

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan PT Sinar Mas Land

Sinar Mas Land merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pengembangan kota-kota mandiri serta perumahan dalam bentuk *Cluster*. Salah satu kota mandiri yang dinilai cukup berhasil yaitu Bumi Serpong Damai atau yang biasa dikenal dengan sebutan BSD City. Selain kota mandiri dan perumahan, Sinar Mas Land juga menjadi pelopor dalam pengembangan International Trade Center atau yang biasa disebut ITC di Indonesia. Salah satu hasil dari pengembangan International Trade Center oleh Sinar Mas Land yaitu ITC Mangga Dua yang terletak di Jakarta Utara, salah satu pusat perbelanjaan yang cukup diminati oleh berbagai kalangan yang sedang mencari keperluan tertentu seperti baju, souvenir, dan lain sebagainya.

Pada awalnya, Sinar Mas Land dikenal dengan sebutan AFP (Asian Food & Properties) Properties Limited dan terdaftar di bursa Singapura dan memiliki kantor pusat di Singapura juga. AFP Properties Limited yang bergerak dalam bidang property memperluas operasinya ke negara-negara lain seperti Tiongkok, Malaysia, dan Indonesia. Sinar Mas Land memiliki visi antara lain menjadi salah satu pengembang properti terkemuka serta menjaga kepercayaan para pemangku kepentingan dan masyarakat di Asia Tenggara. Dengan begitu, perusahaan akan berintegrasi dan berkomitmen dalam meningkatkan inovasi-inovasi lain dan menjaga loyalitas para konsumennya. Pada tahun 2011, Sinar Mas Land memiliki proyek-proyek pembangunan kota mandiri dan memiliki lahan sebesar 10.000 hektar yang terbagi untuk pembangunan Kawasan industry, perumahan, dan layanan-layanan terkait properti lainnya. PT Duta Pertiwi Tbk dan PT Bumi Serpong Damai Tbk memiliki kapitalisasi pasar sebesar lebih dari US\$ 2 miliar.

Proyek-proyek Sinar Mas Land terbagi menjadi 5 bagian, yaitu *City & Township, Residential, Commercial & Industrial, Retail & Trade Center*, dan

Hotel & Golf Course. City & Township terdiri dari BSD City, Kota Wisata, Nuvasa Bay, Grand Wisata, dan Kota Delmas. *Residential* terdiri dari Legenda Wisata, Klaska Residence, Telaga Golf Sawangan, Banjar Wijaya, Wisata Bukit Mas, Bale Tirtawana, The Nove, Aerium Residence, dan lain sebagainya. Dalam bidang *Commercial & Industrial*, Sinar Mas Land menghasilkan Karawang International Industrial City, Greenland International Industrial Center (GIIC), Wisma BCA BSD, Wisma Eka Jiwa, BSD Green Office Park, Indonesia Convention Center (ICE), dan lain sebagainya. Dalam bidang *Retail and Trade Center*, Sinar Mas Land menghasilkan ITC Cempaka Mas, DP Mall Semarang, ITC Mangga Dua, Grand ITC Permata Hijau, ITC Roxy Mas, Aeon Mall, Plaza Indonesia, dan lain sebagainya. Dan yang terakhir yaitu *Hotel & Golf Course*. Dalam bidang ini, Sinar Mas Land menghasilkan Damai Indah Golf BSD, Palm Spring Golf, Palm Resort Johor, Grand Hyatt, Hotel Santika Premier, dan lain sebagainya. Sinar Mas Land juga meraih penghargaan Internasional yang cukup bergengsi seperti World FIABCI Prix D'Excellence Award di Cyprus (2011), Asia Pacific Property Award di Kuala Lumpur pada 2012 dan 2013, dan World FIABCI Prix Award di Taichung pada 2013.

2.1.1 Filosofi Logo Perusahaan

Gambar 2.1



1. Logo Sinar Mas Land yang terinspirasi dari matahari ini melambangkan kekuatan yang dimiliki perusahaan dan pancaran sinar matahari yang diharapkan dapat selalu bersinar dan menerangi kehidupan. Dengan begitu, Sinar Mas Land berkomitmen atas usaha yang dijalankannya terhadap masyarakat.
 2. Lengkungan yang terdapat pada setiap sudut logo Sinar Mas Land melambangkan karakter perusahaan yang memiliki kelenturan, yang berarti selalu berinovasi dalam mengembangkan sebuah usaha.
 3. Tulisan Sinar Mas Land ditulis menggunakan huruf kecil yang melambangkan keramahan serta tidak kaku dalam merepresentasikan perusahaannya.
 4. Logo dan tulisan Sinar Mas Land digabungkan menjadi satu kesatuan melambangkan perusahaan Sinar Mas Land sebagai suatu kelompok usaha yang memiliki solidaritas.
- (Sumber: Corporate Identity Manual Sinar Mas Land)

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Selama proses pelaksanaan praktik kerja magang di PT Sinar Mas Land, mahasiswa tergabung dalam divisi *Marketing Communication* dan melakukan kerja sama dengan divisi lainnya seperti *sales*. Mahasiswa berada di bawah tanggung jawab Merly Sardy selaku *Promotion Staff* yang membimbing mahasiswa selama melakukan praktik kerja magang.

Jika dilihat dari ruang lingkup pekerjaan mahasiswa yang melaksanakan praktik kerja magang, pekerjaan yang dikerjakan oleh mahasiswa termasuk kedalam *jobdesc* sub divisi *Media Placement* yang ada di dalam divisi *Marketing Communication*. Sub divisi *Media Placement* bertugas untuk

pekerjaan yang dikerjakan oleh mahasiswa berhubungan dengan mata kuliah yang dipelajari mahasiswa pada saat semester 5 yaitu *Media Planning*. Dalam *Media Planning*, mahasiswa belajar mengenai proses perencanaan media

mulai dari merencanakan strategi pemasaran yang berisi penjadwalan, identifikasi pasar, menentukan target audiens, dan lain sebagainya. Perencanaan media merupakan sebuah proses dalam menyusun rencana penjadwalan agar usaha yang dilakukan dapat mencapai tujuan dari pemasaran tersebut.

Tahapan pertama dari proses perencanaan media yaitu membentuk strategi pemasaran. Dalam tahap membentuk strategi pemasaran, identifikasi pasar perlu dilakukan untuk menyeleksi bauran pemasaran atau *marketing mix* mana yang dapat menghasilkan strategi yang tepat dalam pemasangan iklan. Selanjutnya yaitu menentukan tujuan dimuatnya suatu iklan dalam media *advertising* tertentu, pesan yang ingin disampaikan, dan anggaran yang dibutuhkan dalam memuat sebuah iklan. Yang ketiga, perencanaan strategi media yang dilakukan untuk menentukan tujuan yang ingin dicapai, seperti *awareness* dari orang-orang yang nantinya akan melihat iklan tersebut, atau mempertahankan loyalitas dari pelanggan. Selain untuk menentukan target atau tujuan, perencanaan strategi media juga dilakukan untuk menentukan target audiens yang ingin disasar. Dengan mengetahui target audiens yang ingin disasar, proses perencanaan tersebut akan terasa lebih mudah dalam menentukan pemilihan media pemasaran yang tepat untuk target audiens tersebut. (Wahyuni, 2017, pp. 2 - 3)

2.2.1 Sales

Selama mahasiswa menjalankan kewajibannya dalam praktik kerja magang, mahasiswa selaku bagian dari tim *Marketing Communication* bekerja sama dengan divisi *sales* yang melakukan pekerjaan dalam menjual produk- produk dari PT Sinar Mas Land kepada para konsumen.

2.2.2 Residential & Commercial

Divisi *Residential & Commercial* bertanggung jawab dalam pemasangan dan instalasi iklan, baik yang menggunakan *LED Screen* maupun iklan berbentuk *billboard* yang pada umumnya terpasang di jembatan penyeberangan orang dan titik-titik tertentu di sekitar BSD.

2.3 Struktur Organisasi Sinar Mas Land

Bagan 2.1 Struktur Organisasi PT Sinar Mas Land



Sumber Data Perusahaan, 2020.