

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan

##### 2.1.1 Profil

PT Alam Sutera Realty Tbk merupakan salah satu perusahaan pengembang properti yang telah bergerak sejak tahun 1993. Dalam mengembangkan kawasannya Alam Sutera konsisten menerapkan konsep '*one stop living and convenience living*' pada setiap proyeknya. Alam Sutera ingin terus membangun kawasan hunian terpadu yang mengutamakan kualitas dan inovasi hingga tercipta lingkungan yang nyaman, sehat, dan aman. Saat ini, telah lebih dari 29 tahun Alam Sutera berkarya dan mendirikan beberapa anak perusahaan yang berada dibawah naungan PT Alam Sutera Realty Tbk, salah satunya ialah PT Alfa Goldland Realty yang didirikan oleh Bapak Harjanto Tirtohadiguno.

PT Alfa Goldland Realty merupakan perusahaan keluarga yang turut mengelola perkembangan kawasan Alam Sutera. Alam Sutera tahap 1, telah berhasil mengembangkan sejumlah 40 *commercial area* dan 60 *residential cluster*. Komitmen Alam Sutera dalam membangun kawasan hunian terpadu terus berkembang hingga saat ini Alam Sutera tengah melanjutkan pengembangan kawasannya untuk Alam Sutera tahap 2, dengan kurang lebih 400 hektar lahan baru yang akan dibangun. Hal itu juga menjadi pembuktian bahwa Alam Sutera terus memikirkan perkembangan dan memiliki peluang yang besar diwaktu yang akan datang, serta

menjadi wujud konsistensi Alam Sutera untuk terus membangun kawasan hunian terpadu.

The Gramercy by Alam Sutera menjadi salah satu proyek terbaru yang tengah dikembangkan oleh PT Alfa Goldland Realty. The Gramercy merupakan pengembangan proyek keberlanjutan dari *Alam Sutera Development* yang memiliki konsep premium dan berbeda dari produk-produk sebelumnya. Beberapa keunggulan yang membedakan The Gramercy dengan proyek lainnya, yakni memiliki luas tanah hingga 7,5 hektar dengan total hanya 109 unit. Untuk *landscape design* The Gramercy turut bekerjasama dengan *landscape designer* ternama dunia sehingga menghasilkan lingkungan terbaik yang mengusung konsep *green living* selaras dengan komitmen Alam Sutera dalam membangun kawasan. Alam Sutera juga menempatkan The Gramercy sebagai hunian terakhir yang berlokasi di area terfavorit Alam Sutera yakni Green Tunnel.

### 2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Selama hampir 30 tahun mengembangkan kawasan, Alam Sutera tetap berpegang teguh pada visi dan misi yang sudah disusun sejak awal.

#### **Visi**

Menjadi pengembang properti terbaik yang mengedepankan inovasi untuk meningkatkan kualitas hidup.

#### **Misi**

1. Bagi konsumen, memberikan pelayanan prima dan produk-produk inovatif yang berkualitas dalam membangun masyarakat yang nyaman, aman, dan sehat.

2. Bagi karyawan, memberikan kesempatan untuk tumbuh dan menciptakan lingkungan kerja yang profesional berdasarkan nilai-nilai perusahaan dimana seluruh karyawan dapat mewujudkan potensi mereka dan meningkatkan produktivitas perusahaan.
3. Bagi pemangku kepentingan, membangun tata kelola yang prudent untuk menjaga pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan.
4. Bagi mitra bisnis, menjalin hubungan yang saling menguntungkan dan berkesinambungan untuk menjadi mitra pilihan.
5. Bagi pemangku kepentingan, memaksimalkan potensi seluruh pengembangan properti melalui pengembalian yang tinggi.

## 2.2 Logo Perusahaan

PT Alam Sutera Realty memaknai dua unsur pada logonya yakni Alam (*nature*) dan Sutera (*silk*). Dengan elemen kupu-kupu yang mewakili unsur Alam dan elemen Pita yang mewakili unsur Sutera. Melalui kedua unsur tersebut, Alam Sutera ingin menggambarkan gaya hidup dan kualitas yang berkaitan dengan proyek pembangunan yang berfokus pada kawasan hunian sejuk dan asri yang sesuai dengan alam. Logo tersebut diusung oleh seorang *professional designer* bernama Peter Sixty, logo dapat dilihat pada gambar 2.1.



Gambar 2.1 Logo Alam Sutera

Alam Sutera Realty selalu mengusung logo khusus yang mewakili setiap proyeknya. Untuk proyek The Gramercy sendiri juga diciptakan dari dua kata yakni *Grand* dan *Mercy*, yang memiliki arti '*Used to Express Gratitude or Surprise*'. Hal itu menggambarkan The Gramercy yang dikembangkan sebagai ungkapan syukur Alam Sutera setelah hampir 30 tahun mengembangkan berbagai area perumahan dan komersil. Selain itu, *Grand* yang berarti megah dan besar juga mencerminkan The Gramercy yang memiliki kualitas *premium* dan *prestigious*. Logo The Gramercy dapat dilihat pada gambar 2.2.

The logo for 'The Gramercy' is centered on the page. It features the words 'THE GRAMERCY' in a serif font. 'THE' is positioned above 'GRAMERCY'. There are horizontal dashes above 'THE' and below 'GRAMERCY'. The entire logo is overlaid on a large, light blue circular watermark that contains the text 'UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA' in a large, sans-serif font.

Gambar 2.2 Logo The Gramercy byu Alam Sutera

### 2.3 Tempat, Kontak, dan Kanal Perusahaan

Kantor pusat untuk PT Alam Sutera Realty Tbk berada di Synergy Building, Jalan Sutera Barat Kawasan Pinang, Kota Tangerang. Sementara untuk lokasi kantor pemasaran Alam Sutera berada di Flavor Bliss, Pakulonan, Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan dan Lake Club House Alam Sutera, Jalan Sutera Utama, Pd. Jagung, Kec. Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan. Untuk project The Gramercy, juga memiliki *Marketing Lounge (Marketing Gallery)* yang bertepatan di area Sport Center Alam Sutera. Platform media sosial yang dimiliki Alam Sutera sebagai berikut:

- Website : <https://www.alam-sutera.com/>
- Kontak : (021) 3110-3838
- Instagram : @alam\_sutera\_realty

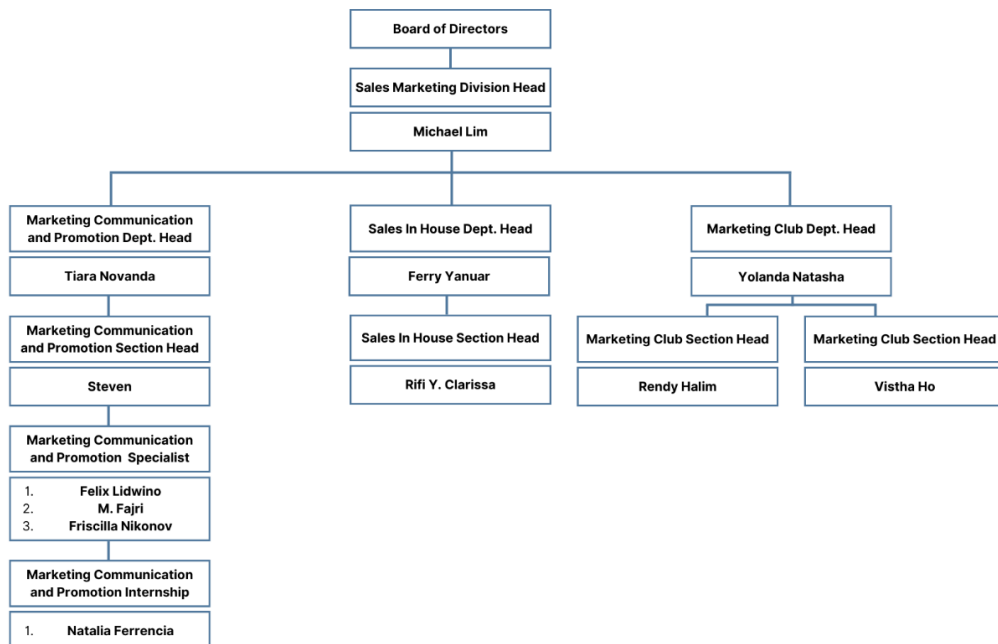
Sementara, untuk platform digital The Gramercy yakni sebagai berikut:

- Website : <https://www.thegramercy.id/>
- Instagram : @alamsuteraautograph
- Kontak : 08-7777-60-3838

## 2.4 Struktur The Gramercy

### 2.4.1 Struktur Divisi The Gramercy (*New Project 2*)

Dalam mengembangkan proyeknya, The Gramercy menjadi divisi yang berdiri sendiri dibawah naungan PT Alfa Goldland Realty, sementara untuk proyek rumah tapak lainnya dikelola langsung oleh divisi *Marketing and Promotion - Landed*. Struktur divisi The Gramercy dapat dilihat pada Gambar 2.3 berikut.



Gambar 2.3 Struktur Divisi The Gramercy

*Sales Marketing Division Head* merupakan posisi yang berada tepat dibawah *board of directors*, beliau menjadi peran utama dalam mengatur seluruh aktivitas dan program yang dijalankan dalam proyek The Gramercy. Seluruh perintah utama dan perizinan atas seluruh pekerjaan akan di kontrol langsung oleh *Division Head*.

*Sales In House Department Head* merupakan pemimpin yang mengelola dan bertanggung jawab terhadap penjualan produk, dalam menjalankan perannya dan berhadapan langsung dengan para *sales*, seorang *Sales In House Department Head* dibantu langsung oleh supervisi atau *section head*. *Sales In House* sendiri merupakan mereka yang secara resmi merupakan bagian dari pengembang yang berhadapan langsung dengan konsumen untuk mengupayakan penjualan produk.

Bagian lain yang juga bertanggung jawab terhadap penjualan produk yakni bagian *Marketing Club*, dalam hal ini *Marketing Club Department Head* memiliki tugas yang sama dengan *Sales In House Department Head*, yang membedakan peran keduanya yakni tanggung jawab *Marketing Club* ialah terhadap para agen properti yang bekerja sama dengan The Gramercy dalam memasarkan dan menjual produk. Dalam hal ini, juga terdapat supervisi atau *section head* yang membantu peran dari *department head*.

#### **2.4.2 Struktur Marketing Communication and Promotion Department**

Selain kedua departemen yang telah dijabarkan sebelumnya, juga terdapat satu departemen lainnya yang juga berkontribusi dalam pengembangan proyek The Gramercy, yakni *Marketing*

*Communication and Promotion Department*. Pada departemen inilah pemegang ditempatkan.

Secara garis besar, peran departemen *Marketing Communication and Promotion* dalam pengembangan proyek The Gramercy Alam Sutera yakni menyusun perencanaan dan melaksanakan strategi pemasaran melalui berbagai sarana, seperti mengadakan *community event*, *branding*, dan sebagainya. Menjembatani komunikasi untuk segala hal yang berkaitan dengan pemasaran baik dengan pihak internal antar divisi maupun eksternal, serta mencari peluang kerjasama *partnership* dengan berbagai pihak hingga tercapainya tujuan perusahaan. Selain itu, *Marketing Communication and Promotion* juga bertanggung jawab atas segala luaran yang didistribusikan berkaitan dengan kegiatan pemasaran The Gramercy. Terkait dengan materi digital, divisi *Marketing Communication* juga bertugas dalam pengelolaan materi, konten yang ditayangkan, dan seluruh aspek digital lainnya. Struktur departemen *Marketing Communication and Promotion* The Gramercy dapat dilihat pada gambar 2.4.

Berdasarkan struktural *Marketing Communication and Promotion* berada dalam satu bagian yang sama, tetapi terdapat pembagian tanggung jawab utama untuk memastikan seluruh aktivitas pemasaran berjalan dengan maksimal. Berikut merupakan pembagian tanggung jawab pada masing-masing posisi dalam Departemen *Marketing Communication and Promotion*:

a. *Marketing Communication and Social Media Management*

Secara garis besar tanggung jawab utama dalam posisi ini yakni, menjembatani komunikasi antara pihak internal The Gramercy dengan pihak eksternal terkait berbagai

kepentingan kerjasama, seperti media, *partnership* dan sebagainya. Mempersiapkan strategi komunikasi untuk keperluan publikasi seperti *press release*, teks atau *tagline* untuk keperluan visual yang akan disebarakan pada setiap aset media milik The Gramercy, serta membantu beberapa keperluan administratif seperti realisasi *cash advance* divisi, pembuatan *Internal Office Memo*, dan sebagainya.

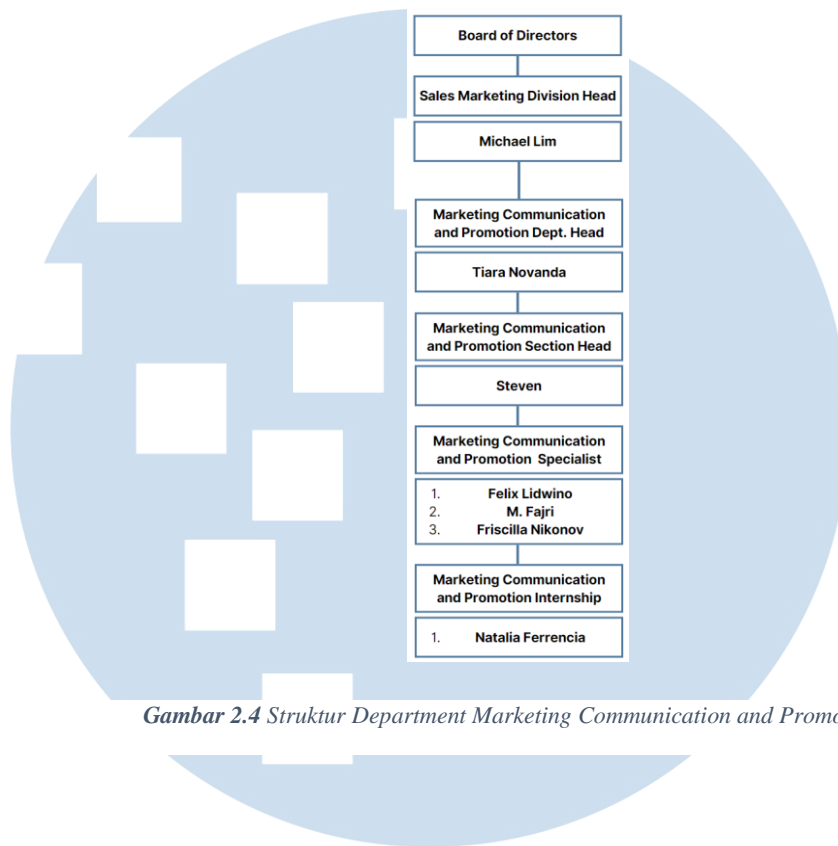
*b. Digital and Graphic Design*

Bagian digital dan desain grafis bertanggung jawab untuk seluruh keperluan materi visual yang ditayangkan oleh The Gramercy meliputi konten media sosial, *billboard*, *flyer*, dan sebagainya. Mengonsepan ide kreatif untuk menyampaikan pesan komunikasi melalui media visual, serta bertanggung jawab dalam pengambilan foto dan video, dan pengolahannya melalui proses penyuntingan.

*c. Event and Promotion*

Bagian ini bertanggung jawab untuk mendukung seluruh kegiatan komunikasi pemasaran The Gramercy, meliputi koordinasi untuk penayangan *billboard*, pengadaan *booth* pameran, pengadaan berbagai materi periklanan, merancang hingga mengeksekusi berbagai acara untuk kegiatan promosi The Gramercy, serta koordinasi dengan *partner* kerjasama perbankan dan sebagainya.





*Gambar 2.4 Struktur Department Marketing Communication and Promotion*

# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA