuk mendatangkan pembeli dari mancanegara, tidak hanya pengunjung dari dalam negeri. Menjalin kerjasama dengan ITPC / Atdag, Kedutaan Besar Indonesia di luar negeri serta beragam kemudahan, kenyamanan dan fasilitas penunjang bagi pengunjung disediakan di pameran INACRAFT.

Pemerintah terus memberikan perhatian yang serius dan sambutan yang positif terhadap event ini. INACRAFT didukung penuh oleh Kementerian-kementerian terkait seperti Kementerian Perdagangan, Kementerian Perindustrian, Kementerian Pariwisata, Kementerian BUMN, Kementerian Koperasi dan UKM

serta Badan Ekonomi Kreatif. Pencantuman logo dan slogan seperti “100% Aku Cinta Produk Indonesia” dan “Wonderful Indonesia” dilakukan sebagai bukti dukungan INACRAFT terhadap program pemerintah saat ini.

Pameran yang telah sukses diselenggarakan sebanyak 18 kali ini didaulat sebagai salah satu pameran kerajinan terbesar dan terlengkap di Asia bahkan terbesar di Indonesia hingga saat ini. Selama penyelenggaraannya, tercatat dibuka oleh beberapa Menteri pada masanya diantaranya Menteri Perindustrian dan Perdagangan : Luhut Binsar Panjaitan (2000-2001), Rini M. Soemarno (2001-2004), Menteri Koordinator Kesejahteraan rakyat yang saat itu di pimpin oleh Jusuf Kalla periode 2001-2004 dan 2 kali oleh Wakil Presiden RI : Bapak Boediono dan 10 kali oleh Presiden RI diantaranya Ibu Megawati Soekarno Putri, Bapak Susilo Bambang Yudhoyono dan Bapak Ir. Joko Widodo (tahun 2015) serta wakil Presiden Jusuf Kalla (tahun 2016). Ibu Mari Elka Pangestu sebagai Menteri Perdagangan pada periode kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono merupakan salah seorang Menteri yang sangat berjasa dalam proses persiapan peresmian pembukaan INACRAFT oleh Presiden RI.

Sebagai perusahaan profesional penyelenggara pameran yang sudah berpengalaman, PT. Mediatama Binakreasi dituntut untuk tetap up-to-date dan menjaga kreatifitas dalam melakukan pembaharuan bagi event-event yang akan diselenggarakan. Kebutuhan akan kreatifitas tersebut membutuhkan dedikasi dan etos kerja yang tinggi dari tiap-tiap individu yang terdapat di dalamnya. Penyelenggaraan tiap-tiap pameran tentunya memiliki tingkat kesulitan dan kompleksitas yang beragam sehingga mengharuskan tim pameran dan manajemen untuk bekerja ekstra dan terkAadang di luar batas normal, tentunya dengan

harapan bahwa pameran yang diselenggarakan berhasil dengan sukses dan berjalan lancar. Didukung oleh SDM yang berpengalaman dan fasilitas yang memadai, PT. Mediatama Binakreasi terus berkembang dan berinovasi mengikuti dinamika, trend dan gaya hidup yang ada di masyarakat. Perbaikan demi perbaikan terus dilakukan untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas dalam penyelenggaraan pameran serta dalam upaya mencapai kinerja perusahaan yang baik dalam memperoleh keuntungan.

### 3.2 Filosofi Nama dan Lambang

**Gambar 3: Logo PT. Mediatama Binakerasi**



*Sumber Arsip PT. Mediatama Binakreasi 2019*

Logo atau lambang dari PT Mediatama Binakreasi memiliki makna yang berarti yakni terdapat tujuh garis yang pada setengah lingkaran. Jumlah garis pada logo PT. Mediatama Binakreasi melambangkan jumlah pendiri perusahaan, yakni tujuh orang dan ketujuh garis tersebut pada setengah lingkaran. Jumlah garis pada logo PT. Mediatama Binakreasi terdapat garis pemotong yang menyerupai segitiga terbalik yang melambangkan huruf M yaitu untuk Mediatama. Apabila lambang tersebut diputar 90 derajat maka akan membentuk sebuah huruf B dan K yang berarti MBK (Mediatama Binakreasi) sedangkan warna biru pada logo berarti dapat memberikan peruntungan yang baik serta bermakna sebagai sebuah

kepercayaan, ketenangan, harapan dan masa depan yang menggambarkan kinerja PT Mediatama Binakreasi yang selalu terpercaya dan harapan bagi kesuksesan klien. Arti dari “Mediatama Binakreasi” sendiri yaitu ; Media berarti Wadah, Tama berarti Utama, Binakreasi berarti untuk berkreasi, bila digabungkan Mediatama Binakreasi berarti Wadah yang Utama untuk Berkreasi

### **3.3 Bisnis dan Kegiatan Perusahaan**

#### **3.3.1 Penyelenggaraan Pameran**

Pameran PT.Mediatama Binakreasi dibagi dalam 3 kategori yaitu pameran yang dilaksanakan PT.Mediatama Binakreasi sendiri, Pameran yang di tunjuk oleh perusahaan / dinas terkait, dan pameran yang dilakukan atas kerjasama dengan perusahaan atau organisasi lainnya.

1. INACRAFT 2019, Dilaksanakan pada tanggal 24-28 April 2019 berlokasi di Balai Sidang Jakarta (JCC) merupakan pameran B2B (*Business To Business*) yang menampilkan hasil kerajinan tangan dari UKM yang berasal dari seluruh daerah. Pameran ini adalah pameran tahunan yang diselenggarakan oleh PT. Mediatama Binakreasi sejak tahun 1998.
2. Gelar Batik Nusantara, dilaksanakan pada tanggal 8-12 Mei 2019 berlokasi di Balai Sidang Jakarta (JCC) merupakan pameran B2B (*Business To Business*) adalah suatu kegiatan pameran batik tingkat nasional yang diselenggarakan setiap dua tahun sekali oleh Yayasan Batik Indonesia sejak tahun 1996. Kegiatan ini bertujuan memperluas fungsi batik dari produk hasta karya hasil buatan tangan manusia menjadi sebuah alat atau media pemersatu keragaman bangsa.



3. Warisan 2019 dilaksanakan pada tanggal 22-25 Agustus 2019 berlokasi di Balai Sidang Jakarta (JCC) merupakan pameran B2B (*Business To Business*) Warisan 2019 akan berfokus pada 3 produk utama yaitu batik, tenun, dan mutiara.
4. CRAFINA 2019 dilaksanakan pada tanggal 16-20 Oktober 2019 berlokasi di Balai Sidang Jakarta (JCC) merupakan pameran B2B (*Business To Business*).

### **3.3.2 Penyelenggaraan Konvensi**

Pengelolaan kegiatan konvensi PT. Mediatama Binakreasi antara lain: rapat kerja, lokakarya, seminar, dan lain-lain. Rangkaian kerja yang dilaksanakan meliputi: penyusunan acara, pengadaaan pembicara / penceramah, materi kerja, makalah hingga dokumentasi, yang keeluruhanya ditangani secara profesional.

### **3.4 Pelayanan Pameran**

PT. Mediatama Binakreasi dalam peningkatan pelayanan perusahaanya ingin melebarkan sayap nya dengan cara tidak hanya melayani kegiatan MICE ( *Meeting, Incentive, Convention, Exhibition* ) saja. Namun, PT Mediatama Binakreasi juga sudah bisa melayani *Brand Activation, Gathering, dan Concert*.

### **3.5 Penghargaan PT. Mediatama Binakreasi**

Berikut daftar penghargaan yang diperoleh PT. Mediatama Binakreasi:

1. “The Best Organizer” periode tahun 1997 oleh Asosiasi Penyelenggara Pameran (ASPERAPI)

2. Penyelenggara “Pameran Inovatif” Children Expo 2000, pada Rakernas II ASPERAPI
3. Peraih penghargaan “Adikarya Wisata 2001” untuk kategori “Pengembangan Pariwisata” dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta
4. Penyelenggara “Pameran Terbaik 2001” atas pameran INACRAFT 2001 pada Munas ASPERAPI tahun 2002
5. Penyelenggara “Pameran Inovatif” atas pameran Children Expo 2002, pada Rakernas II ASPERAPI
6. Peraih penghargaan “Pameran Terbaik 2002” untuk kategori “B to C” atas pameran INACRAFT 2002, pada Rakernas I ASPERAPI
7. Peraih penghargaan “Pameran Terbaik 2002” untuk kategori “B to C” atas pameran Indonesia Furniture Fair 2002, pada Rakernas I ASPERAPI
8. Peraih penghargaan “Pameran Terbaik 2002” untuk kategori “B to C” atas pameran Jakarta Furniture Fair 2002, pada Rakernas I ASPERAPI
9. Peraih penghargaan “Pameran Terbaik 2002” untuk kategori “B to B” atas pameran Pekan Anak dan Balita 2002, pada Rakernas II ASPERAPI
10. Peraih penghargaan “Adikarya Wisata 2004” untuk kategori “Professional Exhibition Organizer” dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta
11. Peraih penghargaan “Indonesian Dedication Award” dalam “Indonesia MICE Outlook 2009”
12. Peraih penghargaan “The Best B to C Exhibition 2012” atas nama Pameran INACRAFT 2012
13. Peraih penghargaan “Best Professional Exhibition Organizer” dalam “Indonesia MICE Outlook 2012”

14. Peraih penghargaan “The Best Professional Exhibition Organizer” dalam “Indonesia MICE Outlook 2013”
15. Peraih penghargaan “The Most Popular Professional Organizer” dalam “Indonesia MICE Outlook 2013”
16. Peraih penghargaan “Adhikarya Rupa 2014” untuk pameran INACRAFT dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia
17. Peraih penghargaan “The Best Professional Exhibition Organizer” dalam “Indonesia MICE Outlook 2014”

### 3.6 Jadwal Event PT. Mediatama Binakreasi

PT Mediatama Binakreasi dalam mengatur penanganan setiap *event* yang ditangani memiliki *time schedule* demi mengurangi resiko keterlambatan dan penanganan yang salah. Tahun 2019 merupakan tahun baru dikarenakan perubahan *company profile* untuk perluasan pencapaian perusahaan ini sendiri. Pameran Inacraft masih menjadi primadona PT Mediatama Binakreasi.

Berikut ini merupakan jadwal *event* yang akan diselenggarakan oleh PT Mediatama Binakreasi :

**Tabel 1: Jadwal Kegiatan PT Mediatama Binakreasi**

No	Nama Pameran	Keterangan			Administrasi Keuangan
		Tanggal	Tempat	PO	
1.	INACRAFT	24-28 April 2019	All Room, Jakarta Convention Center (JCC)	Hadi	Santi

2.	GELAR BATIK NUSANTARA	8-12 Mei 2019	<i>Assembly, Main lobby Jakarta Convention Center (JCC)</i>	Agung	Heti
3.	WARISAN	22-25 Agustus 2019	<i>Cendrawasih, Jakarta Convention Center (JCC)</i>	Hadi	Rizal
4.	CRAFINA	16-20 Oktober 2019	<i>Assembly, Plenary, Main Lobby, Jakarta Convention Center (JCC)</i>	Agung	Ika

*Sumber: Arsip PT Mediatama Binakreasi 2019*

### **3.7 Visi dan Misi**

Selama 30 tahun berjalan, PT Mediatama Binakreasi memiliki visi dan misi yang berperan penting dalam kesuksesannya dalam industri MICE. Visi PT Mediatama Binakreasi yaitu menjadi perusahaan terkemuka dalam hal *event* terpadu. Perusahaan penyelenggara yang bergerak dalam industri MICE ini dalam mewujudkan visinya, memiliki beberapa misi diantaranya :

### 3.7.1 Visi

“*We Believe in innovative concepts of events organization and visitors selection for effective and proper attainment of client targets*” yang memiliki makna bahwa PT. Mediatama Binakreasi memberikan pelayanan (*Service*) yang maksimal kepada klien serta meraih target yang diharapkan klien terhadap produk yang dipromosikan oleh PT. Mediatama Binakreasi. Untuk mencapai visi tersebut PT. Mediatama Binakreasi akan selalu membuat konsep yang kreatif dan juga inovatif serta selektif dan jeli dalam memilih lokasi untuk mengsegmentasikan pengunjung dalam setiap jenis pameran yang akan diselenggarakan. PT. Mediatama Binakreasi percaya bahwa “Klien bukan hanya sekedar rekan bisnis tapi juga rekan dalam mencapai kerjasama yang saling menguntungkan.

### 3.7.2 Misi

1. Menjadi perusahaan PEO nomor satu di Indonesia.
2. Menjadi perusahaan PEO dan PCO terpercaya di dunia
3. Mensejahterakan karyawan PT. Mediatama Binakreasi
4. Berperan aktif dalam melestarikan budaya Bangsa Indonesia melalui pameran yang diselenggarakan

### 3.8 Motto Perusahaan

Dengan Komitmen “ *Your Business Is Ours To Serve* ”, Perusahaan PT. Mediatama Binakreasi memiliki tujuan:

1. Menciptakan wahana dan membuka pasar bagi produk-produk lokal baru
2. Memberikan dukungan dan kesempatan bagi para pelaku ekonomi domestik untuk mengembangkan dan mempromosikan bisnisnya

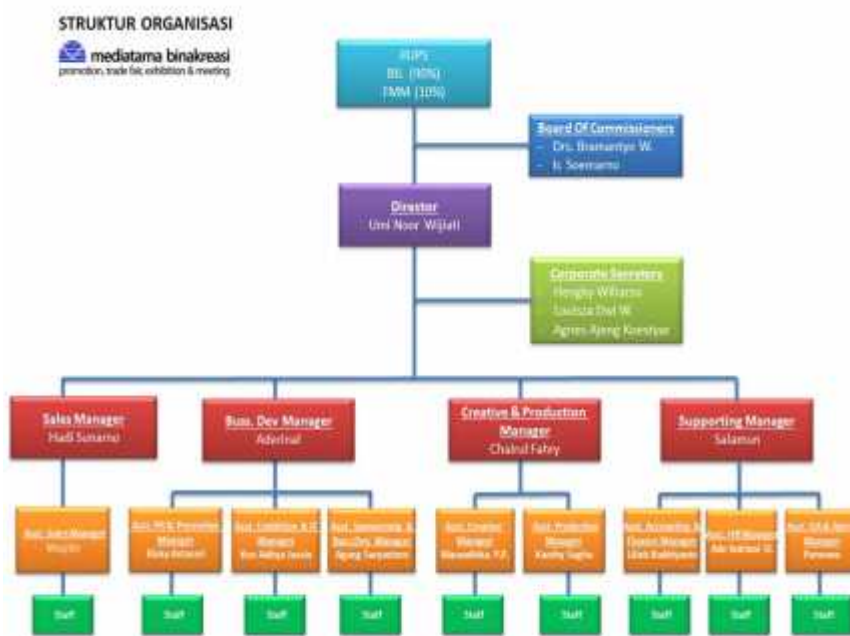
3. Membentuk ajang tahunan, forum diskusi dan pertemuan bisnis dimana peserta dan pengunjung dapat bertemu secara langsung, berinteraksi di dalam pameran.

### 3.9 Struktur Organisasi

Pada setiap perusahaan unit usaha memiliki struktur organisasi untuk mengendalikan jalannya perusahaan dengan baik agar segala wewenang dan tanggungjawab bagi setiap pribadi yang terlibat dalam perusahaan dapat dipertanggungjawabkan. Dengan adanya struktur organisasi, maka setiap pribadi mendapat ruang lingkup pekerjaan yang jelas, sehingga terjalinlah suatu kerjasama yang baik dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Berikut adalah struktur organisasi PT. Mediatama Binakreasi :

**Gambar 4: Struktur Organisasi PT. Mediatama Binakreasi**



Sumber Arsip PT. Mediatama Binakreasi 2019

### 3.9.1 Tugas dan Tanggungjawab Jabatan

Keterangan singkat mengenai Tugas dan Tanggung Jawab dari masing masing jabatan sebagai berikut :

1. Direktur Utama

Bertanggung jawab dan wewenang besar dalam mengambil keputusan umum perusahaan.

2. Divisi Corporate Secretary

- a. Rapat dari hasil pertemuan baik saat merencanakan, melaksanakan serta mengevaluasi tugas-tugas corporate secretary.
- b. Melayani dan mempersiapkan keperluan direktur utama dalam aktivitas pekerjaan harian.
- c. Mengatur dan memfasilitasi kebutuhan rapat kerja perusahaan baik di dalam kantor maupun di luar kantor dan membuat notulen rapat.
- d. Mengkoordinasi kebutuhan saran penunjang aktifitas operasional.
- e. Mengatur keperluan divisi dan pimpinan dalam melakukan perjalanan dinas seperti akomodasi dan transportasi.
- f. Menyusun filing sistem perusahaan.
- g. Memproses pembuatan surat-surat, dokumen-dokumen yang dikeluarkan oleh Direktur Perusahaan.
- h. Mengirim dan mendistribusikan surat-surat, dokumen-dokumen yang telah sesuai diproses oleh masing-masing divisi.
- i. Membukukan semua proses pengiriman surat-menyurat dari semua divisi, demikian juga mencatat semua dokumen-dokumen yang datang dari luar untuk di distribusikan kepada masing-masing divisi.

- j. Mengatur appointment direktur dengan pihak-pihak diluar kantor sesuai jadwal yang telah ditetapkan.
3. Divisi Sales & Marketing
- a. Menyusun program kerja, strategi, dan perencanaan pameran.
  - b. Mengkoordinasi, mengatur dan memfasilitasi kebutuhan kegiatan pemasaran.
  - c. Menyusun target perolehan pemasaran stand maupun sponsor.
  - d. Menetapkan skala prioritas pemasaran dan upaya terobosan.
  - e. Aktif mengenali dan mengumpulkan informasi baik dari dalam maupun diluar negri untuk pengembangan dan perluasan jaringan pemasaran.
  - f. Menyusun dan menetapkan peraturan dan tata laksana operasional pemasaran.
  - g. Mengkoordinasikan pelaksanaan tugas staff Sales & Marketing dengan menyusun dan menyiapkan perincian tugas masing-masing staff sales & marketing.
  - h. Menilai dan mengevaluasi hasil kerja para staff dalam melaksanakan tugas.
  - i. Menyusun, merinci dan menjabarkan kepada staff marketing perihal target pemasaran yang harus dicapai pada setiap pameran yang akan diselenggarakan pada tahun tertentu.
  - j. Menyusun laporan berkala kepada direktur.
  - k. Aktif melakukan kontak-kontak dengan fair organizer baik didalam maupun diluar negri.



- l. Secara teratur menugaskan para staff Sales & Marketing untuk melihat, mempelajari dan menganalisis pameran-pameran yang akan dilakukan.
    - m. Berkoordinasi aktif dengan instansi pemerintah maupun swasta untuk mengupayakan langkah-langkah operasional dalam meningkatkan hasil pameran.
4. Divisi Marketing Communication
  - a. Melakukan Promosi. Berupa aktivitas menjual produk yang sifatnya jangka pendek/panjang
  - b. Melakukan Iklan. Bentuk representasi terhadap produk namun tidak dilakukan secara langsung oleh orang.
  - c. Melakukan Pemasaran langsung. Bisa melalui email, telepon, fax, dan lainnya.
  - d. Melakukan Penjualan Pribadi. Yakni melakukan negosiasi langsung secara tatap muka dengan calon pembeli.
  - e. Menjalin hubungan dengan pihak lain. Pihak lain di sini bisa dari masyarakat atau instansi yang tujuannya untuk memberikan program dalam rangka mempromosikan produk. Misalnya menjalin kerjasama sponsorship, dll.
5. Divisi Creative & Production

- a. Merencanakan kebutuhan bahan-bahan promosi, publikasi, dan informasi untuk program-program pameran yang dilakukan pada tahun tertentu.
  - b. Mengatur, mengkoordinasi, kinerja divisi Creative & Production dalam melaksanakan tugas operasional.
  - c. Memberikan masukan kepada direktur perihal program-program promosi, publikasi dan informasi demi kesuksesan pameran.
  - d. Menyiapkan, menyusun dan mempresentasikan design layout stand pameran yang diperlukan oleh tiap-tiap pameran yang akan diselenggarakan pada tahun tertentu.
  - e. Mengkoordinasikan kerja lapangan pada waktu pameran.
  - f. Mengatur dan menetapkan pemasangan media promosi luar ruangan pada pameran-pameran tertentu yang diselenggarakan pada tahun tertentu.
  - g. Membuat laporan dan evaluasi hasil kerja divisi Creative & Production dan usulan proyek atau proyeksi kegiatan divisi Creative & Production untuk tahun-tahun selanjutnya.
  - h. Memunculkan ide-ide design baru dari hasil kerjasama dan masukan dari para designer, percetakkan, dan kontraktor stand yang berhubungan.
6. Divisi Finance
- a. Membuat, memeriksa dan mengarsip faktur, nota supplier, laporan AP/AR untuk memastikan status hutang/piutang.

- b. Membuat, mencetak tagihan dan surat tagihan untuk memastikan tagihan terkirim kepada pelanggan dengan benar dan tepat waktu.
- c. Menerima, memeriksa tagihan dari vendor dan membuat rekapnya untuk memastikan pembayaran terkirim tepat waktu.
- d. Memeriksa rangkuman kas kecil untuk memastikan penggunaan dan ketersediaan kas kecil yang efektif.
- e. Menginput penerimaan pembayaran dari pelanggan, dan pembayaran ke supplier dengan tepat waktu dan akurat untuk memastikan ketepatan waktu dan keakuratan penerimaan maupun pembayaran.
- f. Memeriksa laporan rekonsiliasi untuk memastikan data terinput dengan benar.
- g. Mengarsip seluruh dokumen transaksi untuk menjaga ketertiban administrasi dan memudahkan penelusuran dokumen.
- h. Melakukan stock opname setiap akhir bulan untuk melihat ada/tidaknya selisih jumlah barang di gudang dan catatan di keuangan.