

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Berikut adalah sejarah berdirinya PT Metropolitan Kentjana Tbk



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan

Sumber: Sindonews.com, 2015

PT Metropolitan Kentjana berdiri sejak 29 Maret 1972 yang merupakan gabungan dari PT Metropolitan Development dengan PT Waringin Kentjana. PT Metropolitan Kentjana mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1975. Pada tahun 2009 PT Metropolitan Kentjana berubah nama menjadi PT Metropolitan Kentjana Tbk, yang dimana perusahaan tersebut memutuskan untuk menjadi perusahaan perseroan terbatas terbuka. PT Metropolitan Kentjana Tbk fokus dan bergerak dalam bidang pengembangan *real estate*, penyewaan dan pengelolaan pusat perbelanjaan, apartemen, perkantoran, perumahan dan jasa perawatan, serta pembersihan. Kantor pusat PT Metropolitan Kentjana Tbk terletak di Plaza Pondok Indah 2 Jl. Metro Duta Niaga, Jakarta Selatan dengan proyek pertamanya yaitu Perumahan Pondok Indah (Pondok Indah Group) yang berada di kawasan Pondok Pinang, Jakarta Selatan (Pondokindahgroup.co.id, 2022).



Gambar 2. 2 Anak Perusahaan

Sumber: <https://pondokindahgroup.co.id/pondok-indah-mall>

Berikut dibawah ini anak perusahaan dari PT Metropolitan Kentjana Tbk, yaitu:

- Intercontinental Residences Jakarta Pondok Indah
- Pondok Indah Town House
- Pondok Indah City Center
- Villa Anggrek by Pondok Indah
- Villa Kebon Jeruk
- Pondok Indah Residences
- Mall Pondok Indah
- Street Gallery
- Intercontinental Jakarta Pondok Indah
- Puri Indah Real Estate
- Puri Indah Mall
- Puri Indah Mall Expansion
- Shangri-La Gardens Sekupang

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan: Mengoptimalkan dan memanfaatkan aset-aset perusahaan agar menghasilkan keuntungan yang maksimum dan meneruskan pertumbuhan melalui pengembangan areal perumahan dan komersial yang baru.

2.2.2 Misi Perusahaan: Membangun perseroan menjadi perusahaan unggul yang dapat meningkatkan *stakeholders' values*.

2.2.3 Value Perusahaan: selalu memberikan yang terbaik dan menjadi menjadi motivasi untuk mengembangkan setiap produk.

2.3 Profil Perusahaan

2.3.1 Lokasi Perusahaan



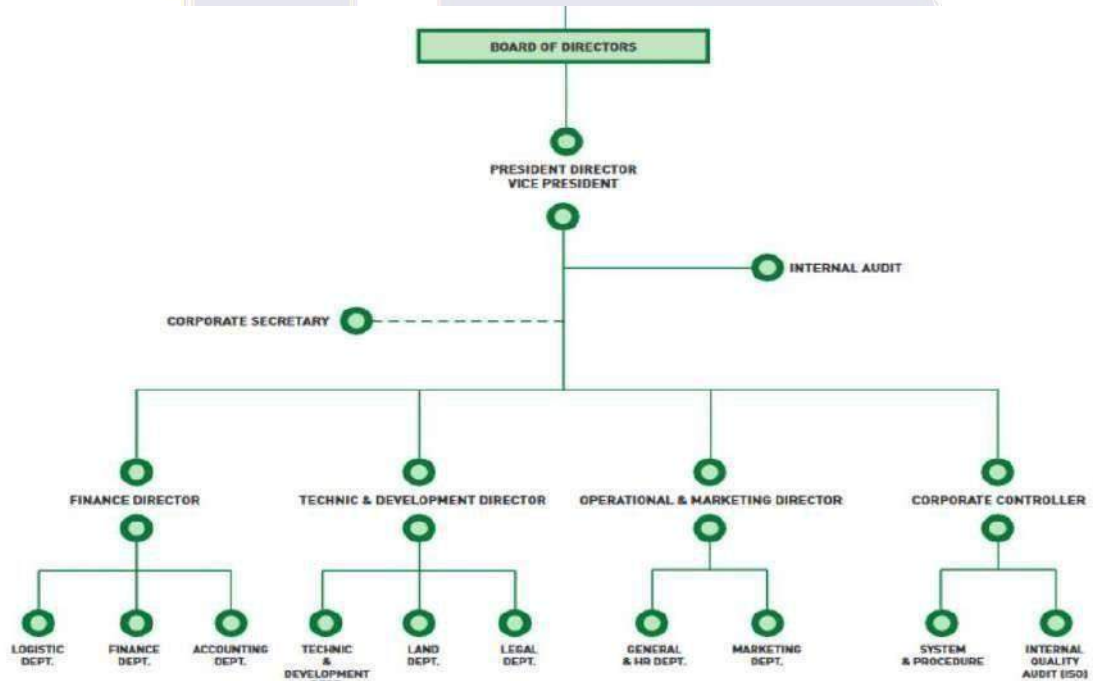
Gambar 2. 3 Lokasi Kantor Pondok Indah Mall

Sumber: <https://pondokindahgroup.co.id/pondok-indah-mall>

Pondok Indah Mall berlokasi di jl. Metro Pondok Indah Blok III B Pondok Indah Jakarta Selatan 12310 - Indonesia.

2.3.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah Struktur Organisasi Perusahaan PT Metropolitan Kentjana Tbk.



Gambar 2. 4 Struktur Organisasi PT Metropolitan Kentjana

Sumber: <https://pondokindahgroup.co.id/>

Berikut ini merupakan penjelasan setiap posisi dan divisi dari struktur organisasi PT Metropolitan Kentjana:

1. *Board of Directors*

Board of directors atau BOD merupakan posisi tertinggi dalam struktur perusahaan, yang dimana anggotanya diangkat dari karyawan yang memiliki potensi atau dapat juga direkrut dari perusahaan lain. Posisi BOD dipilih oleh Komisaris selaku pemilik perusahaan melalui RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham). BOD memiliki tanggung jawab penuh atas segala

pengurusan perusahaan seperti kepentingan perusahaan, tujuan perusahaan, serta mewakili perusahaan baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan peraturan yang ada di perusahaan.

2. *President Director*

President Director memiliki tanggung jawab langsung atas setiap keputusan yang dibuat kepada komisaris dan para pemegang saham untuk menjalankan suatu perusahaan baik terhadap keuntungan maupun kerugian yang akan didapat oleh perusahaan. Tugas dari seorang *president director* adalah menentukan segala rencana strategis untuk dijalankan dalam suatu perusahaan, membangun jaringan bisnis agar berkembang menjadi lebih luas, serta mengambil keputusan untuk perusahaan tersebut.

3. *Internal Audit*

Internal Audit memiliki tanggung jawab langsung kepada *president director*. Tugas utama dari seorang *Internal Audit* adalah melaksanakan dan merancang rencana kerja audit internal tahunan berdasarkan hasil dari analisis risiko yang telah dilakukan. Selain itu, *Internal Audit* juga memiliki tugas untuk mengevaluasi dan menguji segala pelaksanaan pengendalian internal dan sistem manajemen risiko sesuai dengan peraturan atau kebijakan yang berlaku di perusahaan.

4. *Corporate Secretary*

Corporate Secretary memiliki tanggung jawab langsung kepada *president director*, yang dimana tugas utama dari seorang *corporate secretary* adalah memberikan masukan atau saran kepada direktur utama perusahaan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Selain itu, seorang *corporate secretary* juga bertugas membuat daftar nama pemegang saham yang ada di perusahaan,

serta dapat menjadi jembatan antara perusahaan dengan masyarakat dan pasar modal.

5. *Finance Director*

Finance director memiliki tanggung jawab langsung kepada *president director* untuk menilai kinerja dari keuangan perusahaan. Selain itu, *Finance director* juga bertanggung jawab dalam mengawasi kinerja para karyawan yang berada di divisi keuangan. Tugas utama dari seorang *finance director* adalah mengawasi segala aspek keuangan yang ada di perusahaan. Terdapat beberapa departemen yang berada di bawah *finance director*, yaitu:

a. *Logistic Department*

Divisi logistik memiliki tanggung jawab langsung kepada *finance director* untuk mengawasi barang masuk dan keluar dari gudang. Tugas utama dari divisi logistik adalah mengkoordinasikan pemesanan dan mengawasi pengiriman barang, serta mengelola barang yang berada di gudang.

b. *Finance Department*

Divisi finance memiliki tanggung jawab langsung kepada *finance director* untuk mengelola keuangan perusahaan mulai dari mengalokasikan dana, *budget*, serta mengurus pembayaran kepada *supplier*.

c. *Accounting Department*

Divisi accounting memiliki tanggung jawab langsung kepada *finance director* dalam segala laporan keuangan yang dibuat. Tugas utama dari divisi accounting adalah melakukan pencatatan atas seluruh transaksi perusahaan

dan menyusun laporan keuangan perusahaan. Dalam divisi accounting terbagi dalam beberapa tugas, yaitu:

1. *Manager*

Seorang *manager* bertugas dalam menganalisis, mengelola, serta mengawasi segala pelaporan keuangan dari *supervisor* dan *staff*.

2. *Supervisor*

Seorang *supervisor* bertugas dalam mengkoordinasikan segala tugas agar dapat terselesaikan dengan baik dan sesuai target perusahaan. Selain itu, *supervisor* juga bertugas untuk menyampaikan setiap laporan keuangan perusahaan kepada *manager*, melakukan pengontrolan terhadap berjalannya proses accounting, serta melakukan pengawasan atas setiap pekerjaan *staff accounting*.

3. *Staff*

Seorang *staff accounting* bertugas dalam melakukan pencatatan setiap transaksi bisnis, pencatatan perpajakan, serta membuat laporan keuangan perusahaan secara rutin.

6. *Technic & Development Director*

Technic & development director memiliki tanggung jawab langsung kepada *president director*. *Technic & development director* bertugas untuk mengawasi divisi yang berada di bawahnya, seperti:

a. *Technic & Development Department*

Divisi *Technic & development* memiliki tanggung jawab langsung kepada *technic & development director* dalam

merancang perencanaan dan pengembangan perusahaan. Divisi *technic & development* bertugas dalam melakukan pemeliharaan gedung dan melakukan perencanaan terhadap pengembangan bisnis baru di perusahaan.

b. Land Department

Land Department memiliki tanggung jawab langsung kepada *technic & development director* dalam melakukan pembebasan lahan dan mengumpulkan informasi mengenai proses pembebasan lahan sesuai dengan SOP yang berlaku.

c. Legal Department

Legal department memiliki tanggung jawab langsung kepada *technic & development director* dalam segala permasalahan mengenai legal dan hukum perusahaan mulai dari menangani dokumen perusahaan, perizinan pembangunan yang ingin dilakukan perusahaan, serta mengatasi segala permasalahan hukum perdata atau pidana perusahaan.

7. Operational & Marketing Director

Operational & marketing director memiliki tanggung jawab langsung kepada *president director*. Terdapat 2 divisi yang berada di bawah *operational & marketing director*, yaitu:

a. General & HR Department

Divisi *general & HR* memiliki tanggung jawab langsung kepada *operational & marketing director* dalam pengendalian *internal* yang berhubungan dengan karyawan (kepegawaian) dan segala kegiatan operasional perusahaan. *General department* bertugas

dalam melakukan pengadaan mengenai fasilitas peralatan yang ada di kantor sebagai penunjang kegiatan operasional perusahaan agar dapat berjalan dengan baik. Selain itu, *HR* atau *human resource department* bertugas dalam melakukan perekrutan calon karyawan, pengembangan potensi dan kinerja karyawan, serta pemberdayaan karyawan agar menjadi sumber daya manusia yang lebih unggul.

b. Marketing Department

Divisi *marketing* memiliki tanggung jawab langsung kepada *operational & marketing director* dalam melakukan perencanaan, pelaksanaan, serta mengawasi kegiatan pemasaran dan penjualan perusahaan secara umum. Selain itu, tugas lain dari divisi *marketing* adalah melakukan pemasaran produk sehingga dapat terealisasi menjadi penjualan.

8. Corporate Controller

Divisi *corporate controller* memiliki tanggung jawab langsung kepada *president director* untuk melakukan pemeriksaan dan pengawasan terhadap kinerja perusahaan. Terdapat 2 divisi yang berada di bawah *corporate controller*, yaitu:

a. System & Procedure

Divisi *system & procedure* memiliki tanggung jawab langsung kepada *corporate controller* dalam melakukan pengawasan segala perencanaan maupun pelaksanaan aktivitas mengenai sistem yang ada di perusahaan agar dapat sesuai dengan prosedur yang telah dibuat dan berlaku di perusahaan.

b. Internal Quality Audit (ISO)

Divisi *internal quality audit* memiliki tanggung jawab langsung kepada *corporate controller* untuk mengawasi kinerja auditor dalam merancang program tahunan, memeriksa seluruh sistem audit, mempersiapkan jadwal pelaksanaan audit, mengumpulkan dan menganalisis bukti audit yang relevan secara netral (tidak memihak kepada auditor atau siapapun).

2.4 Landasan Teori

2.3.1 Manajemen

Menurut Siswanto (2012: 1) menjelaskan bahwa manajemen merupakan sebuah seni atau ilmu yang membahas tentang perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian, serta adanya pengendalian terhadap orang maupun mekanisme kerja yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Sedangkan menurut Handoko (2012: 8) berpendapat bahwa manajemen adalah suatu proses pengorganisasian, perencanaan, pengarahan, serta pengawasan upaya-upaya yang dilakukan para anggota organisasi dalam mengatur penggunaan sumber daya yang dimiliki oleh sebuah organisasi agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi.

Menurut George R. Terry (2012) menjelaskan bahwa manajemen merupakan sebuah proses yang terdiri dari perencanaan,

pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang sudah diputuskan sebelumnya oleh sebuah organisasi.

Dari sejumlah pendapat yang sudah didefinisikan oleh beberapa pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa manajemen adalah sebuah proses untuk mengatur segala perilaku maupun kegiatan yang ada dalam sebuah organisasi terdiri dari perencanaan (*Planning*), pengorganisasian, pengarahan (*Leading*), serta pengawasan (*Controlling*) untuk memperoleh hasil dan tujuan sesuai dengan apa yang sudah ditetapkan oleh organisasi tersebut.

Berikut ini penjelasan mengenai empat fungsi dasar dari manajemen, yaitu:

1. Perencanaan (*Planning*)

Fungsi perencanaan merupakan fungsi manajemen dimana suatu kegiatan untuk menyusun tujuan dari sebuah organisasi atau perusahaan yang akan dilanjut dengan mencakup rencana lainnya untuk mencapai visi, misi, serta tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. Perencanaan dapat dilakukan dengan menetapkan tujuan awal dari sebuah organisasi dan memilih strategi apa saja yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan awal tersebut.

2. Pengorganisasian (*Organizing*)

Fungsi pengorganisasian merupakan fungsi manajemen yang dimana terdapat suatu rangkaian kegiatan pengaturan terhadap sumber daya yang dimiliki oleh sebuah organisasi baik itu sumber daya alam, sumber daya manusia, maupun sumber daya lainnya untuk menjalankan perencanaan yang sudah dibuat sebelumnya agar tujuan sebuah organisasi dapat tercapai.

3. Pengarahan (*Leading*)

Fungsi pengarahan atau kepemimpinan merupakan fungsi manajemen dimana dibutuhkannya sikap kepemimpinan berupa seorang manajer yang bertugas untuk memimpin anggota timnya agar dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi kinerja kerjanya secara maksimal. Selain itu, peran penting yang dibutuhkan dari sosok pemimpin adalah untuk menciptakan lingkungan kerja yang baik dan nyaman untuk para anggotanya agar mereka dapat melakukan segala tugasnya masing-masing dengan maksimal.

4. Pengawasan (*Controlling*)

Fungsi pengawasan merupakan fungsi manajemen dimana terdapat suatu kegiatan memberikan pengawasan atau penilaian terhadap kinerja kerja dari suatu organisasi berdasarkan standar yang telah ditetapkan dalam organisasi tersebut. Pengawasan sangat diperlukan sebagai bahan evaluasi atau acuan untuk memperbaiki kesalahan-kesalahan apa saja yang terjadi sehingga kedepannya dapat diperbaiki.

2.3.2 Marketing

Marketing atau pemasaran adalah suatu kegiatan utama dalam sebuah perusahaan yang memiliki tugas dalam penentuan maju atau mundurnya suatu perusahaan. Menurut Kotler (2001: 7) menjelaskan bahwa Pemasaran merupakan salah satu proses ataupun manajerial yang mendorong individu maupun kelompok untuk memperoleh apa saja yang mereka ingin dan butuhkan melalui pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain.

Menurut Charles Futrell (2013: 11) berpendapat bahwa Pemasaran ialah suatu cara atau sistem secara menyeluruh dari kegiatan usaha yang memiliki tujuan untuk merencanakan, menentukan harga,

mempromosikan, serta mendistribusikan barang, jasa atau ide ke target pasar dalam rangka menggapai tujuan suatu organisasi. Sedangkan menurut Brech (Sudaryono, 2016) Pemasaran adalah suatu proses untuk menentukan permintaan dari konsumen atas minat suatu produk maupun jasa, dengan tujuan untuk memotivasi penjualan dari suatu produk atau jasa tersebut agar dapat memperoleh laba.

Dari beberapa definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan kegiatan yang bertujuan untuk mempercepat pendistribusian barang atau jasa dari produsen kepada konsumen melalui kemampuan manajerial dalam merencanakan, menentukan harga, mempromosikan produk atau jasa, serta pendistribusian ke target pasar.

2.3.3 Marketing Manajemen

Menurut Kotler dan Keller (2016:5) menjabarkan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu proses yang dilakukan orang untuk menganalisis, merencanakan, serta mengkoordinasikan program-program yang bertujuan untuk mendatangkan keuntungan bagi perusahaan, atau dapat diartikan juga sebagai sebuah ilmu untuk memilih pangsa pasar agar dapat menciptakan value pelanggan yang unggul.

Sedangkan menurut Buchori dan Djaslim (2010:5) berpendapat bahwa manajemen pemasaran adalah suatu proses perencanaan, pelaksanaan sebuah konsepsi, strategi penetapan harga, promosi, maupun pendistribusian gagasan, barang, serta jasa, yang bertujuan untuk menghasilkan suatu pertukaran untuk memuaskan keinginan individu ataupun mencapai tujuan dari sebuah organisasi.

Menurut Sofyan Assauri (2013:12) menjelaskan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu proses penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, serta pengendalian terhadap program-program yang telah

dibuat untuk membentuk, membangun, serta memelihara suatu keuntungan dari adanya sebuah pertukaran yang dilakukan melalui sasaran pangsa pasar agar dapat mencapai tujuan suatu organisasi dalam jangka waktu yang panjang.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli yang telah dijabarkan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Manajemen pemasaran adalah proses analisis, perencanaan, pelaksanaan, serta pengendalian atas segala program maupun strategi yang telah ada untuk menciptakan dan membangun sebuah pertukaran dengan pangsa pasar yang dapat mendatangkan keuntungan bagi organisasi maupun tujuan perusahaan.

2.3.4 Customer Relation Management

Menurut Khedkar (2015) menjelaskan bahwa customer relationship management merupakan sebuah kegiatan pemasaran yang terdiri dari pengumpulan, pengelolaan, dan pengungkitan informasi pelanggan dan Riwayat kontak yang bertujuan untuk memaksimalkan nilai dari pelanggan dengan tujuan memaksimalkan hubungan antara perusahaan dan pelanggan demi mengoptimalkan kepuasan dan loyalitas dari pelanggan seiring berjalannya waktu.

Sedangkan menurut Fredick Newell (2000:2) berpendapat bahwa customer relationship management merupakan sebuah pembelajaran dan bentuk pemodifikasian dari perilaku konsumen di setiap waktu dan interaksi yang dilakukan dimana setiap perlakuan terhadap pelanggan dan membangun kekuatan antara konsumen dan perusahaan.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa customer relationship management adalah sebuah strategi bisnis yang memadukan manusia, proses, dan teknologi di dalamnya untuk membantu meningkatkan penjualan dan menambah pelanggan, serta

mempertahankan hubungan antara perusahaan dan pelanggan yang sudah ada.

2.3.5 Service Marketing

Menurut Payne dalam Hurriyati (2010) menjelaskan bahwa service marketing atau pemasaran jasa adalah suatu proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi serta memenuhi kebutuhan dari target pasar perusahaan yang telah ditargetkan secara khusus dengan cara menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Sedangkan menurut Lupiyoadi (2006:5) berpendapat bahwa service marketing adalah segala Tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain menggunakan prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa service marketing atau pemasaran jasa adalah suatu proses penciptaan dan menyampaikan jasa dari sebuah perusahaan atas apa yang dibutuhkan oleh pelanggan dengan tujuan untuk memenuhi segala kebutuhan perusahaan.