



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 SINAR MAS LAND

2.1 Profil Sinar Mas Land

Sinar Mas Land merupakan salah satu perusahaan pengembang properti yang terbesar di Indonesia. Sinar Mas Land yang merupakan jaringan dari Duta Pertiwi memulai kegiatan bisnisnya pada 1988. Pada mulanya, Sinar Mas Land hanya fokus pada membangun perumahan-perumahan saja. Namun, seiring berjalannya waktu Sinar Mas Land memulai ekspansi bisnisnya dengan membangun proyek-proyek yang lain seperti apartemen, pusat perbelanjaan, gedung perkantoran, kota, dan kawasan industri untuk menjawab kebutuhan konsumen yang kian beragam.

Sebagai perusahaan properti yang gemar berinovasi, Sinar Mas Land membangun dan mengembangkan sebuah kota yang sukses dan masih terkenal hingga kini, yaitu Bumi Serpong Damai (BSD). BSD banyak dipilih oleh masyarakat Indonesia sebagai kota untuk dihuni karena fasilitasnya yang lengkap. BSD bahkan terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai perusahaan properti dengan nilai pasar terbesar. Tidak hanya sukses membangun kota, Sinar Mas Land juga sukses membangun bisnis ritel seperti *International Trade Center* (ITC). ITC kini telah berkembang pesat dan banyak ditemukan di kota-kota besar di seluruh Indonesia.

Sebagai perusahaan properti yang mengembangkan kota BSD, kantor pusat Sinar Mas Land juga berlokasi di kota ini. Kantor pusat Sinar Mas Land terletak di Sinar Mas Land Plaza, Green Office Park, BSD, Tangerang Selatan. Tidak hanya kota BSD, proyek-proyek yang dibangun oleh Sinar Mas Land juga tersebar Indonesia, bahkan di luar negeri. Di Indonesia, proyek Sinar Mas Land tersebar di area Jabodetabek, Batam, Balikpapan, Medan, Semarang, dan Surabaya. Sedangkan, di luar negeri, Sinar Mas Land juga memiliki beberapa proyek di Singapura, Malaysia, Cina, dan di Britania Raya.

Dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, Sinar Mas Land memiliki visi dan misi yang dijadikan sebagai pedoman perusahaan. Visi dari Sinar Mas Land adalah menjadi perusahaan pengembang properti terkemuka di Asia Tenggara yang dapat dipercaya oleh konsumen, karyawan, masyarakat sekitar, dan pemangku kepentingan lainnya.

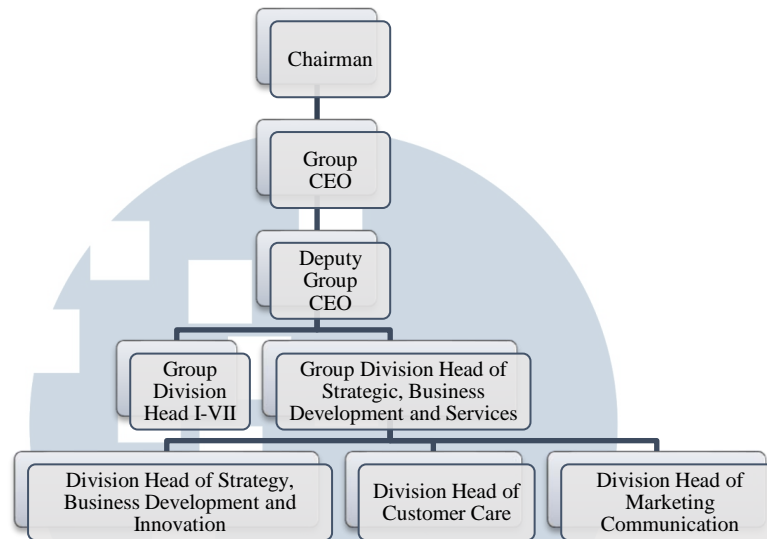
Agar visi yang diinginkan tercapai, Sinar Mas Land memiliki misi yang dalam hal ini merupakan *values* yang dijunjung tinggi oleh perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. *Integrity*: Memiliki keselarasan antara perilaku dengan apa yang diucapkan agar menjadi perusahaan yang layak dipercayai.
2. *Positive Attitude*: Menjadi perusahaan yang selalu berpikir positif dan menghargai satu sama lain.
3. *Commitment*: Berkomitmen untuk memiliki etika yang baik dalam melaksanakan pekerjaan dan selalu menunjukkan akuntabilitas.
4. *Continuous Improvement*: Bersedia untuk selalu memperbaiki kinerja perusahaan dan belajar dari pengalaman.
5. *Innovation*: Menjadi perusahaan yang selalu berinovasi dalam melakukan penorobosan baru.
6. *Loyalty*: Memiliki perasaan bangga akan perusahaan dan menaati aturan perusahaan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Struktur Organisasi Sinar Mas Land

Bagan 2.1 Struktur Organisasi Sinar Mas Land



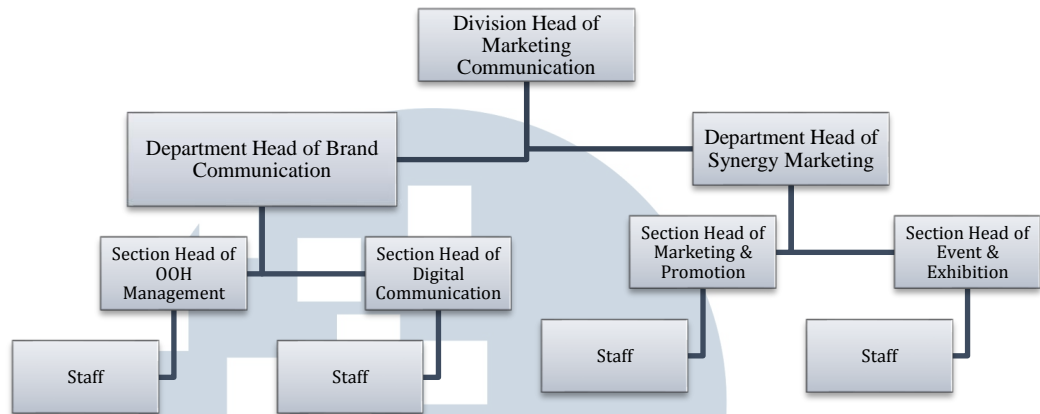
Sumber: Manajemen Sinar Mas Land

Sinar Mas Land memiliki beberapa *group division* yang membawahi divisi-divisi terkait. *Strategic, Business Development and Services Group Division* memiliki tiga divisi di bawahnya yang saling bekerjasama untuk menunjang aktivitas bisnis Sinar Mas Land. Divisi pertama adalah *Strategy, Business Development and Innovation* yang fokus utama dalam pekerjaannya adalah melakukan riset, mengembangkan strategi, serta membuat perencanaan dan inovasi bisnis bagi Sinar Mas Land. Divisi kedua adalah *Customer Care* yang mengelola hubungan dengan konsumen sesudah melakukan pembelian properti di Sinar Mas Land. Divisi ketiga adalah *Marketing Communication* yang aktivitas pekerjaannya akan dibahas lebih lanjut pada subbab berikutnya.

2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi *Marketing Communication*

Marketing Communication Division adalah divisi dalam Sinar Mas Land yang melakukan kegiatan pemasaran dalam rangka mencapai target penjualan dan mengelola *brand image* dan *brand reputation* di mata para pemaku kepentingannya. Divisi ini dipimpin oleh *Division Head of Marketing Communication* yang membawahi dua departemen, yaitu *Brand Communication Department* dan *Synergy Marketing Department*. *Brand Communication Department* merupakan departemen dalam Sinar Mas Land yang tugas utamanya adalah untuk mengelola *brand awareness* dan meningkatkan *brand engagement* dengan konsumen. Departemen ini memiliki *OOH Management Section* yang lebih fokus mengenai kegiatan pemasaran Sinar Mas Land di media *offline* seperti *billboard* dan umbul-umbul, serta *Digital Communication Section* yang fokus utamanya adalah kegiatan pemasaran di media *online* seperti *website* dan *social media*. Kemudian, terdapat *Synergy Marketing Department* yang tugas utamanya adalah untuk memfasilitasi *business units* dalam melakukan kegiatan pemasaran dan untuk mendapatkan *database* dari konsumen. Departemen ini memiliki *Marketing & Promotion Section* yang bertanggung jawab untuk melakukan *email blast*, membuat materi promosi untuk pameran, dan juga mendata pendistribusian *merchandise* pada saat pameran. Selain itu, terdapat pula *Event & Exhibition Section* yang fokus utamanya adalah memperoleh *database* dengan cara menyelenggarakan pameran-pameran serta membuat *event activation* yang menarik bagi konsumen.

Bagan 2.2 Struktur Organisasi Divisi *Marketing Communication*



Sumber: Manajemen Sinar Mas Land

Divisi *Marketing Communication* memiliki strategi-strategi khusus dalam menjalankan *job desk* nya, yaitu sebagai berikut:

1. *Customer Focus*

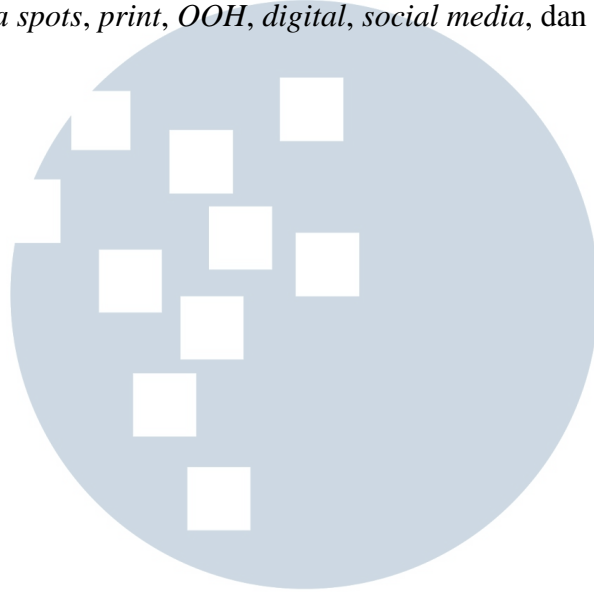
Mengkomunikasikan pesan perusahaan yang berfokus kepada konsumen dan meningkatkan *brand engagement* dengan mencari alternatif baru untuk menjangkau konsumen.

2. *Innovation*

Melakukan inovasi dalam kegiatan *marketing communication* seperti menargetkan konsumen yang berpotensi membeli produk Sinar Mas Land secara *online* seperti melalui *social media*, *online portraits*, dan lain-lain.

3. *Service Excellent*

Membuat *guidelines* yang dijadikan pedoman dalam bekerja dan harus dipatuhi agar kualitas pelayanan yang diberikan terjamin. Guidelines yang telah disepakati berlaku untuk semua sarana komunikasi yang digunakan oleh divisi *Marketing Communication* seperti *tv commercial, cinema spots, print, OOH, digital, social media*, dan lain-lain.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA