

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

RE/MAX merupakan perusahaan yang berasal dari Amerika Serikat yang beroperasi dalam sektor *real estate*, dengan fokus utamanya terhadap pelayanan jasa yaitu agen properti. Setiap agen properti yang bergabung, akan mendapatkan beberapa keuntungan, salah satunya adalah *platform* untuk pemasaran yang dapat mendukung setiap agen untuk mengembangkan bisnis mereka. RE/MAX, singkatan dari "*Real Estate Maximums*", didirikan oleh pasangan suami istri, Dave dan Gail Liniger di Denver, Colorado pada tahun 1973. Berbeda dengan perusahaan *real estate* pada umumnya, mereka berambisi untuk menciptakan model bisnis yang memberikan lebih banyak kewenangan kepada agen-agen mereka dalam menjalankan usaha, serta kesempatan untuk mendapatkan keuntungan maksimal (RE/MAX Indonesia, 2024).

Sejak awal, RE/MAX mempunyai fokus untuk mengembangkan perusahaannya melalui model waralaba, dengan tujuan memperluas jaringan mereka tidak hanya di Amerika Serikat, tetapi juga secara global. Tahun 1975, Denner Curtin membeli waralaba pertama dari RE/MAX di luar wilayah Colorado, yaitu di Kansas City, Missouri. Dengan kerja keras dan usaha yang terus dilakukan oleh RE/MAX, mereka berhasil masuk ke tingkat internasional dan menyebar perusahaannya ke berbagai negara di dunia dengan memiliki 100 kantor waralaba dalam waktu dua tahun. Pada tahun 1976, RE/MAX menyelenggarakan acara *convention* untuk pertama kalinya di Las Vegas hingga saat ini. Acara tersebut merupakan suatu tradisi tahunan bagi RE/MAX di berbagai belahan dunia untuk menghargai para agen, pemilik bisnis, dan individu lain yang telah berkontribusi dalam kemajuan RE/MAX di wilayah mereka. Pertumbuhan RE/MAX tetap konsisten setiap tahunnya, dengan jumlah agen terus meningkat dari tahun 1980-an hingga 1990-an. Pada tahun 1984, jumlah agen mencapai 5.000, kemudian meningkat menjadi 10.000 pada tahun 1986, 25.000 pada tahun 1989, dan mencapai

50.000 pada tahun 1998. Tidak hanya jumlah agen yang terus bertambah. Namun, pertumbuhan pangsa pasar RE/MAX juga meningkat, membuat RE/MAX menjadi pelopor pasar *real estate* di Amerika Utara. Perusahaan RE/MAX di Kanada berhasil menjadi perusahaan RE/MAX yang paling terdepan sejak tahun 1987, dan berhasil mempertahankan posisinya hingga saat ini. Di tahun yang sama, semua cabang RE/MAX di Amerika Serikat berhasil menyelesaikan lebih dari 1 juta transaksi. Hal tersebut menjadikannya perusahaan *real estate* pertama yang mencapai jumlah transaksi tahunan sebesar itu. Keberhasilan tersebut menjadi bukti yang mendukung pernyataan "*Nobody in the world sells more real estate than RE/MAX*".

RE/MAX terus berkembang sejak membuka kantor pertamanya di Kanada, dengan secara aktif memperluas jangkauan ke berbagai negara di seluruh dunia. Kini, RE/MAX telah beroperasi di lebih dari 110 negara, memiliki ribuan kantor, dan lebih dari 140.000 agen. Pada tahun 2014, RE/MAX ikut serta dalam PT Signature Properties di Indonesia. Kantor utama RE/MAX Indonesia berlokasi di Equity Tower lantai 17, Jalan Jendral Sudirman Kav. 52 53 (SCBD), RT.5/RW.3, Senayan, Jakarta Selatan, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta. RE/MAX Indonesia juga mengembangkan jaringannya dengan membuka cabang-cabang baru di beberapa kota besar di Indonesia seperti Jabodetabek, Bandung, Palembang, Bali, dan Surabaya.

Untuk memperluas ekspansinya di Indonesia, RE/MAX aktif melakukan pemasaran konten melalui berbagai *platform* media sosial yang dimilikinya. Website resmi mereka, remax.co.id menjadi titik fokus utama untuk menyampaikan informasi mengenai produk dan layanan yang dimiliki RE/MAX Indonesia. Selain itu, RE/MAX Indonesia juga aktif di *platform* media sosial lainnya, termasuk akun Instagram @remaxindonesia dan akun TikTok @remaxindo. Saat ini, mereka lebih fokus memanfaatkan media sosial Instagram, melihat target audiens dari RE/MAX Indonesia yang lebih aktif di *platform* tersebut.

2.2 Visi Misi RE/MAX

Visi RE/MAX Indonesia adalah menjadi yang terdepan di bidang real estat dengan menciptakan peluang, menyediakan layanan unggulan, dan mencapai hasil optimal. Misinya adalah menjadi perusahaan yang Terpercaya, Profesional, dan Handal.

2.3 Logo RE/MAX

Setiap perusahaan tentu memiliki logo sebagai identitas untuk menggambarkan diri mereka di hadapan publik, serta menjadi pembeda dari perusahaan lain. RE/MAX memiliki logo balon udara atau *Hot Air Balloon* yang didominasi oleh warna merah, putih, dan biru serta tulisan RE/MAX di tengah balon udara tersebut.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan RE/MAX

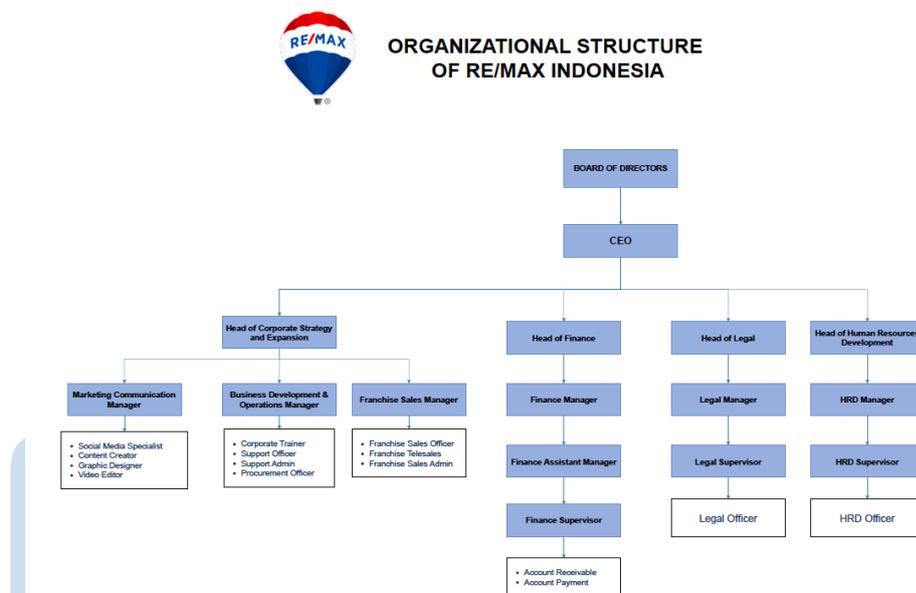
Sumber: Data Perusahaan (2023)

Sejarah dari hadirnya logo ini diperkenalkan bermula dari kehadirannya di Albuquerque Balloon Fiesta, New Mexico pada tahun 1978. Setahun setelah penerbangan tersebut, RE/MAX menetapkan balon udara tersebut sebagai logo

resminya di seluruh dunia dan diperkenalkan ke publik dalam kampanye "Above the Crowd" yang bertujuan untuk memvisualisasikan komitmen jaringan mereka.

2.4 Struktur Organisasi RE/MAX Indonesia

RE/MAX Indonesia mempunyai suatu struktur organisasi perusahaan yang dirancang untuk memastikan bahwa setiap karyawan memahami tugas dan prosedur kerjanya sesuai dengan departemen yang mereka geluti. Adanya struktur organisasi perusahaan akan membuat kinerja karyawan semakin lancar dan efisien. Berikut adalah struktur organisasi RE/MAX Indonesia:



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi RE/MAX Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Berdasarkan tabel struktur organisasi perusahaan di RE/MAX Indonesia, kepemimpinan utama perusahaan dipegang oleh *Board of Directions* yang juga bertanggung jawab untuk posisi dibawahnya yaitu CEO. Selanjutnya, CEO memiliki tanggung jawab langsung untuk empat departemen di bawahnya yaitu *Corporate Strategy and Expansion*, *Finance*, *Legal*, serta *Human Resources*

Development. Di bawah ini merupakan uraian penjelasan mengenai tugas masing-masing departemen:

1. *Corporate Strategy and Expansion*

Departemen *Corporate Strategy and Expansion* bertanggung jawab atas berbagai aspek penting dalam bisnis RE/MAX Indonesia. Mereka bertanggung jawab untuk merancang dan mengimplementasikan strategi marketing perusahaan RE/MAX Indonesia. Selanjutnya, mereka juga menjadi pemimpin untuk upaya perluasan bisnis, termasuk meningkatkan jumlah agen, kantor cabang, dan seluruh hasil yang dihasilkan dari operasi bisnis RE/MAX Indonesia. Departemen ini juga memiliki tugas untuk menjaga hubungan yang baik dengan agen dan pemilik kantor *franchise* agar tercipta lingkungan yang positif, sehingga menjadikan kemitraan RE/MAX Indonesia memiliki hubungan yang kuat dan dapat mendukung pembuatan strategi bisnis yang efektif dan terus berkembang. Selain itu, mereka juga mengawasi semua aktivitas operasional dan pemasaran yang dilakukan oleh setiap cabang kantor RE/MAX di Indonesia. Mereka juga menjadi penghubung untuk pihak eksternal jika ingin melakukan kerjasama dengan perusahaan. Terakhir, mereka bertanggung jawab dalam merumuskan rencana kerja yang inovatif untuk pertumbuhan perusahaan setiap tahunnya.

2. *Finance Departement*

Departemen Keuangan memiliki tanggung jawab untuk keuangan perusahaan RE/MAX Indonesia. Mereka memiliki tanggung jawab untuk melakukan analisis keuangan, mengawasi kinerja keuangan perusahaan, dan menyusun laporan keuangan. Selanjutnya, mereka juga bertugas untuk menyusun rencana strategi keuangan serta mengelola alur keluar dan masuk keuangan perusahaan. Di samping itu, mereka juga bertanggung jawab atas manajemen siklus akuntansi, yang mencakup pembukuan, pencatatan transaksi, dan pelaporan pajak. Terakhir, mereka juga memiliki koneksi dengan lembaga keuangan,

seperti bank dan pihak-pihak terkait lainnya untuk mendukung kelancaran operasi keuangan perusahaan.

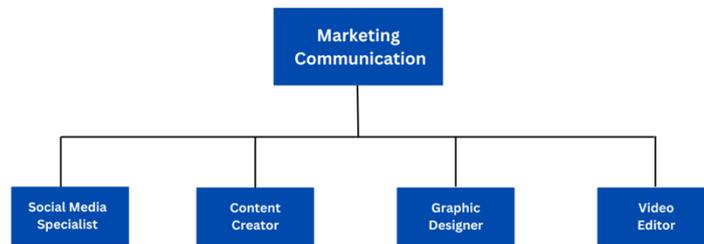
3. *Legal Departement*

Legal Departement memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memberikan pengarah dan nasihat terkait kebijakan perusahaan, kontrak, dan masalah hukum. Mereka juga bertanggung jawab atas mengelola dokumen hukum, melakukan penelitian hukum, serta menganalisis risiko dan tren hukum yang berkaitan dengan perusahaan. Selanjutnya, mereka juga kepatuhan perusahaan terhadap peraturan dan hukum yang berlaku. Terakhir, mereka juga memiliki tugas untuk mengelola masalah hukum apabila terjadi masalah dan memastikan penyelesaian yang sesuai dengan kebijakan perusahaan dan hukum yang berlaku.

4. *Human Resource Development Departement*

Departemen ini memiliki tanggung jawab atas manajemen kebutuhan rekrutmen baik yang sedang terjadi ataupun yang akan datang di dalam perusahaan. Selanjutnya, mereka juga bertanggung jawab atas melakukan perekrutan dan seleksi staf baru, serta mengurus manajemen keuntungan dan kompensasi yang diberikan kepada staf. Terakhir, departemen ini memiliki tanggung jawab untuk melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap kinerja karyawan untuk memastikan pencapaian tujuan perusahaan dan pengembangan sumber daya manusia yang optimal.

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



Gambar 2.3 Bagan Struktur Departemen *Marketing Communication*

Sumber: Data Olahan Laporan Magang (2024)

Penulis yang berkesempatan magang di departemen *Marketing Communication*, dipimpin langsung oleh *Manager Marketing Communication*. Departemen ini bertanggung jawab atas semua rencana pemasaran terkait dengan pertumbuhan RE/MAX Indonesia, khususnya dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan pemantauan rangkaian proses pemasaran yang berlangsung. Di departemen *Marketing Communication*, terbagi atas empat divisi yang memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing. Terbaginya empat divisi yang ada dalam departemen ini adalah untuk memfasilitasi pelaksanaan strategi pemasaran RE/MAX Indonesia secara optimal. Divisi tersebut terdiri dari *Social Media Specialist*, *Content Creator*, *Graphic Designer*, dan *Video Editor*. Berikut adalah tugas yang dimiliki oleh setiap divisi yang ada di departemen *Marketing Communication*:

1. *Social Media Specialist*

- a. Melaksanakan strategi pemasaran melalui platform media sosial RE/MAX Indonesia.
- b. Menganalisis perkembangan terkait properti, termasuk potensi investasi, arah tren, dan memberikan informasi edukatif tentang properti.
- c. Bertugas merencanakan strategi konten untuk kegiatan pemasaran di platform media sosial RE/MAX Indonesia.
- d. Menyusun konten pemasaran hingga unggahan di platform media sosial.

- e. Melakukan monitoring terhadap konten yang telah dibuat.
- f. Menyiapkan laporan mingguan dan bulanan sebagai instrumen penilaian untuk konten berikutnya.

2. *Content Creator*

- a. Membuat dan mengeksekusi *content plan* yang sudah disusun oleh *Social Media Specialist*.
- b. Bertanggung jawab atas produksi konten, termasuk peninjauan, memberikan saran, dan mengevaluasi ide-ide *content plan* yang dibuat oleh *Social Media Specialist*.
- c. Terlibat dalam produksi konten, baik sebagai *talent* ataupun *videographer*.
- d. Memastikan bahwa hasil edit dari tim *Graphic Designer* dan *Video Editor* sudah sesuai dengan visi konten yang telah ditetapkan.
- e. Mengunggah konten ke *platform* media sosial RE/MAX Indonesia.
- f. Melakukan *monitoring* terhadap aktivitas audiens pada media sosial.

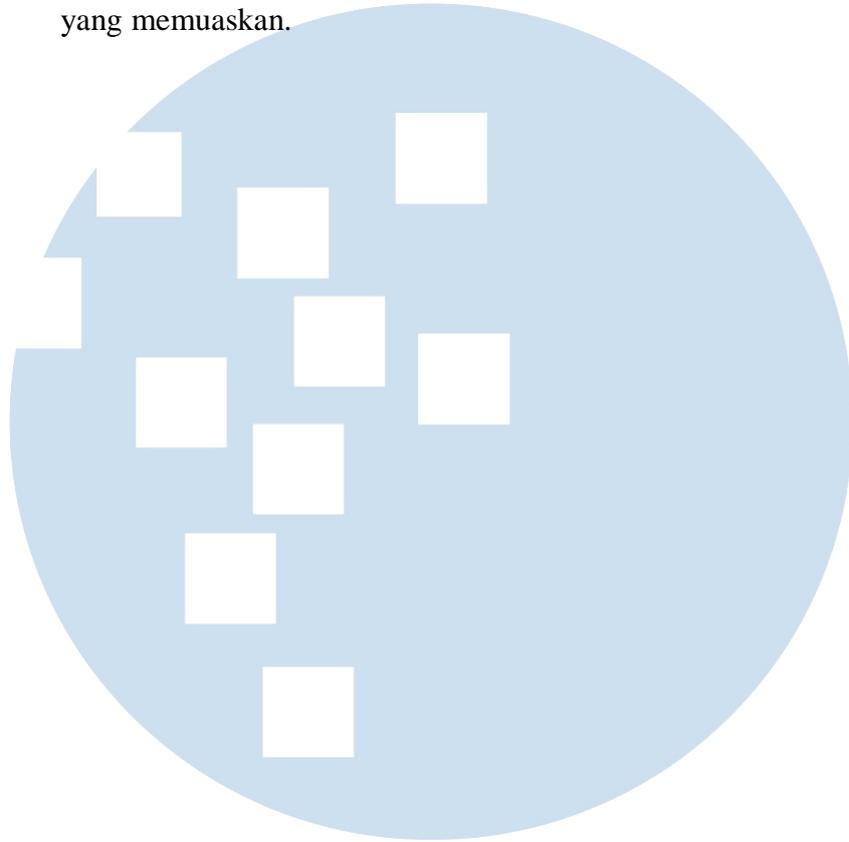
3. *Graphic Designer*

- a. Memproduksi konten visual untuk pemasaran RE/MAX Indonesia yang telah dirancang oleh *Social Media Specialist*.
- b. Membuat brosur, poster, *thumbnail feeds*, dan *konten visual* lainnya sesuai dengan arahan dari *Social Media Specialist*.
- c. Memastikan konsistensi visual dalam semua konten pemasaran RE/MAX Indonesia.

4. *Video Editor*

- a. Mengedit konten yang telah diproduksi oleh *Content Creator*.
- b. Memastikan konsistensi gaya *editing* dalam semua konten video RE/MAX Indonesia.
- c. Mengoptimalkan visual dan audio dalam konten video.

- d. Berkolaborasi dengan tim *Content Creator* untuk mencapai hasil akhir yang memuaskan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA