



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab II ini, penulis menjelaskan mengenai sejarah, visi dan misi, proyek-proyek Sinarmas Land serta mengenai proyek The Breeze BSD City. Kemudian, penulis juga menjelaskan pelaksanaan magang dan juga kedudukan penulis di Sinarmas Land.

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Sinarmas Land berdiri pada tahun 1960 dengan memulai usaha pertamanya di bidang ekspor hasil bumi dan impor tekstil. Sebelum merambah ke bisnis properti Sinarmas Land mencoba berbagai bidang bisnis, seperti pabrik roti, kebun sayur, minyak goreng, teh, biskuit, dan lain - lain. Bisnis Sinarmas Land tidak semudah membalikkan telapak tangan, tetapi terjadinya pasang surut dalam memepertahankan usahanya. Eka Tjipta Widjaja ialah aktor penting dalam proses mengembangkan brand, hingga sekarang Sinarmas Land dapat di kenal dan di ketahui oleh banyak orang sebagai salah satu pengembang properti terbesar di Asia Tenggara.

Usaha pertama Sinarmas Land dalam bidang properti adalah dengan menggabungkan PT. Bumi Serpong Damai Tbk dan PT. Duta Pertiwi Tbk, dimana tujuan awalnya ialah membangun tempat hunian yang nyaman untuk masyarakat Indonesia. Seiring dengan berjalannya waktu Sinarmas Land memperluas usahanya dalam bidang properti dengan membangun pusat perbelanjaan dan perkantoran yang dikenal dengan nama Simasred (Pengembang Sinarmas dan Real Estate).

Selain itu, dengan adanya dukungan yang kuat dari pihak manajemen Sinarmas Land berhasil menjadi pengembang kota mandiri yang paling berhasil di Indonesia yang dikenal dengan PT. Bumi Serpong Damai (BSD). PT. BSD merupakan salah satu pelopor dalam pengembangan konsep perumahan kluster perumahan, seperti: Grand Wisata, Legenda Wisata, Kota Wisata, dan lain-lain,

selain itu Sinarmas Land terus melakukan inovasi yaitu dengan dibentuknya pusat perdagangan (ITC).

Gambar 2.1: Logo Sinar Mas Land



Sumber: Corporate Communication Sinarmas Land

Logo merupakan suatu gambaran dari identitas sebuah perusahaan, dimana merupakan satu kesatuan yang utuh sehingga penggunaannya tidak boleh dipisahkan. Dalam penggunaan logo harus dengan posisi yang proporsional dan sesuai dengan panduan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Penggunaan dan penerapan identitas visual perusahaan secara tidak benar akan merusak citra perusahaan. Semua pihak yang berada dibawah Sinar Mas Land wajib membantu dan melaksanakan hal-hal sehubungan dengan penerapan dan penggunaan identitas visual perusahaan dengan tepat dan berkualitas. Dengan demikian, menjaga citra perusahaan di hadapan publik merupakan keharusan yang tidak bisa ditawar lagi.

Visi:

"To be the leading property developer in South East Asia, trusted by customers, employees, society, and other stakeholders." (<http://www.sinarmasland.com/site/profile>, diunduh pada Senin 14 April 2015.)

Untuk mencapai suatu tujuan tersebut, maka dibutuhkan pendukung yang berupa misi-misi strategis yang kuat adalah sebagai berikut:

- 1) *Establish and build Sinarmas Land brand*
- 2) *Fortify domestic market leadership through continuous innovation.*

3) Opportunistically expand outside of Indonesia

Dengan adanya pendukung-pendukung tersebut, perusahaan juga perlu untuk membangun suatu pilar-pilar fondasi yang kuat sebagai penunjang keberhasilan visi perusahaan. Tiga pilar utama Sinarmas Land adalah "*scramble and agile organization*", "*admirable people management*", dan "*efficient and effective systems and processes*".

Visi perusahaan akan sangat mudah terwujud apabila seluruh karyawan Sinarmas Land ikut mendukung visi perusahaan. Sinarmas Land juga mempunyai lima nilai perusahaan yang harus dijalankan oleh seluruh karyawan, nilai-nilai tersebut adalah:



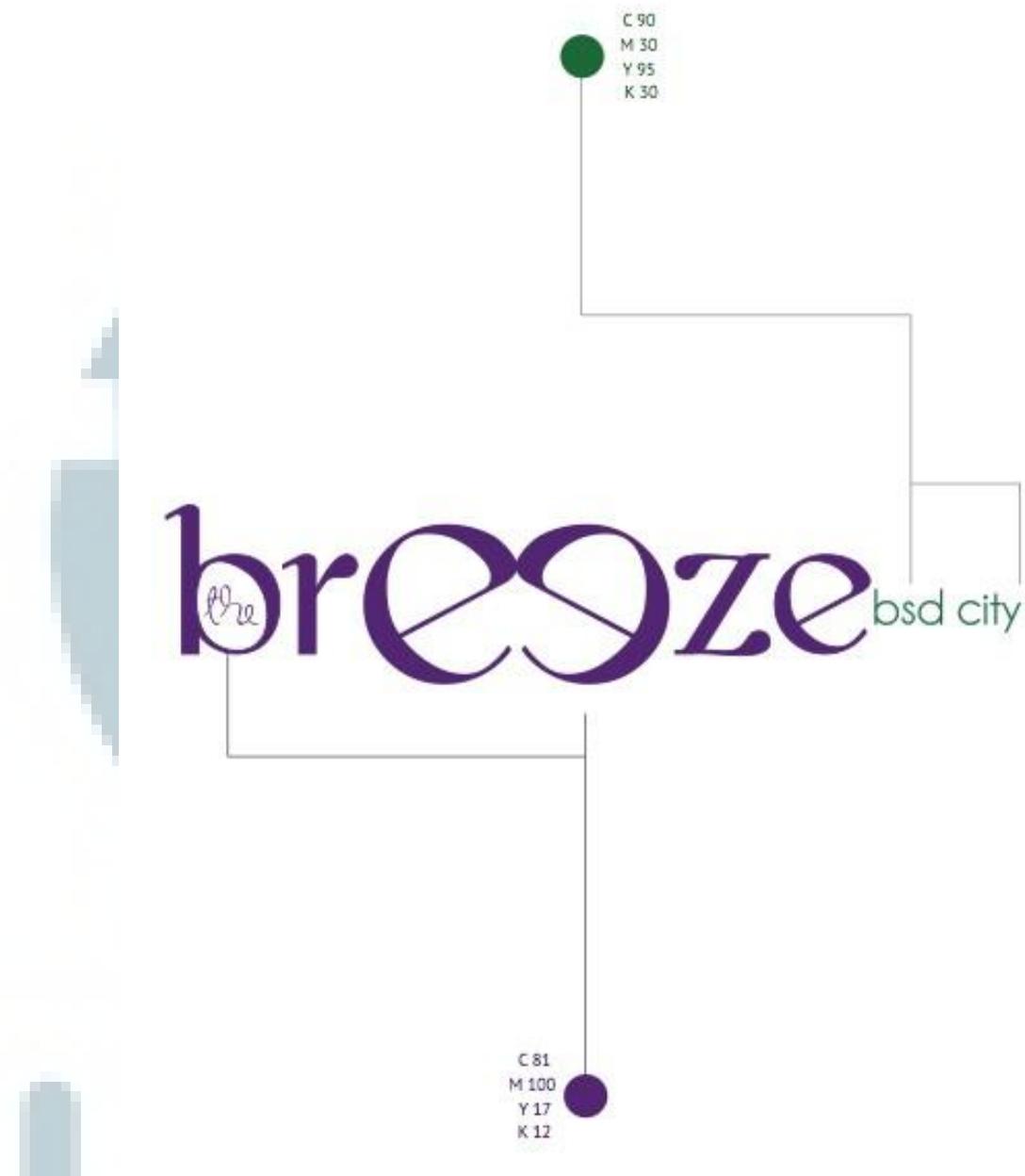
Sumber: HC-People Development Sinarmas Land 2015, 26

1. Customer Driven (dipicu oleh pelanggan)
Dapat diartikan dimulai dan diakhiri dengan pelanggan, dapat memahami perilaku dan tren, serta ikut terlibat di suatu tempat.
2. Integrity (integritas)
Perusahaan mengharapkan agar para karyawan mempunyai integritas tanpa kompromi, jujur, dapat dipercaya dan bertanggung jawab.
3. Innovative (inovasi)
Karyawan harus mempunyai riset yang agresif, inovasi tanpa henti, dan maju dalam teknologi.
4. Unity (kesatuan)
Harus menjadi manusia yang berkualitas, kepercayaan timbal balik, saling mendukung, dapat diandalkan, dan rasa memiliki yang tinggi.
5. Diligence (rajin)
Seluruh karyawan diharapkan agar bisa belajar tiada henti, perbaikan tiada henti dan tahan uji.

2.1.1 The Breeze

The breeze BSD City adalah proyek terbaru yang dibuat oleh Sinarmas Land yang menggunakan konsep *open-air lifestyle*. The Breeze mempunyai luas mencapai 13,5 hektar, dan menyatukan keaslian pemandangan alami dari sungai Cisadane dengan keindahan pemandangan danau buatan seluas 2,5 hektar. The Breeze ingin menciptakan suatu mall yang berbeda dengan mall lain maka dari itu fasilitas yang disediakan diantaranya *water features*, area pejalan kaki, trek sepeda, *thematic garden*, dan area parkir yang dapat menampung hingga 800 mobil.

Gambar 2.3: Konsep Visual Logo The Breeze BSD City



Sumber: The Breeze Graphic Standard Manual (2011), 10

Logo The Breeze BSD City dibuat pada tahun 2011 dengan menggunakan konsep makna dari warna berdasarkan fengshui. Setiap warna yang ada pada logo mempunyai arti yang berbeda, seperti warna ungu pada "The Breeze" melambangkan kebanggaan, kekayaan, kebangsawanan, inspirasi dan keindahan. Secara mental dan fisik warna ini untuk meningkatkan suatu kreativitas dan juga

menenangkan pikiran. Warna hijau pada "BSD City" melambangkan kesadaran akan lingkungan (berhubungan dengan konsep The Breeze sebagai pusat gaya hidup luar ruang pertama di Indonesia) dan melambangkan kelahiran baru. Warna hijau juga memberikan efek relaksasi dan keseimbangan yang sangat cocok dengan konsep The breeze (The Breeze Graphic Standart Manual (2011)).

Dalam perkataan Ishak Chandra, selaku Manager Director Corporate Strategy and Service Sinarmas Land, dalam *press realese* The Breeze BSD City, *tenant* yang mengisi The Breeze BSD City terdiri dari *food and beverages*, kebugaran dan *retail lifestyle* lainnya.

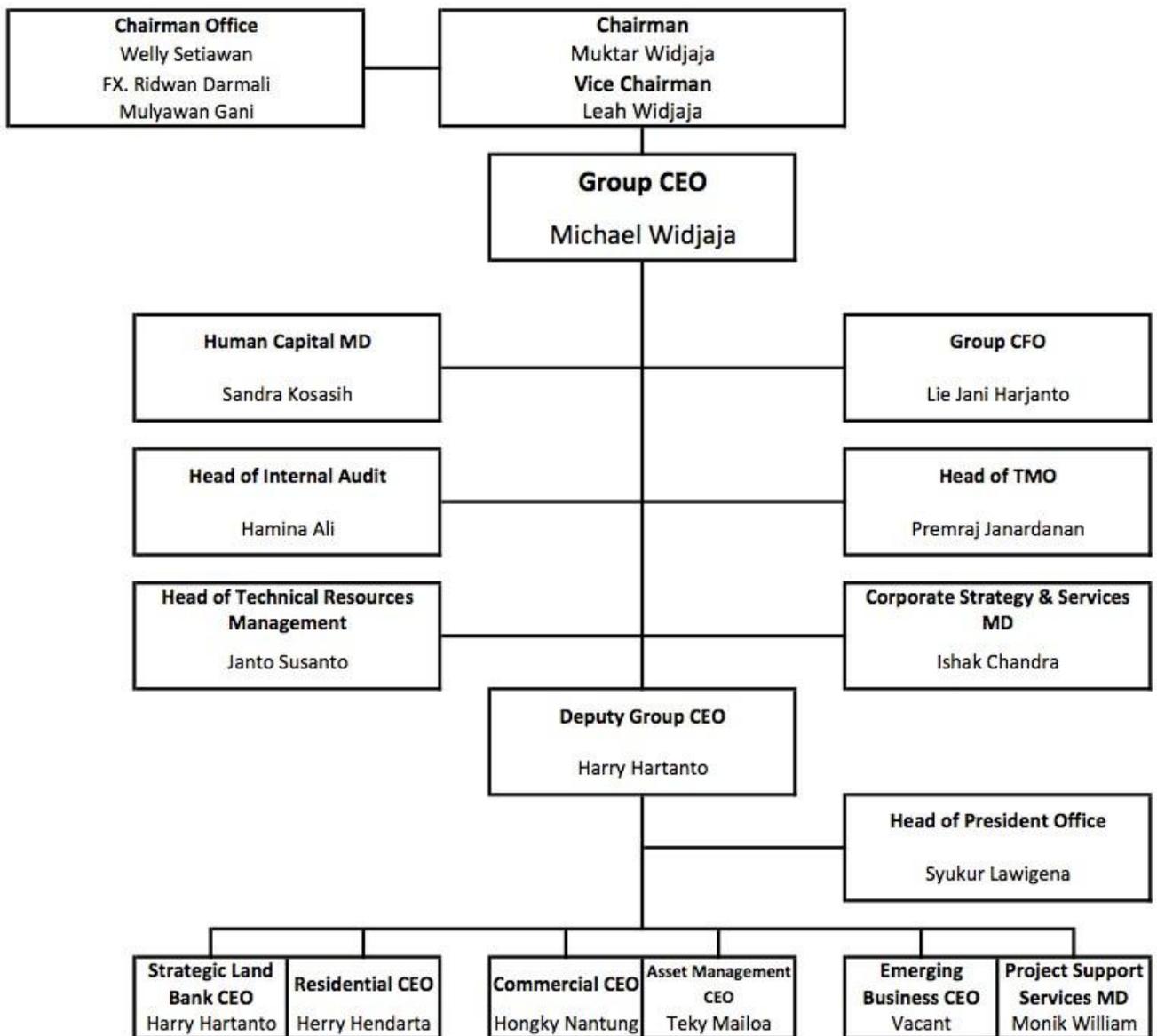
Selain dari segi konsep yang berbeda dengan mall lain, The Breeze BSD City juga mengusung bentuk arsitektur yang unik. Sangat berbeda dengan mall pada umumnya yang memiliki selasar *indoor* berpendingin ruangan, The Breeze BSD City menghadirkan selasar mall yang terbuka dan asri. Mall ini tidak memiliki dinding pembatas karena unit-unit *tenant* mengisi bangunan-bangunan berdinding kaca yang saling berbelahan. Pada setiap bangunan inilah yang menjadi selasar mall The Breeze. Dan pada bentuk bangunannya sendiri pun unik, terutama pada Gedung Batik (terdiri atas lima bangunan) yang menggunakan corak batik Indonesia sebagai ciri khas dari The Breeze BSD City.

U
M
M
N

2.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

2.1.1.1 Struktur Organisasi Sinarmas Land

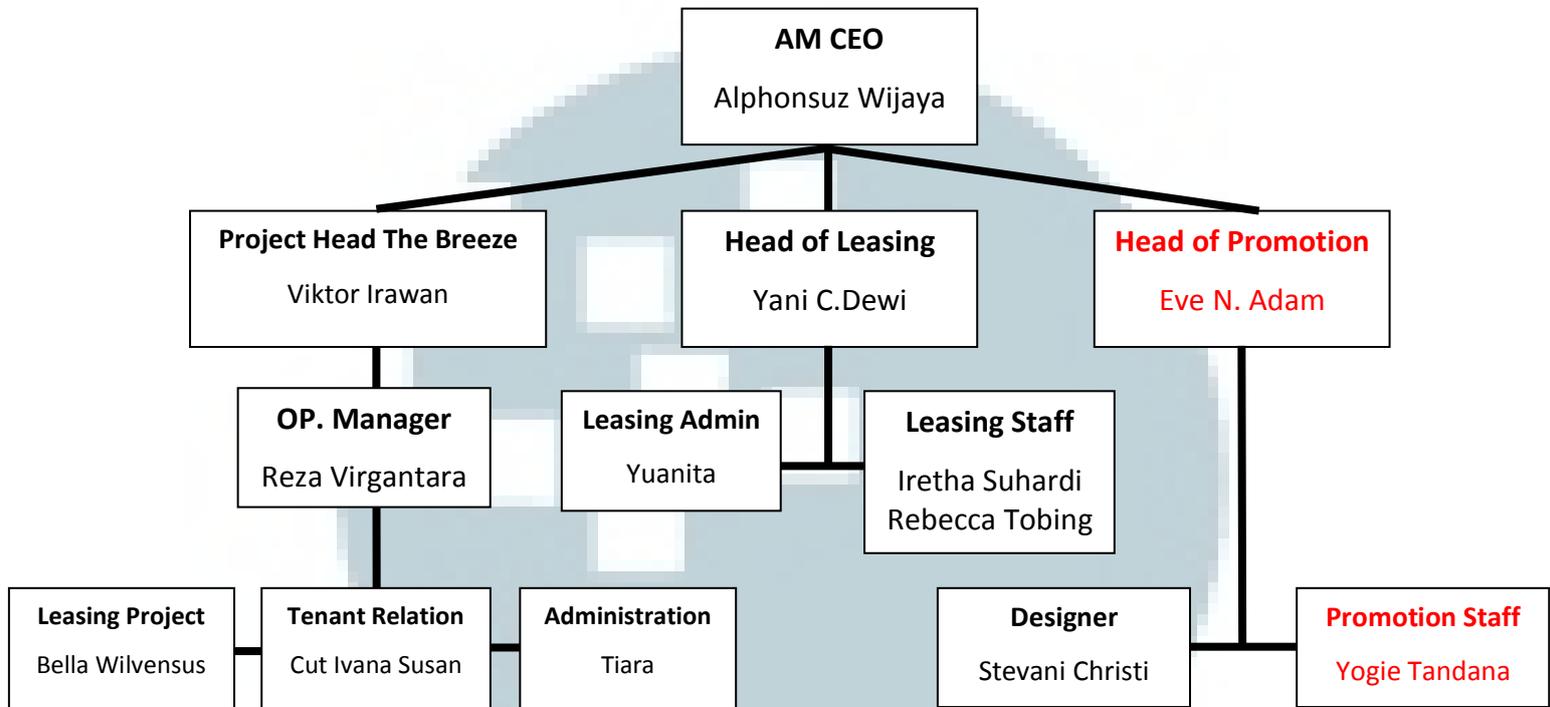
Gambar 2.4: Struktur Organisasi Sinarmas Land



Sumber: HC-People Development Sinarmas Land 2012, 17

2.1.1.2 Struktur Organisasi Retail Mall Division

Gambar 2.5: Struktur Organisasi Retail Mall Division



Sumber: HC-People Development Sinarmas Land 2015

U M M N

2.2 *Job Description*

1. Membantu dalam membuat perencanaan dan strategi untuk meningkatkan loyal customers dan tenant dari sisi PR dan Event.
2. Membantu meningkatkan reputasi perusahaan melalui publikasi dan release
3. Pengumpulan dan pengelolaan data melalui survey untuk informasi guna membangun dan menjaga *image* perusahaan.
4. Mengelola dan meningkatkan awareness public dengan menggunakan media sosial The Breeze BSD City dengan menerapkan ilmu online PR.
5. Membantu membuat rangkuman laporan kegiatan yang diadakan, baik Event ataupun PR
6. Mengatur media promosi The Breeze BSD City dan tenant mall The Breeze, seperti jadwal pemasangan Billboard, Baligho, Umbul-umbul, Banner, Poster, dan distribusi Flyers.

UMMN