

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Sinar Mas Land telah menjadi salah satu pengembang properti kota ternama di Indonesia. BSD City kini dikenal sebagai kota mandiri yang mengedepankan inovatif. Telah berdiri sejak tahun 1980-an, Sinar Mas Land merupakan salah satu pengembang properti ternama di Indonesia dengan rekam jejak panjang dan kontribusi besar dalam industri properti nasional.) Di bawah naungan Sinar Mas Land, PT. Bumi Serpong Damai melakukan pengembangan kota mandiri yang berlokasi di Tangerang bernama BSD City.

BSD City saat ini tengah dikembangkan di atas lahan seluas 6.000 hektar, yang dibagi dalam tiga tahap pengembangan. Tahap pertama mencakup area seluas 1.500 hektar, tahap kedua seluas 2.000 hektar, dan tahap ketiga mencakup 2.500 hektar. Dalam upaya pembangunan kota mandiri, Sinar Mas Land tidak hanya berfokus pada sektor *residential*, namun juga berfokus pada sektor komersial. Beberapa contoh produk komersial yang dimiliki Sinar Mas Land BSD City adalah Capital Cove, Casa de Parco, Northridge Ultimate, Delrey Biztown, Iconix Infinite, dan lain sebagainya.

Pada awalnya Sinar Mas Land berfokus pada pengembangan properti perumahan dan komersial, namun seiring perkembangan waktu perusahaan ini berhasil memperluas cakupan bisnisnya ke berbagai sektor properti lainnya. Oleh karena itu, penulis akan mengulas lebih lanjut mengenai profil, sejarah, dan portofolio proyek-proyek unggulan Sinar Mas Land. Berikut merupakan penjelasan lebih lanjut mengenai profil dan sejarah perusahaan Sinar Mas Land:

2.1.1 Profil Perusahaan

Merujuk dari *website* sinarmasland (2025), perusahaan Sinar Mas Land merupakan pengembang properti ternama di Asia Tenggara, yang telah

dipercaya oleh banyak pelanggan, karyawan, masyarakat, serta pemangku kepentingan lainnya. Sebagai pengembang lebih dari 40 tahun, Sinar Mas Land dikenal sebagai pionir dalam pembangunan kota mandiri di Indonesia dengan konsep yang berorientasi pada keberlanjutan dan pengembangan kota pintar. Perusahaan ini terus berinovasi dalam menciptakan hunian dan area bisnis yang modern, nyaman, dan memiliki nilai investasi yang tinggi.



Gambar 2.1 Sinar Mas Land BSD City
Sumber: <https://kfmap.asia/office/sinarmas-land>

Sinar Mas Land mempunyai visi untuk menjadi pengembang properti ternama di Asia Tenggara, dipercaya konsumen, karyawan, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya. Visi tersebut didukung oleh nilai yang dimiliki antara lain integritas, sikap positif, komitmen, peningkatan berkelanjutan, inovasi, dan loyalitas yang tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi dan sosial pada peningkatan kualitas hidup masyarakat Indonesia, namun Sinar Mas Land juga beroperasi di seluruh dunia (Sinar Mas Land, 2025).

Sinar Mas Land memiliki visi untuk menjadi salah satu pengembang properti terkemuka di Asia Tenggara yang mendapatkan kepercayaan dari konsumen, karyawan, masyarakat, serta para pemangku kepentingan lainnya. Visi ini diperkuat dengan nilai-nilai perusahaan seperti integritas, sikap positif, komitmen, inovasi, peningkatan berkelanjutan, dan loyalitas. Nilai tersebut tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi dan sosial, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat Indonesia (Sinar Mas Land, 2025).

Misi perusahaan berfokus pada pengembangan kota-kota baru melalui penyediaan hunian yang menjangkau berbagai segmen pasar, serta fasilitas komersial yang mendukung kebutuhan bisnis dari skala kecil hingga besar, sekaligus menciptakan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan.



Gambar 2.2 Logo Sinar Mas Land

Berdasarkan hasil pengamatan dan informasi yang diperoleh selama magang, logo Sinar Mas Land memiliki makna yang mencerminkan identitas dan nilai perusahaan. Secara visual, logo ini terdiri dari bentuk lingkaran dengan elemen spiral di dalamnya menyerupai pancaran sinar matahari, yang melambangkan komitmen perusahaan untuk positif dalam berkontribusi kepada masyarakat dan lingkungan. Logo tersebut didominasi warna merah dan putih. Warna merah merepresentasikan keberanian dan kekuatan dalam mengembangkan properti di Asia Tenggara, sedangkan warna putih melambangkan transparansi dan harapan terbaik dalam pengembangan tersebut. Secara keseluruhan, logo ini mencerminkan visi dan nilai perusahaan dalam berinovasi dan memberi kontribusi yang positif bagi industri dan masyarakat.

Perusahaan Sinar Mas Land memiliki beragam portofolio bisnis di sektor properti. Bidang usaha perusahaan ini mencakup pengembangan kawasan perumahan, properti komersial, perkantoran, kawasan industri, hingga proyek *mixed use township*. Sinar Mas Land dikenal melalui proyek – proyek ikoniknya seperti BSD City, kota mandiri terbesar di Indonesia dengan sejumlah pusat perbelanjaan dan gedung perkantoran. Selain itu, perusahaan ini juga aktif dalam pengembangan properti berbasis teknologi dan ramah lingkungan yang sejalan dengan visinya untuk menciptakan lingkungan hunian yang inovatif.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Sinar Mas Land berawal dari pendirian perusahaan oleh Bapak Eka Tjipta Widjaja. Menurut sinarmas.com, beliau merupakan pendiri Sinar Mas Group bisnis yang membawahi berbagai perusahaan, termasuk Sinar Mas Land sebagai salah satu unit usahanya.



Gambar 2.3 Pendiri Sinar Mas Land
Sumber: <https://www.cnbcindonesia.com/>

Merujuk dari detik.com (2024) Eka Tjipta Widjaja merupakan seorang pengusaha konglomerat asal Indonesia yang dikenal sebagai pendiri Sinar Mas, salah satu kelompok usaha terbesar di Indonesia sejak tahun 1962. Sinar Mas Group memiliki tujuh pilar bisnis yang mencakup sektor real estat, agribisnis dan makanan, kesehatan, jasa keuangan, penyediaan listrik, industri kertas, serta telekomunikasi. Di antara unit usahanya, Sinar Mas Land berperan sebagai pengembang properti ternama yang menangani berbagai properti besar, termasuk pengembangan kawasan BSD City.

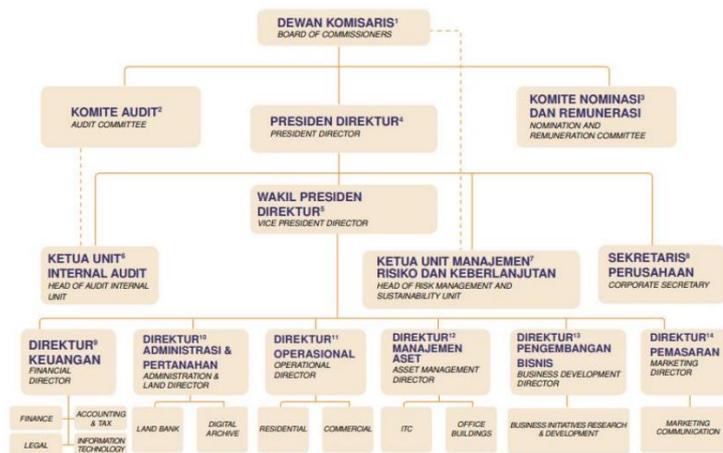
BSD City yang berlokasi di Tangerang Selatan telah berkembang menjadi kawasan mandiri yang dihuni oleh lebih dari 150.000 penduduk. Berdasarkan informasi dari *e-brochure* produk komersial BSD City, kawasan ini sedang dikembangkan di atas lahan seluas 6.000 hektar.

Dirujuk dari *website* sinarmasland.com (2025) pada tahun 2013, Sinar Mas Land menjalin kerja sama strategis dengan Hong Kong *Land* dalam membangun proyek Nava Park, BSD City *Project*. Di tahun yang sama, Sinar Mas Land juga membangun AEON *Mall* BSD City. Selanjutnya pada tahun

2014, terdapat pembukaan akbar The Breeze Mall BSD City dan pada tahun 2015 pembukaan akbar Indonesia Convention Exhibition (ICE) BSD City. Pada tahun 2019, Sinar Mas Land mengembangkan infrastruktur teknologi transportasi digital di BSD City sebagai *Integrated Smart Digital City*. Lalu pada tahun 2023 – 2024 terdapat peletakan batu pertama EASTVARA Mall di BSD City.

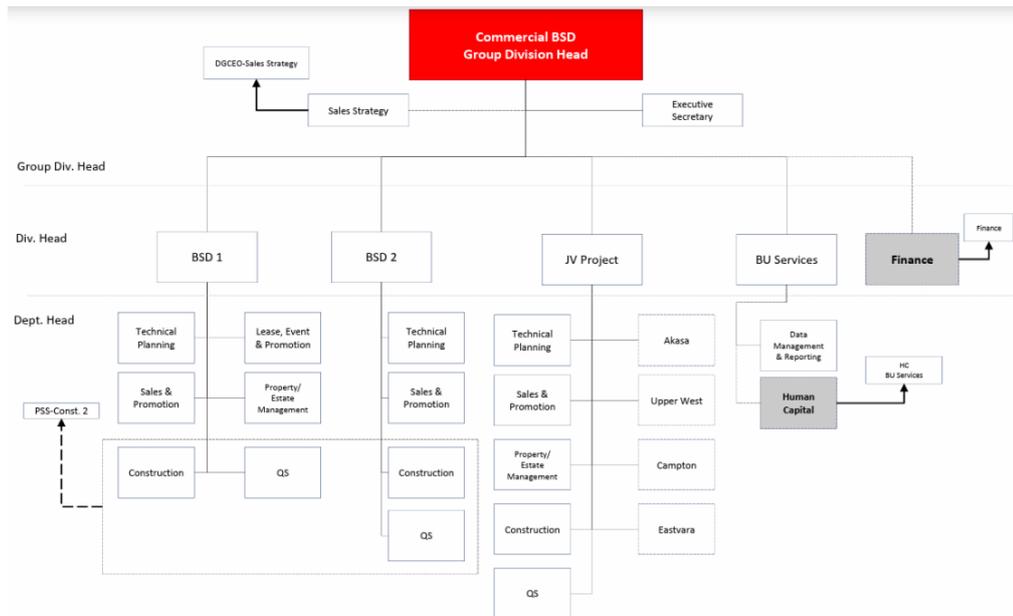
Perusahaan Sinar Mas Land berfokus pada industri tersebut dengan proyek-proyek seperti apartemen, pusat perbelanjaan, gedung perkantoran, bahkan kawasan kota dan industri dengan tingkat kreativitas dan inovasi yang beda dari yang lain.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4 Struktur Organisasi *PT. Bumi Serpong Damai*
Sumber: *Annual Report* PT Bumi Serpong Damai Tbk (2023)

Melalui gambar 2.4, dapat digambarkan bahwa properti pada PT. Bumi Serpong Damai terbagi menjadi dua kategori utama yaitu *redidential* dan *commercial*. Dalam proses pelaksanaan kegiatan magang, penulis ditempatkan di *Commercial* BSD group sebagai *Graphic Designer Intern*. Berikut merupakan struktur organisasi dari *Commercial* BSD:



Gambar 2.5 Struktur Organisasi *Commercial Group*
 Sumber: *Annual Report* PT Bumi Serpong Damai Tbk (2023)

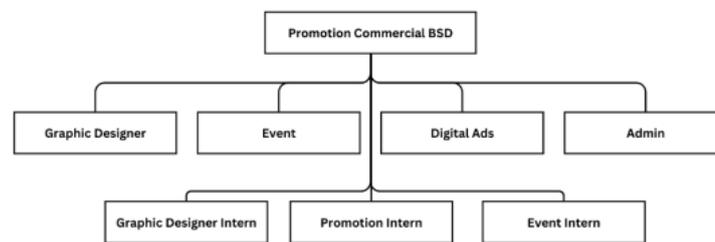
Di bawah kepemimpinan CEO *Commercial* BSD, Sinar Mas Land membagi struktur proyek komersialnya ke dalam lima divisi utama, yaitu BSD 1, BSD 2, JV Project, BU Services, dan Finance. Kepala Divisi Group Komersial BSD memiliki tanggung jawab untuk mengelola, mengawasi, dan mengambil keputusan strategis agar setiap divisi dapat menjalankan fungsinya secara maksimal.

Struktur organisasi ini mencakup berbagai departemen yang memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing. Tim *Technical Planning* bertugas memastikan bahwa standar kualitas dan jadwal pembangunan terpenuhi. Termasuk dalam menangani proses perizinan, evaluasi material, serta perancangan proyek bersama konsultan agar sesuai dengan regulasi yang berlaku. Sementara itu, tim *Sales and Promotion* berfokus pada penyusunan dan pelaksanaan strategi pemasaran untuk meningkatkan visibilitas produk melalui kerja sama dengan media dan vendor. Divisi tersebut juga bertanggung jawab dalam menyusun laporan operasional guna memantau pencapaian target penjualan serta mengelola *database* calon pelanggan.

Tim *Construction* bertugas untuk mengatur jadwal proyek, memantau progres pembangunan, dan memastikan kesesuaiannya dengan desain, anggaran,

serta standar mutu. Tim QS menangani perhitungan biaya (RAB, ketersediaan dana, serta administrasi tender dan kontak). Tim *Lease* mengelola administrasi sewa dan riset properti, sementara Tim *Event & Promotion* menjalankan strategi pemasaran digital serta mendukung promosi unit bisnis lainnya.

Tim *Property Estate Management* mengurus dokumen internal-eksternal, TOR *outsourcing*, serta koordinasi perizinan dan kerja sama vendor. Tim *Human Capital* menangani kehadiran, rekrutmen, klaim kesehatan, dan pengembangan karyawan. Terakhir, Tim *Finance* bertanggung jawab atas administrasi keuangan perusahaan.



Gambar 2.6 Struktur Organisasi *Commercial Group*
Sumber: Data Internal Perusahaan (2025)

Struktur kedudukan organisasi di atas terdapat beberapa divisi yang berada di bawah naungan tim promosi. Setiap divisi memiliki *jobdesk* dan tanggung jawabnya masing – masing yaitu:

2.2.1 Graphic Designer

Dalam divisi ini, terdapat dua karyawan yang berkolaborasi dalam memenuhi kebutuhan desain perusahaan. 1 karyawan bergerak dalam bidang *Social Media Designer* dan 1 karyawan bergerak dalam bidang khusus media cetak. *Graphic Designer* pada divisi ini memiliki peran krusial dalam menciptakan aset visual perusahaan, khususnya untuk media periklanan. Tugas utamanya mencakup pembuatan desain untuk berbagai

platform, seperti *OOH (banner, billboard, PJU, hoarding)*, hingga konten media sosial untuk *Commercial BSD*. *Graphic Designer* bertanggung jawab untuk menghasilkan desain yang menarik, komunikatif, dan memperkuat citra perusahaan.

2.2.2 Digital Ads

Dalam divisi ini, terdapat satu karyawan di dalamnya yang merancang, mengelola, dan menganalisis kampanye pada iklan pada media digital. Divisi *Digital Ads* bertanggung jawab mengelola periklanan untuk konten promosi digital *Commercial BSD*, melalui *Facebook Ads* dan *Instagram Ads*. Setelah proses iklan berjalan, divisi ini akan mengevaluasi hasil *leads* guna untuk memastikan efektivitas anggaran yang digunakan.

2.2.3 Event

Divisi Event mempunyai tanggung jawab untuk merancang, menyiapkan, penyelenggaraan, dan mengevaluasi acara perusahaan guna mendukung peningkatan penjualan. Kegiatan yang diadakan juga bervariasi, dimulai dari open *booth* hingga peluncuran produk serta pembukaan fasilitas baru. Selain itu, divisi ini juga menyelenggarakan *event* untuk meningkatkan *brand awareness* produk *BSD City*.

2.2.4 Admin

Divisi Admin berperan untuk mengelola *budgeting* dan administrasi keuangan pada departemen *Sales and Promotion*. Dengan banyaknya pengeluaran untuk kegiatan pemasaran seperti *event* dan periklanan, divisi ini harus memastikan pengelolaan keuangan yang efisien dan akurat untuk mendukung kegiatan operasional serta pencapaian target dalam pemasaran proyek.

2.2.5 Graphic Designer Intern

Graphic Designer Intern berada langsung di bawah *supervisor* dari *section Head Promotion*, dan memiliki tanggung jawab untuk membantu

pekerjaan dari *staff Graphic Design*. *Graphic Designer Intern* juga memiliki tanggung jawab utama untuk membantu kebutuhan desain yang berkaitan dengan *event* seperti desain sosial media ataupun desain media cetak.

2.2.6 Promotion Intern

Promotion Intern juga berada langsung di bawah *supervisor Section Head Promotion*. Tugas utama *Promotion intern* adalah merancang dan mengelola konten pada media sosial, seperti editorial plan, membuat *script* konten, dan melakukan pengambilan konten di lapangan.

2.2.7 Event Intern

Event Intern memiliki tanggung jawab untuk membantu karyawan *event* dalam acara yang akan dilaksanakan oleh *Commercial BSD*. Seperti *product knowledge*, pameran Sinar Mas Land, dan melakukan rekap *leads* yang didapatkan melalui acara.

2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai perusahaan pengembang properti terbesar di Indonesia sejak tahun 1980-an, perusahaan ini memiliki portofolio proyek yang luas di kawasan komersial BSD City. Sinar Mas Land mencakup konten harian untuk media sosial, *event*, *banner*, dan media promosi lainnya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap *property* di BSD City. Berikut adalah beberapa portofolio Sinar Mas Land yang telah digunakan sebagai media promosi:

2.3.1 Social Media

Selama 4 hari sekali, setiap akun *property commercial* BSD City wajib melakukan kegiatan *posting* di Instagram *BSD Commercial* untuk menjaga *engagement* dan *brand awareness*. Seluruh konten media sosial mencakup informasi mengenai fasilitas, promo menarik, serta *unique selling points* (USP) masing-masing properti. Proyek tersebut dikerjakan oleh salah satu *Graphic Designer* serta didukung oleh satu

Graphic Designer Intern. Dengan strategi tersebut, akun-akun properti tersebut dapat tetap relevan dan menarik bagi calon pelanggan di BSD City dan sekitarnya.



Gambar 2.7 Portofolio Desain Sosial Media
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Konten media sosial yang telah dikerjakan oleh Tim *Graphic Designer*, akan diberikan dan dilakukan proses *approval* oleh *Head Promotion* di *BSD Commercial*. Setelah dilakukan proses *approval*, maka Tim *Graphic Designer* akan segera menjadwalkan kegiatan posting pada sosial media. Dalam desain konten untuk sosial media menggunakan aset pribadi dari *BSD Commercial* untuk aset foto *property* yang dapat digunakan. Penggunaan warna pada konten juga menyesuaikan warna utama dari properti *commercial* tersebut agar sesuai dengan identitasnya,

2.3.2 Media OOH (*Out of Home Advertising*)

Desain pada media OOH merupakan salah satu jenis media yang secara rutin dikerjakan oleh tim *Graphic Designer* di Sinar Mas Land. Media *Out of Home (OOH)* meliputi *banner* jalanan, *hoarding*, serta brosur atau *flyer*. Media *OOH* ini biasanya dibuat menjelang

peluncuran proyek baru atau diperbarui secara berkala setiap bulan agar tampilannya menarik dan segar. Desain yang diciptakan disesuaikan dengan konsep yang sedang berjalan, sehingga dapat menarik perhatian target pasar dan memperkuat citra *brand* Sinar Mas Land di mata publik.



Gambar 2.8 Portofolio Desain Media Cetak
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Proses pembuatan desain media cetak tersebut tidak terlepas dari tahapan revisi dan *approval* dari berbagai pihak atasan, mulai dari supervisor hingga manajemen terkait. Sebelum akhirnya dapat diluncurkan dan dipasang di berbagai titik strategis. Hal tersebut bertujuan agar seluruh materi promosi yang ditampilkan sesuai dengan standar *brand* dan strategi komunikasi perusahaan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA