



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

#### 2.1. Deskripsi Perusahaan



Gambar 2.1. Logo CFLD *International*

CFLD *International* merupakan pengembang dan operator kawasan industri baru terkemuka yang berasal dari Republik Rakyat Tiongkok. CFLD *International* adalah lengan internasional dari CFLD dan berkantor pusat di Asia Square 1, Singapura. CFLD merupakan sebuah singkatan dari China Fortune Land Development. Sebelum masuk di ranah internasional, CFLD sudah lama berdiri di Tiongkok. CFLD didirikan pada tahun 1998 di Beijing oleh Wang Wenxue. Proyek industri berada di Gu'an dengan nama Gu'an New Industry City pada tahun 2002. Sejak saat itulah CFLD fokus untuk mengembangkan kawasan industri dan saat ini CFLD memiliki lebih dari 80 proyek di seluruh dunia dan juga menjadi operator kawasan industri baru terdepan di Tiongkok. CFLD memiliki visi yaitu menjadi pemimpin secara global untuk pengembangan kawasan industri dan memiliki misi yaitu mengembangkan kota-kota industri yang terpadu, ramah lingkungan, dan berteknologi tinggi. CFLD *International* memiliki 6 nilai inti dalam perusahaannya yaitu *integrity, operational excellence, win-win solutions, innovation, diversity, dan Inclusion.*

CFLD merupakan salah satu pelopor *public-private partnership (PPP) model* di Tiongkok. *Public-private partnership* mengacu pada kemitraan jangka panjang yang saling menguntungkan antara pemerintah dan swasta untuk mengembangkan infrastruktur dan menyediakan layanan publik. CFLD menerapkan *PPP model* ketika

bekerja sama dengan pemerintah daerah dalam pengembangan kawasan industri di daerah dengan mengikuti panduan regulasi pemerintah dan bekerja sama untuk mempertimbangkan lanskap ekonomi dan bisnis, berbagi kepentingan dan risiko untuk komitmen jangka panjang yang saling menguntungkan. Model tersebut juga di diterapkan CFLD di Indonesia.

CFLD *International* masuk ke Indonesia pada tahun 2016 dengan nama CFLD *International* (Indonesia) dan berkantor pusat di Equity Tower lantai 42, SCBD Lot 9, Jakarta Selatan. Selain di Jakarta, CFLD *International* (Indonesia) juga memiliki kantor lain di Karawang dan Cikupa. CFLD masuk ke Indonesia dan fokus mengembangkan perindustrian di Indonesia dengan mengembangkan dua proyek kawasan industri yaitu Karawang New Industry City dan Tangerang New Industry City.



Gambar 2.2. Logo Karawang New Industry City

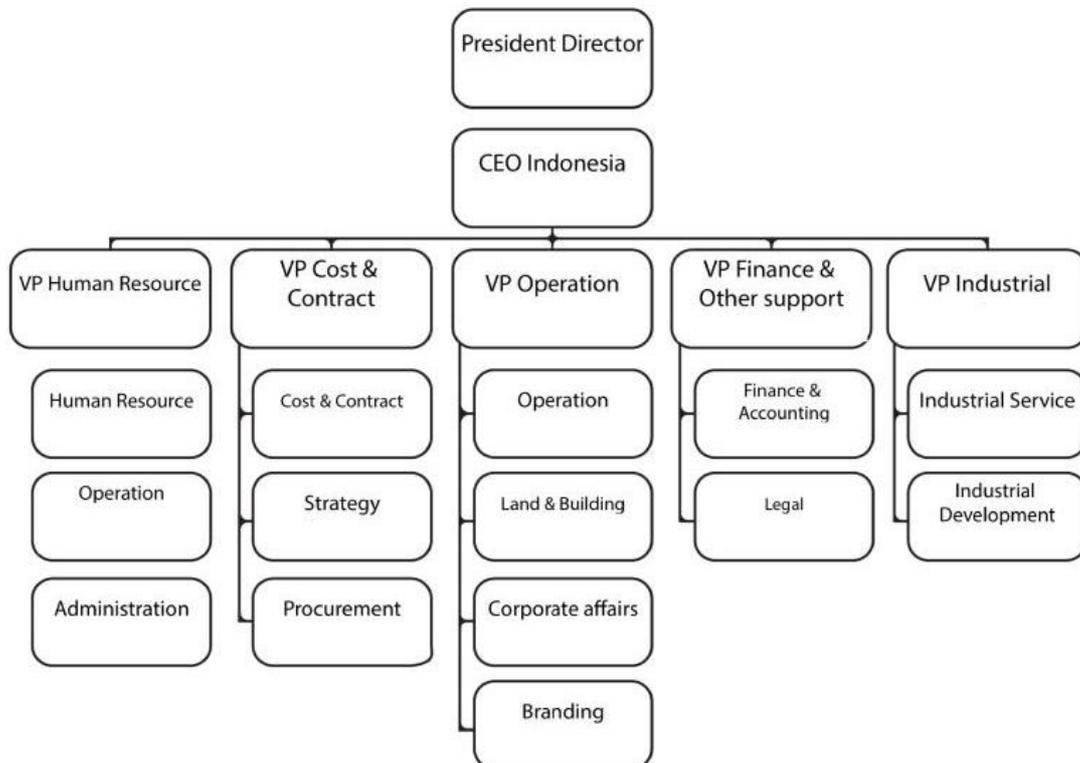
Karawang New Industry City (KNIC) merupakan kota industri independen yang terletak di Karawang Barat. Karawang New Industry City memiliki luas 200 ha untuk tahap pertamanya. Karawang New Industry City merupakan kota kelas dunia yang berfokus pada efisiensi operasional dengan ekosistem industri yang dirancang secara baik dan menyeluruh, di mana setiap klaster industri terhubung dan terintegrasi dengan baik. Karawang New Industry City fokus di beberapa klaster industri yaitu industri makanan & minuman, industri material bangunan, industri elektronik, industri otomotif, dan industri jasa logistik. Karawang New Industry City dilengkapi dengan fasilitas dan infrastruktur bertaraf internasional yang mendukung berkembangnya perindustrian.



Gambar 2.3. Logo Tangerang New Industry City

Proyek CFLD *International* (Indonesia) yang kedua adalah Tangerang New Industry City. Tangerang New Industry City (TNIC) merupakan kota mandiri baru yang terletak di daerah Cikupa. Tangerang New Industry City tidak hanya fokus di kawasan industri saja namun juga fokus di daerah komersial dan *residential*. Proyek CFLD *International* (Indonesia) menerapkan PPP Model dengan bekerja sama dengan Alam Sutera untuk mengembangkan kawasan industri Tangerang New Industry City di Cikupa.

## 2.2. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4. Bagan Struktur Organisasi CFLD *International* (Indonesia)

## **2.3. Landasan Teori**

### **2.3.1. Marketing**

Menurut Kotler dan Amstrong (2014) *marketing* adalah sebuah proses manajerial dan sosial dimana suatu individu ataupun grup memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan dan menukarkan nilai dengan pihak lainnya. *Marketing* juga merupakan suatu proses dimana perusahaan membuat suatu *value* untuk konsumennya dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen untuk mendapatkan *value* dari konsumen (Kotler & Amstrong, 2014). Sedangkan menurut McDaniel dan Gates (2015) *marketing* adalah sebuah aktivitas, kumpulan lembaga, dan proses untuk membuat, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan menukar penawaran yang memiliki *value* ke konsumen, klien, mitra, dan masyarakat secara luas.

### **2.3.2. Marketing Research**

*Marketing Research* dalam pekerjaan *Industrial Marketing Promotion* memiliki peran penting terutama dalam proses pengumpulan data. Dalam melakukan pekerjaannya, kita mengumpulkan data-data baik primer maupun sekunder yang relevan untuk menetapkan rencana pemasaran kawasan industri dan pembuatan konten. Data tersebut juga digunakan untuk diberikan kepada calon investor yang akan berinvestasi di kawasan industri CFLD *International* (Indonesia) sebagai konsiderasi untuk keputusan berinvestasi.

*Marketing research* menurut McDaniel dan Gates (2015) adalah sebuah perencanaan, pengumpulan, dan analisis data yang relevan dengan pengambilan keputusan pemasaran dan komunikasi hasil dari analisis kepada manajemen. *Marketing research* merupakan suatu fungsi yang menghubungkan konsumen kepada *marketer* melalui informasi-informasi yang mengidentifikasi dan mendefinisikan peluang dan masalah pemasaran lalu menghasilkan, menyempurnakan, mengevaluasi tindakan pemasaran dan juga memantau kinerja pemasaran serta meningkatkan pemahaman tentang pemasaran sebagai suatu proses (McDaniel & Gates, 2015).

Menurut Sekaran dan Bougie (2016) *marketing research* dapat mengatasi masalah-masalah yang berkaitan dengan pengambilan keputusan konsumen, kepuasan

konsumen, loyalitas konsumen, segmentasi pasar, menciptakan keunggulan yang kompetitif, membangun citra produk, periklanan, promosi penjualan, manajemen saluran pemasaran, penetapan harga produk, pengembangan produk baru, dan aspek-aspek pemasaran lainnya. Kotler dan Amstrong (2014) mengatakan bahwa *marketing research* dapat membantu untuk mengetahui potensi pasar dan *market share* ataupun mengukur efektivitas dari harga, produk, distribusi, dan kegiatan promosi. Pengumpulan data untuk melakukan *marketing research* bisa dilakukan secara *online* dengan melakukan survei internet, *online focus group*, *web-based experiments*, atau dengan melacak kebiasaan konsumen secara *online* (Kotler & Amstrong, 2014). Pengumpulan data juga dapat dilakukan melalui data-data sekunder seperti artikel, berita-berita, dokumen pemerintahan seperti data kependudukan ataupun data realisasi investasi, dan juga data penjualan perusahaan.

### **2.3.3. Digital Marketing**

Digitalisasi membuat pemasaran sebuah produk ikut berubah. Dengan adanya *digital marketing* target pasar yang bisa dituju menjadi lebih luas. Dalam kawasan industri *digital marketing* memiliki peranan penting terutama dalam mempromosikan kawasan industri kepada calon investor. Beberapa kegiatan *digital marketing* yang dilakukan seperti pembuatan situs web, penerapan *Search Engine Optimization* (SEO), dan juga iklan digital seperti Google Ads.

Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2016) *digital marketing* merupakan suatu pengaplikasian internet dan teknologi digital lainnya dengan komunikasi tradisional untuk memenuhi objektif pemasaran suatu produk. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2014), *Digital marketing* atau yang dapat disebut *online marketing* merupakan sebuah usaha untuk memasarkan produk dan jasa serta membangun hubungan dengan konsumen melalui internet dan juga merupakan bentuk dari *direct marketing* yang paling berkembang saat ini.

CFLD *International* (Indonesia) menerapkan *digital marketing* untuk melakukan aktivitas pemasaran dengan membuat situs web dan sosial media kawasan industri Karawang New Industry City (KNIC). Situs web tersebut berisikan informasi-informasi mengenai kawasan industri KNIC dan juga berita mengenai perkembangan pembangunan

kawasan industri KNIC. Selain itu penerapan *digital marketing* juga dilakukan oleh CFLD *International* (Indonesia) yaitu dengan menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO) situs web dan iklan digital melalui Google Ads dan Instagram Ads.

#### **2.3.4. Social Media**

Sekarang ini *social media* menjadi hal yang penting bagi perusahaan. Hal itu juga terjadi untuk perusahaan pengembang kawasan industri. Sosial media berperan tidak hanya untuk meningkatkan *branding* dan *awareness* kawasan industri CFLD *International* (Indonesia) saja namun juga sebagai tempat untuk memberikan informasi-informasi yang dapat mengedukasi masyarakat dan *update* mengenai kondisi terkini kawasan industri.

*Social media* menurut Fill dan Turnbull (2016) merupakan sebuah aplikasi berbasis web yang berupa platform interaktif dimana sebuah individu dan komunitas dapat membagikan, membuat, diskusi, ataupun mengubah konten. Sosial media memiliki peranan yang penting dalam mengkomunikasikan suatu *brand* terutama karena pertumbuhan sosial media yang masif (Keller, 2013). Menurut Heggde dan Shainesh (2018) sosial media merupakan media yang jauh lebih kuat daripada televisi dan radio sehingga *marketer* harus mempelajari penggunaan media sosial karena akan memiliki dampak yang besar terhadap kultur konsumsi di masa yang akan datang. Keller (2013) mengatakan bahwa sosial media memungkinkan konsumen untuk saling berbagi teks, gambar, audio, dan video secara *online* ke orang lain ataupun perwakilan perusahaan secara bebas. Menurut Keller (2013), sosial media menawarkan peluang yang sangat besar bagi *marketer* untuk dapat terhubung dengan konsumen dengan cara yang sebelumnya tidak memungkinkan.

Terdapat banyak platform sosial media dan terdapat beberapa sosial media yang fokus digunakan oleh kawasan industri CFLD *International* yaitu Instagram dan Youtube. Instagram merupakan platform berbagi gambar yang memungkinkan pengguna untuk mengambil gambar, menambahkan filter, dan membagikan foto ke internet (Strauss & Frost, 2014). Instagram dipakai oleh CFLD *International* untuk memasarkan kawasan industri dengan menggunakan iklan Instagram. Instagram juga digunakan untuk memberikan informasi mengenai kawasan industri dan *update* mengenai perkembangan

kawasan industri. Selain itu salah satu sosial media yang juga dipakai oleh CFLD International adalah Youtube. Youtube adalah platform berbagi video secara daring. Youtube digunakan oleh CFLD International untuk membagikan video perkembangan pembangunan kawasan industri.

#### **2.3.5. Events**

*Event* menurut Shone dan Parry (2010) memiliki peranan yang penting dalam kehidupan manusia. *Event* merupakan fenomena yang muncul dari adanya acara non-rutin yang bertujuan untuk memenuhi waktu luang, kebudayaan, objektif personal atau organisasional yang terpisah dari aktivitas normal di kehidupan sehari-hari dan juga memiliki tujuan lain untuk memberikan pencerahan, merayakan, menghibur, atau untuk memberikan pengalaman baru untuk sekelompok orang. Fill dan Turnbull (2016) mengatakan bahwa *event* memiliki hubungan yang kuat dengan *brand experience*, *public relations*, *sponsorship*, dan *branding* dan juga dianggap sebagai tambahan untuk pengalaman yang terkait dengan pameran atau *trade shows*.

Dengan adanya *event*, CFLD *International* (Indonesia) dapat memasarkan kawasan industri baik Karawang New Industry City ataupun Tangerang New Industry City kepada pengunjung acara. Dengan mengikuti acara seperti pameran, kawasan industri tersebut dapat lebih dikenal oleh pengunjung acara. Selain itu pengunjung juga dapat mengetahui produk apa yang ditawarkan oleh CFLD *International* (Indonesia). Dengan mengikuti acara, CFLD *International* juga mendapatkan *database* perusahaan baru yang memasukkan kartu nama ke buku pengunjung.