

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Peran divisi *Tenant Relations* dalam fungsi *Public Relations* sangat berpengaruh dalam menjaga komunikasi dan hubungan antara manajemen *mall* serta penyewa toko (*tenant*). Dari paparan sebelumnya, terlihat dengan jelas bahwa penekanan pada peran sebagai fasilitator komunikasi (*communication facilitator*) dan fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process facilitator*) telah dilaksanakan untuk mempertahankan hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak. Divisi ini tidak sekadar bertindak sebagai penghubung antara manajemen *mall* dan *tenant*, melainkan juga bertugas sebagai mediator dalam menyelesaikan konflik dan mengatasi masalah yang muncul, yang pada akhirnya menciptakan lingkungan kerja yang serasi dan produktif bagi semua pihak yang terlibat. Dalam pelaksanaan perannya, divisi *Tenant Relations* berhasil menjalankan komunikasi manajemen dan manajemen hubungan dengan baik, memastikan terjaganya saluran komunikasi yang efektif antara manajemen *mall* dan *tenant*, serta menangani setiap masalah atau kekhawatiran yang muncul dengan cepat dan efisien.

Dalam melaksanakan kedua peran tersebut, divisi *Tenant Relations* menerapkan Prosedur Operasional Baku (POB) kegiatan administrasi sebagai landasan yang kokoh dalam menjalankan tugas-tugas administratifnya. Dengan adanya POB ini, proses administrasi dapat berjalan lebih efisien, terstruktur, dan konsisten. Divisi *Tenant Relations* memiliki pedoman yang jelas dalam menjalankan tugas-tugas administratif, sehingga dapat mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan atau kelalaian yang dapat mengganggu kelancaran operasional. POB ini juga membantu memastikan bahwa proses administrasi berjalan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, memungkinkan Divisi *Tenant Relations* untuk lebih fokus dalam mendukung hubungan yang baik antara

manajemen *mall* dan *tenant*. Dengan demikian, divisi *Tenant Relations* memastikan keberlangsungan operasional yang optimal di Grand City Mall Surabaya sesuai dengan perannya sebagai fasilitator komunikasi dan fasilitator pemecahan masalah

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan selama menjalani kegiatan magang, penulis menyimpulkan bahwa penerapan praktek-praktek oleh pihak manajemen Grand City Mall Surabaya terhadap pihak *tenant* telah mencerminkan tingkat profesionalisme yang tinggi. Meskipun demikian, terdapat beberapa aspek yang dapat ditingkatkan agar hubungan antara pihak *tenant* dan manajemen *mall* dapat menjadi lebih kuat dan optimal. Penulis percaya bahwa penyempurnaan ini dapat diwujudkan melalui perluasan saluran komunikasi antara kedua belah pihak. Manajemen dapat mempertimbangkan untuk mengadakan forum diskusi terbuka yang melibatkan kedua belah pihak, yaitu antara pihak *Tenant Relations* dengan *Owner/Manager/Supervisor Tenant*. Pertemuan ini dapat menjadi wadah bagi *tenant* untuk menyampaikan masalah-masalah yang dihadapi, seperti masalah promosi, kondisi penjualan toko, omset, serta memberikan saran kepada manajemen mall untuk perbaikan. Hal ini penting karena observasi penulis menunjukkan bahwa kegiatan seperti ini belum dilaksanakan, dan komunikasi terkait masalah-masalah tersebut hanya dilakukan secara tidak resmi dan terbatas. Sehingga, melalui upaya ini, diharapkan akan tercipta saluran komunikasi yang lebih terbuka dan efektif antara manajemen *mall* dan *tenant*, serta dapat menyempurnakan peran *Tenant Relations* sebagai fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process facilitator*), yang pada gilirannya akan memperkuat hubungan dan kerjasama di Grand City Mall Surabaya.

Selain itu, bagi divisi *Tenant Relations*, penting untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan dukungan yang diberikan kepada *tenant*. Hal ini meliputi respons yang cepat terhadap permintaan atau keluhan, memberikan bimbingan lebih lanjut terkait prosedur-prosedur yang berlaku, serta menjaga hubungan yang baik dan profesional dengan setiap *tenant*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, F. (2020). *Administrative Procedures and Their Importance in Organizations*. Journal of Management Science, 8(1), 45-58.
- Berg, A. (2018). *Mall Management: Operating a Shopping Center Successfully*. Routledge.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations* (9th ed.). Pearson Education
- Djoko Purwanto. (2007). *Dasar-dasar Administrasi Perkantoran*. PT Rineka Cipta
- Dozier, D. M., & Broom, G. M. (1995). *Evolution of the manager role in public relations practice*. In J. E. Grunig (Ed.), *Excellence in Public Relations and Communication Management* (pp. 327-354). Lawrence Erlbaum Associates.
- Elvinaro. (2008). *Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Freedman, M., & Lasker, R. (2017). *Shopping Center Management*. Washington, DC: International Council of Shopping Centers (ICSC).
- Harrington, H. J. (2006). *Business Process Improvement: The Breakthrough Strategy for Total Quality, Productivity, and Competitiveness*. McGraw-Hill.
- Ida Nuraida. (2014). *Manajemen Arsip dan Kearsipan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Jones, G. R., & George, J. M. (2017). *Essentials of Contemporary Management* (7th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Kadir, A., & Triwahyuni, T. Ch. (2003). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Andi.
- Kreitner, R., & Kinicki, A. (2019). *Organizational Behavior (13th Edition)*. New York, NY: McGraw-Hill Education
- McShane, S. L., Olekalns, M., & Travaglione, T. (2020). *Organizational Behavior: Emerging Knowledge. Global Reality* (7th ed.). McGraw-Hill Education
- Nawawi. (2009). *Administrasi Pendidikan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Nenonen, S., & Storbacka, K. (2019). *Managing Business in Consumer-Centric Markets*. Springer.

- Oktaviandi, B. (2019). *Strategi Komunikasi Tenant Relations Mal Ska Pekanbaru Dalam Meningkatkan Pelayanan Prima Kepada Tenant..*
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2019). *Manajemen (Edisi 14)*. Jakarta: PT Indeks.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Savitri, S. S., & Fahmi, M. H. (2017). *The role of Tenant Relations Miko Mall Bandung as Intermediary Communication between Management with Tenant. Prosiding Hubungan Masyarakat*, 415-422.
- Sriramesh, K., & Vercic, D. (Eds.). (2009). *The Handbook of Strategic Public Relations and Integrated Marketing Communications*. Routledge
- Stoner, J. A. F., Freeman, R. E., & Gilbert Jr., D. R. (2016) *Management*. Pearson.
- Suciawan, F. J. (2014). *Relationship Management Tenant Relations Mal XYZ*. Jurnal e-komunikasi, 2(3)
- Tench, R., & Yeomans, L. (2009). *Exploring Public Relations (2nd ed.)*. Pearson Education.
- Wijaya, A. S. (2018). *The Role of Administrative Procedures in Enhancing Organizational Efficiency*. International Journal of Business Administration, 7(2), 102-115.
- Wilcox, D. L., Cameron, G. T., & Reber, B. H. (2013). *Public Relations: Strategies and Tactics (10th ed.)*. Pearson.
- Wilian, N. V. (2023). *Aktivitas Customer Relationship Management Divisi Tenant Relations Grand City Mall Surabaya*.
- Yunita, D., Wijayanti, R., & Purnamasari, S. (2020). *Pusat perbelanjaan: Properti komersial dan fasilitas pendukung*. Jurnal Properti Komersial, 15(3), 45-60.