

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang RE/MAX Indonesia

RE/MAX merupakan sebuah perusahaan asal Amerika Serikat yang bergerak di bidang *real estate* khususnya sebagai perusahaan jasa atau *real estate agent property* yang bersifat internasional. RE/MAX yang berasal dari singkatan “Real Estate Maximums” didirikan oleh pasangan suami istri, Dave dan Gail Liniger di Denver, Colorado pada 1973. Mereka memiliki ambisi untuk menciptakan model bisnis yang berbeda dengan agen *real estate* tradisional lainnya dengan memberikan lebih banyak hak otonomi atau kebebasan dalam menjalankan bisnisnya serta peluang keuntungan sebesar-besarnya kepada agen-agen mereka.

RE/MAX sejak awal berfokus pada pertumbuhan dan ekspansi melalui model bisnis *franchise* yang bertujuan untuk memperluas jaringan mereka di seluruh Amerika Serikat hingga ke taraf internasional sekalipun. Pada 1975, *franchise* RE/MAX pertama kali di beli oleh Denner Curtin yang berlokasi di luar kota Colorado, tepatnya di kota Kansas, Missouri. RE/MAX terus bertumbuh setiap tahunnya dan setelah dua tahun berdiri, RE/MAX berhasil melangkah ke tingkat internasional. RE/MAX yang berawal dari kantor pertamanya di Kanada, namun dalam waktu dua tahun telah berhasil hadir di berbagai negara di dunia dengan 100 kantor *franchise*-nya. RE/MAX mengadakan *Convention* pertamanya pada tahun 1976 di Las Vegas dan hingga saat itu acara *Convention* menjadi acara tahunan bagi RE/MAX di seluruh dunia dengan tujuan untuk memberikan apresiasi kepada *agent, business owner*, dan pihak yang terlibat dalam kemajuan RE/MAX di negaranya. RE/MAX mengalami pertumbuhan yang konsisten setiap tahunnya. Sepanjang tahun 1980-an hingga 1990-an, RE/MAX bertumbuh dengan jumlah agen yang terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 1984 sebanyak 5.000 agen, tahun 1986 sebanyak 10.000 agen, tahun 1989 sebanyak 25.000, dan pada tahun 1998 sebanyak 50.000. Tak hanya jumlah agen yang terus bertumbuh dari waktu ke waktu, pangsa pasar RE/MAX turut berkembang dan menjadikan RE/MAX nomor satu sebagai pasar utama di Amerika Utara. Sejak tahun 1987, RE/MAX di Kanada

berada di posisi pertama dan berlangsung hingga saat ini. Selain itu RE/MAX di Amerika Serikat pada tahun 1987 berhasil menyelesaikan lebih dari 1 juta transaksi dan menjadikan RE/MAX sebagai *brand real estate* pertama yang mencapai jumlah transaksi tahunan tersebut. Pencapaian tersebut menjadi bukti dan memperkuat slogan “*Nobody in the world sells more real estate than RE/MAX*”.

Pertumbuhan dan perkembangan RE/MAX tak berhenti begitu saja. Setelah membuka kantor pertamanya di Kanada, RE/MAX melakukan ekspansi ke berbagai negara di seluruh dunia dan telah hadir di lebih dari 110 negara dengan ribuan kantor dan lebih dari 140.000 agen. RE/MAX pun turut hadir di Indonesia pada tahun 2014 di bawah naungan PT Signature Properties. RE/MAX Indonesia berkantor pusat di Equity Tower 17th Floor, Jalan Jendral Sudirman Kav. 52 53 (SCBD), RT.5/RW.3, Senayan, Jakarta Selatan, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Sejak didirikannya di Indonesia, RE/MAX tetap memperluas jaringannya di berbagai kota-kota besar di Indonesia, terutama di wilayah Jabodetabek, Bandung, Palembang, Bali, dan Surabaya.

RE/MAX Indonesia dalam mendistribusikan pemasaran konten media sosial memanfaatkan berbagai media sosial yang dimilikinya. Website yang dimilikinya beralamatkan remax.co.id yang menjadi media utamanua dalam mengomunikasikan produk dan jasa yang ditawarkan oleh RE/MAX Indonesia. RE/MAX Indonesia memiliki akun media sosial Instagram yakni @remaxindonesia dan akun TikTok yakni @remaxindo. Kini media sosial Instagram mereka lebih dimaksimalkan karena terkait dengan keselarasan *target audiens* mereka.

2.2 Visi Misi RE/MAX

RE/MAX Indonesia yang menjadi bagian dari RE/MAX Global memiliki visi untuk menjadi yang terbaik di bidang real estat dengan menciptakan peluang, memberikan layanan terbaik, dan mencapai hasil maksimal, dengan misinya yakni Terpercaya, Professional, Handal.

2.3 Logo RE/MAX

Setiap perusahaan pastinya memiliki indentitas dirinya masing-masing yang menggambarkan diri mereka di hadapan publiknya. Sejarah hadirnya logo

RE/MAX ialah saat RE/MAX *Hot Air Balloon* pertama kali melakukan penerbangan perdananya di Albuquerque Balloon Fiesta, New Mexico pada 1978 yang satu tahun kemudian menjadikan balon udara tersebut sebagai logo resmi dari RE/MAX secara global.



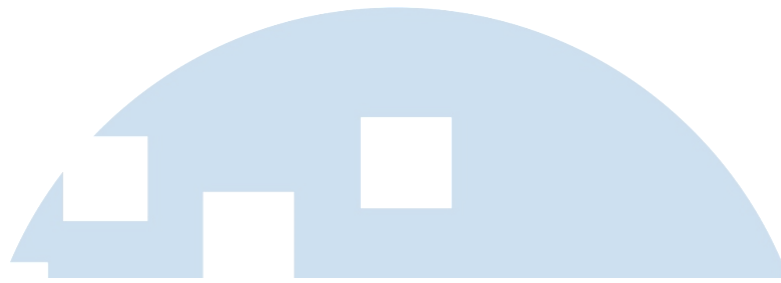
Gambar 2. 1 Logo Perusahaan RE/MAX

Sumber: Data Perusahaan (2023)

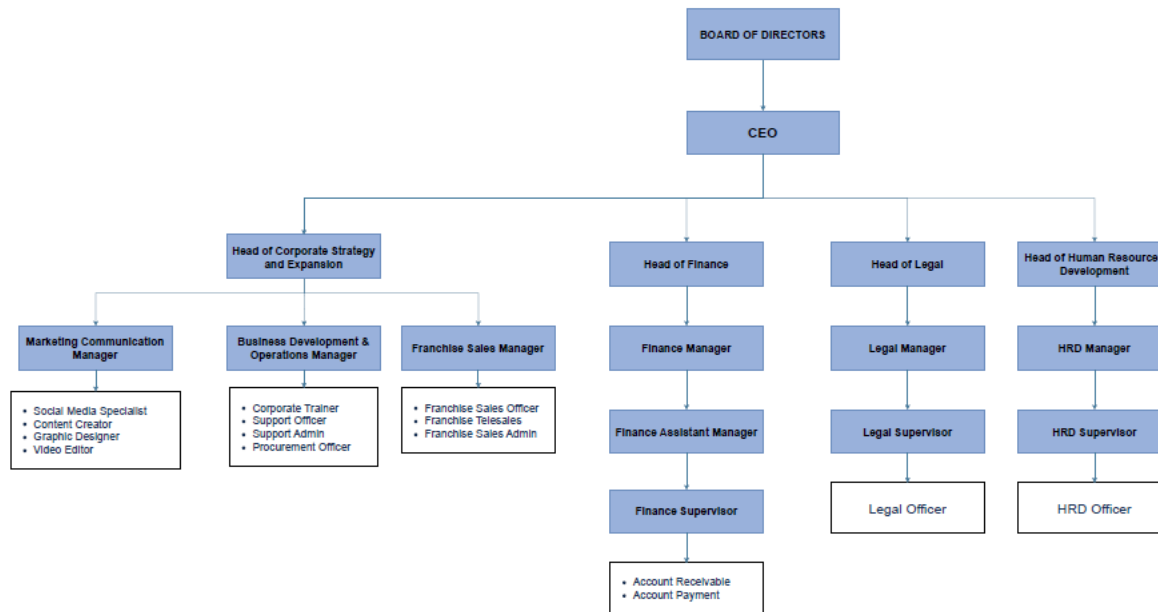
Logo ini diperkenalkan sebagai bagian dari kampanye “Above the Crowd” yang ingin menggambarkan komitmen jaringan. Oleh karenanya logo RE/MAX yang diidentikan dengan balon udara besar dengan perpaduan warna merah, putih, biru, serta tulisan RE/MAX ini menjadi identitas yang melekat pada RE/MAX dan menjadikan salah satu logo yang terkenal di kelas internasional.

2.4 Struktur Organisasi RE/MAX Indonesia

Setiap perusahaan pastinya memiliki struktur organisasi agar setiap karyawan mengetahui peran dan alur hubungan kerja yang tercipta pada suatu perusahaan sehingga kinerja perusahaan dapat berjalan dengan baik dan optimal. Seperti halnya RE/MAX Indonesia juga turut memiliki struktur organisasi yang mendorong penerapan struktur fungsionalnya dengan menjalankan peran dan tugas masing-masing sesuai dengan departemennya. Berikut merupakan struktur organisasi perusahaan RE/MAX Indonesia:



ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF RE/MAX INDONESIA



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi RE/MAX Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)



UNIVERSITAS

MULTIMEDIA
NUSANTARA

Berdasarkan struktur organisasi RE/MAX Indonesia, pemimpin tertinggi perusahaan dipegang oleh *Board of Directors*, yang di bawahnya langsung diduduki oleh CEO RE/MAX Indonesia. Selanjutnya CEO membawahi langsung keempat departemen yang terdiri dari departemen *Corporate Startegy and Expansion*, *Finance*, *Legal*, serta *Human Resources Decelopment*. Adapula uraian pekerjaan masing-masing lepartment:

1. *Corporate Strategy and Expansion Department*

- a. Merancang serta membuat seluruh strategi marketing perusahaan RE/MAX Indonesia
- b. Bertanggung jawab untuk melakukan perluasan lingkup bisnis, baik dari segi jumlah agen, kantor *franchise*, serta keuntungan yang diperoleh dari kegiatan bisnis RE/MAX Indonesia yang berlangsung.
- c. Memelihara hubungan serta meningkatkan strategi bisnis kepada agen serta pemilik kantor *franchise* RE/MAX Indonesia.
- d. Melakukan monitoring terhadap setiap kegiatan operasional dan pemasaran yang dilakukan kantor-kantor *franchise* RE/MAX Indonesia.
- e. Bertanggung jawab atas pelaksanaan acara RE/MAX Indonesia.
- f. Sebagai pihak yang berhubungan langsung dengan pihak eksternal untuk melakukan kerjasama perusahaan.
- g. Bertugas dalam merencanakan dan memproduksi hal yang berkaitan dengan media promosi untuk RE/MAX Indonesia.
- h. Membuat rencana kerja sebagai trobosan untuk perkembangan perusahaan setiap tahun.

2. *Finance Department*

- a. Melakukan analisis keuangan, memonitoring kinerja keuangan perusahaan, serta menyusun laporan keuangan.
- b. Menyusun rencana strategi keuangan.
- c. Melakukan pengelolaan terkait seluruh arus keluar dan masuk keuangan RE/MAX Indonesia.

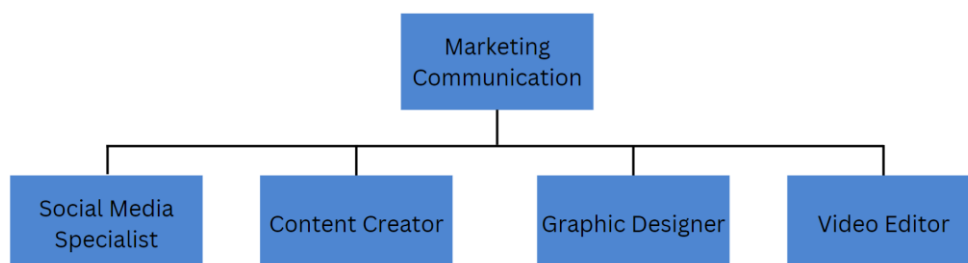
- d. Melakukan pengelolaan siklus akuntansi, seperti pembukuan, pencatatan transaksi, serta pelaporan pajak.
- e. Berhubungan langsung dengan bank dan pihak-pihak terkait.

3. *Legal Department*

- a. Memberikan pengarahan atau nasihat hukum terkait hal-hal yang berkaitan kepada departemen lainnya dalam hal kebijakan perusahaan, kontrak, dan masalah hukum lainnya.
- b. Melakukan pengelolaan dokumen hukum
- c. Melakukan riset hukum serta analisis resiko dan perkembangan hukum yang berkaitan dengan perusahaan
- d. Memastikan bahwa perusahaan telah menjalani prosedur sesuai dengan peraturan dan hukum yang berlaku.
- e. Mengelola masalah hukum apabila terjadi suatu kasus yang berkaitan dengan perusahaan.

4. *Human Resources Development Department*

- a. Mengelola kebutuhan rekrutmen masa sekarang dan yang akan datang
- b. Melakukan proses rekrutmen dan seleksi karyawan baru
- c. Mengelola keuntungan serta kompensasi yang didapatkan oleh karyawan perusahaan
- d. Melakukan analisis terhadap data administrasi
- e. Melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap kinerja karyawan



Gambar 2. 3 Struktur Departemen Marketing Communication

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Divisi *Marketing Communication* RE/MAX Indonesia dipimpin langsung oleh *Marketing Communication Manager* dari RE/MAX Indonesia yang memiliki tugas serta tanggung jawab atas seluruh strategi marketing yang berkaitan untuk mengembangkan RE/MAX Indonesia terutama dalam tahap perencanaan, eksekusi, hingga monitoring terhadap rangkaian proses strategi marketing yang telah berlangsung. Secara umum divisi *Marketing Communication* pada RE/MAX Indonesia bertujuan agar perencanaan strategi marketing dapat berjalan dengan stabil dan searah untuk mencapai tujuan marketing RE/MAX Indonesia sehingga dikenal secara luas sebagai brand property agen nomor satu dari Amerika Serikat. Namun *marketing communication* RE/MAX Indonesia memiliki tanggung jawab berkaitan dengan riset pasar dan analisis kompetitor, melakukan perencanaan dan menentukan target marketing, pembuatan media promosi seperti sales handbook, e-bulletin, artikel, konten media sosial, dan lain sebagainya, menyiapkan rencana konten, menjadi pihak yang terlibat untuk berhubungan dengan pihak eksternal perusahaan, perencanaan dan eksekusi acara. Oleh karenanya, untuk mencapai tujuan tersebut di dalam divisi ini terbagi menjadi empat bagian yang memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing untuk mendukung berjalannya strategi marketing RE/MAX Indonesia yang maksimal. Keempat divisi tersebut terbagi ke dalam beberapa tim, yakni *Social Media Specialist*, *Content Creator*, *Graphic Designer*, dan *Video Editor*. Berikut merupakan tugas dan tanggung jawab masing-masing tim *Marketing Communication* RE/MAX Indonesia:

1. *Social Media Specialist*

Social Media Specialist memiliki tugas serta tanggung jawab dalam menjalankan strategi marketing pada media sosial RE/MAX Indonesia. Mereka melakukan analisis terhadap perkembangan yang berkaitan dengan properti, baik dari segi peluang investasi, tren yang berkaitan dengan properti, edukasi mengenai properti. Setelah menganalisis, mereka bertanggung jawab juga atas perencanaan *content planning*, countuk kegiatan pemasaran di media sosial RE/MAX Indonesia hingga

tahap konten terupload di media sosial. Terakhir, mereka juga bertugas dan bertanggung jawab melakukan monitoring terhadap konten yang telah dibuat dengan membuat *weekly report* serta *monthly report* sebagai alat untuk evaluasi konten selanjutnya.

2. *Content Creator*

Content Creator bertugas sebagai eksekutor dari *content plan* yang telah dirancang oleh *social media specialist*. Mereka berhak meninjau, memberikan saran, dan evaluasi terhadap ide-ide pada content plan serta hasil editing dari tim *Graphic Designer* serta *Video Editor*. Sehingga *Content Creator* bertanggung jawab atas produksi konten, dimulai dari meninjau script konten, produksi konten baik menjadi *talent* ataupun videographer, mengunggah konten, hingga monitoring aktivitas audiens pada media sosial RE/MAX Indonesia.

3. *Graphic Designer*

Graphic Designer berperan sebagai tim desain yang akan memproduksi konten-konten yang berkaitan dengan pemasaran dari RE/MAX Indonesia secara visual, baik dari brosur, poster, feeds, dan lain sebagainya yang telah dirancang oleh *Social Media Specialist*.

4. *Video Editor*

Video Editor memiliki tugas dan tanggung jawab untuk melakukan editing konten yang telah di produksi oleh tim *Content Creator*. Selain itu, *Video Editor* juga sebagai videographer untuk membantu tim *Content Creator* dalam memproduksi konten-konten tertentu.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A