

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

PT Lamudi Classifieds Indonesia adalah sebuah *start-up company*, bagian dari grup global Lamudi.com yang merupakan portal *marketplace* jual beli ataupun sewa properti secara *online*. Lamudi hadir untuk membantu para konsumen mencari informasi seputar rumah impian, tanah, apartement, kavling komersial dan sudah berdiri sejak 2013. Lamudi global di dirikan oleh Kian Moini dan Paul Philipp Herman di Berlin dan dibentuk oleh Rocket Internet, pembuat *E-commerce* ternama di Indonesia seperti, Lazada dan Zalora secara resmi berdiri di Indonesia pada tahun 2014. Dilansir dari laman lamudi.co.id, selain di Indonesia, Lamudi global sudah memperluas sayap bisnisnya sampai ke-13 negara seperti, Filipina, Algeria, Bangladesh, Kolumbia, Kenya, Meksiko, Moroko, Myanmar, Nigeria, Pakistan, Rwanda, Arab Saudi, dan Tunisia. Di tahun 2016 pada bulan Februari, Lamudi menjadi nomor 2 setelah Gojek yang berhasil masuk ke dalam enam *startup* yang memiliki funding atau nilai investasi terbanyak di Indonesia dengan total senilai \$31.4 juta USD (kontan.co.id, 2017).

Gambar 2. 1 Logo Lamudi Global & Lamudi.co.id



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Lamudi memiliki target pasar di negara yang berkembang seperti Indonesia, terbukti selama satu tahun sudah berdiri di Indonesia sejak 2014, Lamudi Indonesia telah berkembang dari dua karyawan di kantor menjadi perusahaan dengan lebih dari 50 dan sekarang sudah mencapai lebih dari 750 karyawan yang

tersebar di empat kota besar di Indonesia (Jakarta, Bandung, Bali, dan Surabaya). Lamudi melihat pasar *real estate* di Indonesia dengan kelas menengah yang berteknologi maju, dapat membuat Lamudi menjadi salah satu pasar *online* jual beli properti terbesar, sehingga akan sangat membantu Lamudi untuk terus berkembang dan berinovasi. Selama perjalanan karir di Indonesia, Lamudi selalu memperbaiki kualitas dari web portal yang digunakan sebagai *platform* jual beli properti *online* dan selalu didesain untuk mempermudah konsumen ketika menggunakan fitur-fitur yang terdapat di dalamnya (Priambada, 2015).

Lamudi yang beroperasi di Filipina, Indonesia, dan Meksiko resmi diumumkan telah diakuisisi oleh *Emerging Markets Property Group* (EMPG), salah satu grup iklan baris digital terkemuka di kawasan *Middle East and North Africa* (MENA), Asia Selatan, dan Asia Tenggara pada 12 Mei 2020. Lamudi.co.id juga melihat terdapat peningkatan 36,8% year-on-year dalam penjualan *real estate* dari Juni 2020 hingga 2021, meskipun ada dampak dari pandemi. Hingga saat ini, permintaan *real estate* pada tahun 2021 telah meningkat dengan rata-rata 2% per bulan dibandingkan tahun 2020 (Adhito, 2021).

Gambar 2. 2 Lamudi bagian dari EMPG



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Karena terdapat peningkatan penjualan selama pandemi, di tahun 2021 Lamudi meluncurkan program baru yang bernama #CariSekarang untuk meningkatkan kesadaran tentang betapa mudahnya mendigitalkan pencarian rumah dari tahap awal hingga sampai menentukan pilihan properti yang sudah diimpikan.

Setelah sukses menjadi *platform* jual beli properti secara *online*, pada bulan Februari 2018 Lamudi resmi mengeluarkan dan mengoperasikan sub-*brand* yang bernama PropertyPRO sebagai agen properti berbasis digital yang memiliki jaringan lebih dari 50.000 member yang tersebar hampir di seluruh Indonesia pada saat ini. Agen properti berbasis digital ini unik dibandingkan dengan agen properti yang lainnya, karena PropertyPRO menekankan pada penggunaan aplikasi yang dapat memfasilitasi dan mempermudah penjualan properti oleh para agen.

Aplikasi PropertyPRO didirikan delapan orang yang berpengalaman lebih dari 20 tahun di industri properti, mereka adalah Dopur Eduardus, Susanto Hamangku, Jarot Yubagyo, R.R. Endah, Yusniarti, Landong Purba, Andi Sutoyo, dan Achmad Mustafa yang telah berkontribusi memberikan penjualan senilai Rp1,5 triliun per tahun. Aplikasi PropertyPRO bertujuan untuk membantu dan mempermudah para agen untuk berjualan melalui fitur-fitur yang tersedia seperti, informasi proyek secara lengkap, rincian harga dan komisi, fasilitas, gambar proyek, tipe proyek, dan masih banyak lagi.

Hingga saat ini Lamudi dan PropertyPRO bekerja sama dengan banyak *developer* ternama di Indonesia seperti Agung Podomoro Land, Adhi Karya, Wika Reality, Jababeka, Pollux, dan masih banyak lagi. Selain itu, sudah ada lebih dari 10.000 broker atau agen, termasuk beberapa agen properti besar seperti LJ Hooker, Harcourts, Ray White, Century21, Keller Williams dan Pro/Max, juga telah bermitra dengan Lamudi dan PropertyPRO Indonesia. Lamudi dan PropertyPRO memberikan kemudahan untuk para konsumen dan agen dalam memperoleh informasi, data kontak dengan agen ataupun *developer*, serta selalu memberikan daftar properti terlengkap dan terbaru di Indonesia.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

A Visi dan Misi Lamudi

“To offer any Indonesian the easiest and most trustworthy way to buy a property”.

Lamudi berharap melalui visi misi yang memiliki arti “Untuk menawarkan kepada siapa pun di Indonesia cara termudah dan paling terpercaya untuk membeli properti”, dapat memberikan kemudahan serta menimbulkan rasa percaya bagi masyarakat Indonesia ketika ingin membeli properti di Lamudi.

A.1 Visi dan Misi PropertyPRO

1) Visi

Membantu kesuksesan konsultan properti melalui inovasi terdepan.

2) Misi

1. Membantu masyarakat Indonesia dengan menyediakan pilihan *developer* terpercaya di Indonesia.
2. Memberikan masyarakat Indonesia informasi seputar properti yang terpercaya melalui inovasi terdepan.
3. Memberikan konsultan properti kami pelatihan terbaik dari mentor berpengalaman.

2.1.2 Nilai dan Budaya Perusahaan

PropertyPRO merupakan bagian dari Lamudi.co.id sehingga nilai dan budaya yang dimilikinya pun tetap sama. Berikut penjelasan dari nilai dan budaya yang berlaku di PropertyPRO dan juga Lamudi.co.id sebagai berikut:

1. *Always Improving*

Memiliki semangat untuk terus berkembang dan belajar, terlepas dari posisi mereka di dalam tim, diharuskan untuk mengetahui segalanya. Hal ini menunjukkan bahwa untuk memperbaiki dan menambah skill dalam diri, kita harus terus belajar dan terbuka terhadap perubahan apapun itu.

Karena di sini kita selalu bergerak cepat, dan apa yang kita lakukan hari ini kemungkinan besar akan berbeda dari apa yang kita lakukan di esok hari.

2. *Be an Owner*

Semua karyawan adalah pemilik perusahaan; dan setiap karyawan sangat peduli dengan apa yang mereka miliki. Memiliki semangat untuk bekerja lebih keras, bahkan jika itu tidak harus dalam pekerjaan yang ada di tim sendiri. Ketika kita melihat sesuatu yang dapat diperbaiki, kita mengambil tindakan untuk memperbaikinya, bukan hanya menunjukkan saja apa yang salah.

3. *There is No Me in Company*

Tidak terdapat gap antara atasan dan bawahan atau sebaliknya karena kita semua bersama-sama dalam hal ini. Semua hasil yang sudah dicapai melalui kerja sama tim yang baik. Kita semua perlu mengesampingkan ego masing-masing untuk menemukan dan mencapai hasil terbaik bagi perusahaan.

4. *We Add Value*

Mampu ikut serta untuk berkontribusi dalam hal untuk memajukan dan mensukseskan perusahaan, Lamudi sangat peduli dengan hasil yang karyawan peroleh untuk para konsumen.

2.1.3 Tempat dan Kontak Perusahaan

Alamat kantor Lamudi berada di Capital Place, Level 50 , Jl. Gatot Subroto no. kav 18 RT 6/ RW 1, Kuningan, Kuningan Bar, Kec. Mampang Prapatan, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12710. Kontak dan media sosial dari Lamudi dan PropertyPRO sebagai berikut:

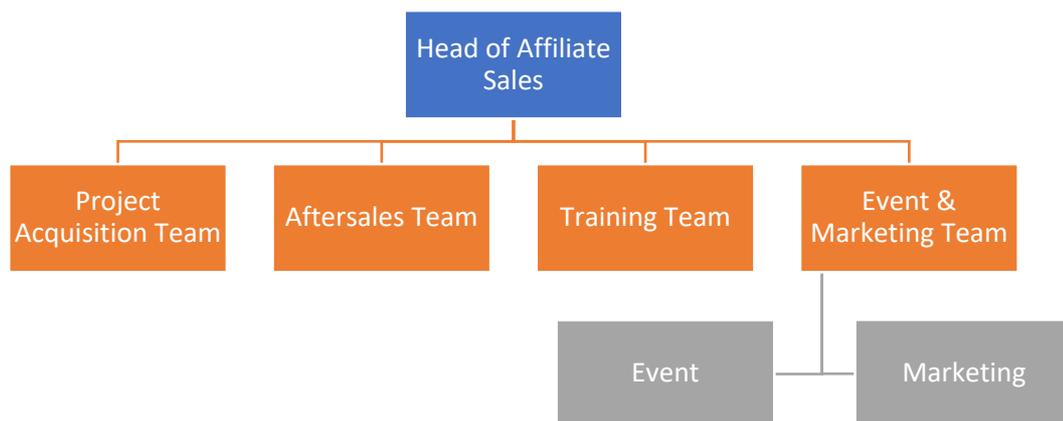
1. Nomor Telepon : +62 21 80640034
2. Situs : lamudi.co.id
3. Instagram : @lamudi_id
4. Facebook : Lamudi Indonesia

- 5. Twitter : @Lamudi_ID
- 6. LinkedIn : Lamudi.co.id
- 7. Instagram : @propertypro.id
- 8. Situs : propertypro.co.id
- 9. Facebook : PropertyPRO Indonesia

2.2 Ruang Lingkup Kerja *Event & Marketing*

Divisi *Event & Marketing* berada di dalam *Affiliates Department* yang merupakan divisi pemegang *brand* PropertyPRO. Posisinya terdapat tepat di bawah *Head of Affiliate Sales*. Untuk posisi saya berada tepat di bawah *event associate*.

Bagan 2. 1 Struktur Organisasi Affiliates Department



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Affiliates Department



Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Secara garis besar *Affiliates Department* bertanggung jawab dalam hal mengurus kerja sama *developer* dengan pihak PropertyPRO dan Lamudi, mengurus penjualan yang dilakukan oleh pihak agen, melakukan dan menyediakan pelatihan untuk para agen agar lebih siap berjualan di lapangan, membuat *content plan*, *campaign*, dan kegiatan *marketing* lainnya untuk meningkatkan *engagement* di sosial media dan aplikasi PropertyPRO, serta mengadakan *event* untuk agen dan *developer*.

Sementara untuk divisi *event & marketing* memiliki tanggung jawab dalam membuat semua aktivitas marketing dan mengeksekusi semua kegiatan *event* yang berhubungan dengan agen dan *developer*. Berikut penjabaran lebih detail mengenai tanggung jawab divisi *event & marketing* di dalam Affiliates Department:

1. Membuat dan melakukan *brainstorm* untuk *event idea*, *event plan*, dan *event concept* setiap bulan.
2. Mencari, menghubungi, menjelaskan detail acara serta negosiasi ke KOL untuk acara PROExpert dan Talkshow Digital *Marketing* setiap bulan.
3. Membuat *creative brief* untuk penjelasan *event* ke designer (untuk request konten *invitation*, *Instagram Story*, *Instagram Feeds*, dan *Pop Up Banner*).
4. Membuat *brief* untuk pengajuan *new event idea* ke *supervisor* dan *manager* dalam bentuk proposal power point.

5. Membantu tim *marketing* untuk menyukseskan *campaign marketing* yang sedang berjalan.
6. Melakukan *review* dalam hal memberikan masukan dan ide untuk *content plan marketing* yang sudah dibuat.
7. Membuat *deck* presentasi untuk materi dari setiap acara dan menyesuaikan dengan standard PropertyPRO.
8. Membuat *copywriting* untuk penulisan di *push notification* (setiap acara besar).
9. Menjadi PIC dan MC/moderator dalam setiap acara yang sudah di tentukan dalam *event planning*.
10. Mengatur dan menjadwalkan *event* mingguan serta memasukkannya ke dalam aplikasi PropertyPRO
11. Membuat *copywriting* yang menarik untuk *wording-an* yang akan di *blast* ke seluruh *group*.
12. Melakukan *Technical Meeting* dan Gladi bersih untuk setiap acara dengan *client* maupun KOL.
13. Menentukan dan membuat *rough budgeting* untuk setiap *event* yang akan dilaksanakan.
14. Menghubungi dan bekerja sama dengan setiap *vendor* yang dibutuhkan dalam *event*.
15. Membuat *event evaluation* di setiap acara yang sudah selesai beserta masukan dan kendala yang terjadi selama *event* berlangsung.