

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Ciputra Business Group didirikan oleh Dr. (Hc) Ir. Ciputra, seorang pelopor di industri properti Indonesia yang dikenal berkat visinya menggabungkan arsitektur, pengembangan properti, dan semangat kewirausahaan (Ciputra Group, 2024). Bersama keluarganya, beliau membangun Ciputra Group, yang kini telah berdiri selama lebih dari 40 tahun dan berkembang menjadi salah satu grup usaha terbesar di Indonesia. Berawal sebagai pengembang properti berskala besar, Ciputra Group terus berekspansi ke berbagai sektor seperti perkantoran, pusat perbelanjaan, apartemen, fasilitas rekreasi, pendidikan, hingga kesehatan. Beliau juga dikenal sebagai pendiri REI dan turut melahirkan grup besar lainnya seperti Grup Jaya dan Grup Metropolitan, menjadikannya tokoh penting dalam sejarah industri properti nasional. Dengan filosofi “Mencipta Kota, Merajut Kehidupan”, serta berlandaskan nilai *Integrity*, *Professionalism*, dan *Entrepreneurship*, Ciputra Group berkomitmen membangun kawasan yang berkelanjutan dan memberikan kontribusi nyata bagi kemajuan bangsa.



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan  
Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025

##### 2.1.1 Profil Perusahaan

Ciputra Residence merupakan anak perusahaan dari Ciputra Group, salah satu pengembang properti terbesar di Indonesia yang berfokus pada pengembangan kawasan berskala kota dan *mixed-use development*. Proyek

pertama Ciputra Residence yaitu CitraGarden City, dikembangkan pada tahun 1984 di dekat Bandara Soekarno-Hatta dan diikuti oleh pengembangan CitraRaya Tangerang pada tahun 1994. CitraGarden City Jakarta merupakan kawasan hunian seluas 450 hektar yang terletak di Cengkareng dan Kalideres, Jakarta Barat. Dengan lebih dari 10.000 unit rumah dan 50.000 penghuni, kawasan ini memiliki beberapa klaster hunian seperti Citra 1 hingga Citra 7 serta Aeroworld 8. CitraGarden City dilengkapi dengan rumah sakit *modern*, pusat pendidikan, area komersial, serta danau buatan yang berfungsi sebagai pengendali banjir dan sistem pengolahan air, menjadikannya salah satu kota mandiri paling berkembang di Jakarta Barat. Seiring dengan perkembangan kota, kawasan ini terus berekspansi dengan menghadirkan hunian baru serta memperkuat fasilitas penunjang agar tetap menjadi pilihan utama bagi masyarakat urban yang menginginkan kenyamanan, aksesibilitas, dan kualitas hidup yang lebih baik.

Sementara itu, CitraRaya Tangerang dirancang sebagai kota mandiri dengan konsep "10-Minute City", di mana penghuni dapat mengakses fasilitas-fasilitas utama seperti pusat perbelanjaan, sekolah, rumah sakit, dan tempat rekreasi dalam waktu 10 menit. Fasilitas unggulan di kawasan ini meliputi Ciputra Mall Tangerang, Ciputra Hospital, World of Wonders Theme Park, serta sistem transportasi ramah lingkungan seperti *Beam Electric Scooter*. Program *Ecoculture* juga diterapkan untuk menciptakan lingkungan hijau dan berkelanjutan.



Gambar 2. 2 Logo 10 Minute City  
Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025

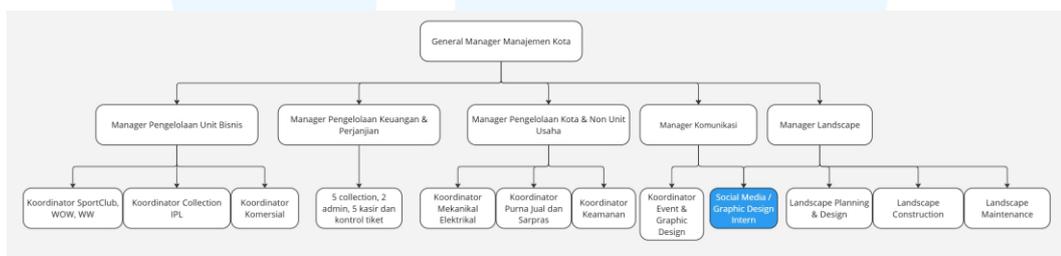
### 2.1.2 Sejarah Perusahaan

PT Ciputra Residence didirikan oleh Dr. (HC) Ir. Ciputra beserta keluarga pada tahun 1981. Perusahaan ini memfokuskan diri pada pengembangan hunian skala besar serta *mixed-use development* sejak tahun 1984, dengan proyek pertamanya CitraGarden City yang berlokasi dekat dengan Bandar Udara Internasional Soekarno Hatta. Ciputra Residence mulai mengembangkan kawasan kota mandiri CitraRaya pada tahun 1994, yang menjadi proyek terbesar milik Grup Ciputra. Setelah itu, perusahaan ini terus memperluas jangkauan pengembangannya ke berbagai kota di pulau Jawa, Sumatra, hingga Kalimantan. Memasuki tahun 2013, Ciputra Residence mulai merambah proyek hunian vertikal dan kawasan terpadu (*mixed-use*), dimulai dari pembangunan apartemen Citra Lake Suites, dan dilanjutkan dengan berbagai proyek apartemen serta perkantoran lainnya di wilayah Puri dan Kemayoran. Kantor pusat PT Ciputra Residence terletak di Jakarta, Indonesia. Dengan portofolio pemukiman yang ternama serta standar tinggi dan integritas perusahaan, Ciputra Residence telah berkembang menjadi salah satu pengembang properti terbesar di Indonesia. Perusahaan ini tersebar secara geografis di berbagai lokasi di Indonesia, dengan proyek-proyek yang mencakup pengembangan kota mandiri, perumahan, apartemen, perkantoran, pusat perbelanjaan, dan rumah sakit.

Pada tahun 2011, CitraRaya mengeluarkan program Ecoculture sebagai komitmen untuk menerapkan konsep kota yang berkesinambungan. Program ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang ramah dan nyaman bagi penghuninya. Saat ini, CitraRaya telah menjadi rumah bagi lebih dari 80.000 jiwa yang menempati lebih dari 51 klaster perumahan dan 1.800 unit komersial. Fasilitas yang tersedia mencakup pendidikan, kesehatan, rekreasi, dan pusat perbelanjaan, menjadikannya sebagai pusat bisnis yang kuat di Tangerang. Dengan pertumbuhan yang pesat dan fasilitas yang lengkap, CitraRaya Tangerang terus berkontribusi dalam pengembangan wilayah Tangerang sebagai kota mandiri yang *modern* dan berkelanjutan.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Penulis ditempatkan dalam divisi Manajemen Kota, dimana struktur dari divisi tersebut terdiri dari *General Manager*, yaitu posisi teratas dalam Manajemen Kota. Diikuti dengan 5 manajer di bawahnya, yaitu pengelolaan unit bisnis, pengelolaan keuangan dan perjanjian, pengelolaan kota & unit usaha, komunikasi dan juga *landscape*. Sebagai seorang *intern*, penulis berada di bawah bimbingan *Manager Landscape* dan *Manager Komunikasi*, yang ditugaskan dan juga bertanggung jawab untuk mengelola dan membuat konten untuk media sosial manajemen kota CitraRaya. Bagan dibawah merupakan hasil wawancara dan diskusi penulis dengan perusahaan.



Gambar 2. 3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Dengan struktur di atas, setiap divisi memiliki tanggung jawab sebagai berikut:

1. *General Manager* : Merupakan pimpinan dari seluruh manajer yang ada, bertanggung jawab dalam mengoordinasikan seluruh lini manajerial guna memastikan seluruh fungsi operasional berjalan selaras dan efisien.
2. *Manager Pengelolaan Unit Bisnis* : Bertanggung jawab dalam mengelola seluruh unit bisnis yang berada di kawasan CitraRaya, yang mencakup pengelolaan area rekreasi seperti *Theme Park (World of Wonders dan Water World)* serta *Sport Club*, termasuk aktivitas penyewaan lokasi atau ruko.
3. *Manager Pengelolaan Keuangan & Perjanjian*: Memiliki tanggung jawab dalam pencatatan dan pengelolaan seluruh transaksi keuangan, baik pendapatan maupun pengeluaran operasional. Selain itu, juga bertugas dalam pengelolaan dokumen-dokumen legal seperti perjanjian dan kontrak. Fokus utama dari divisi ini juga berada di aspek akuntansi dan administrasi.

4. *Manager* pengelolaan kota : Bertanggung jawab atas pengelolaan kota secara berkelanjutan, termasuk pemeliharaan dan pengelolaan aset-aset kota seperti jalan, saluran drainase, dan penerangan jalan umum. Fungsi ini berada di bawah lingkup sarana dan prasarana (sarpras).
5. *Manager Landscape* : Bertugas mengelola dan menjaga kualitas *landscape* serta lingkungan, baik pada area kota maupun kawasan hunian (*cluster*), guna menciptakan lingkungan yang asri, tertata, dan berkelanjutan.
6. *Manager* Komunikasi : Bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi kepada para penghuni serta menjalin koordinasi dengan berbagai pihak terkait. Fungsi ini mencakup komunikasi eksternal dan internal untuk memastikan penyebaran informasi berjalan efektif.

### **2.3 Portofolio Perusahaan**

Perusahaan CitraRaya Tangerang telah meraih beberapa pencapaian dan mengadakan berbagai acara, salah satunya adalah kampanye *EcoDay* Donor Darah yang diadakan pada 16 Oktober 2024. Kolaborasi dengan BEM Universitas Esa Unggul dan PMI Kabupaten Tangerang ini merupakan bagian dari rangkaian *EcoCelebration* dalam memperingati 30 tahun berdirinya CitraRaya. *General Manager* Manajemen Kota Ciputra Residence CitraRaya Tangerang, menjelaskan bahwa acara ini adalah implementasi dari program Ecoculture yang telah berjalan sejak 2011, bertujuan untuk mengajak generasi muda, khususnya mahasiswa, untuk peduli terhadap sesama melalui donor darah.

Kampanye tersebut menghadirkan elemen berupa desain *banner*, *X-banner*, dan poster yang digunakan sebagai media promosi untuk menarik perhatian peserta dan menyampaikan informasi terkait acara. *Banner* tersebut memiliki desain dengan dominasi warna biru, hijau, dan putih yang menciptakan kesan segar dan ramah lingkungan. Aksen merah digunakan untuk menarik perhatian pada informasi penting seperti tanggal dan waktu acara. *Mood* yang ditampilkan terasa positif, mencerminkan kepedulian sosial serta kesehatan melalui kegiatan donor darah. Konsepnya menekankan keberlanjutan dan komunitas, dengan elemen “*EcoDay*” dan “10-Minute City” yang menunjukkan dukungan terhadap

lingkungan dan kesehatan. Secara keseluruhan, *banner* ini efektif dalam menyampaikan pesan acara dengan tampilan yang menarik dan profesional.



Gambar 2. 4 Kampanye Donor Darah CitraRaya  
Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025

CitraRaya Tangerang juga memiliki akun Instagram yang bertujuan untuk mempromosikan rumah-rumah kepada calon penghuni dan pembeli. Instagram *feed* CitraRaya ini memiliki gaya visual *modern* dan elegan dengan warna utama seperti hijau, biru, emas, dan putih, menciptakan kesan eksklusif dan nyaman. *Mood* yang ditampilkan beragam, dari santai dan harmonis hingga semangat kebersamaan.

Konsepnya fokus pada *branding* dan *storytelling* untuk membangun aspirasi hidup di CitraRaya. Keunggulan seperti lingkungan nyaman, fasilitas lengkap, dan akses transportasi mudah ditonjolkan melalui visual yang menarik. Desainnya menggabungkan fotografi, ilustrasi, dan tipografi tegas untuk memperkuat citra hunian ideal.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2. 5 Instagram CitraRaya  
 Sumber: <https://www.instagram.com/citraraya/>

CitraRaya Tangerang juga memiliki *e-booklet* yang disebarakan kepada calon penghuni. E-booklet CitraRaya ini memiliki gaya visual yang *modern* dan bersih dengan kombinasi fotografi realistis dan tata letak yang terstruktur. Penggunaan warna biru memberikan kesan elegan dan profesional, sementara elemen hijau menambahkan nuansa alami dan ramah lingkungan. Tipografi yang tegas dan rapi membantu menyampaikan informasi dengan jelas serta memperkuat identitas branding sebagai kawasan hunian yang nyaman dan futuristik.

Mood yang dihadirkan dalam *e-booklet* ini terasa aspiratif, mengundang, dan penuh energi positif, mencerminkan gaya hidup ideal yang ingin ditawarkan. Konsep "10-minute city" diperkuat dengan visualisasi fasilitas yang mudah diakses dalam waktu singkat dan mendukung mobilitas yang efisien. Dengan menampilkan komunitas yang aktif dan bahagia, *e-booklet* ini membangun citra CitraRaya sebagai tempat tinggal *modern* yang sehat, terintegrasi, dan berkualitas.



Gambar 2. 6 E-booklet CitraRaya  
Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025

Portofolio CitraRaya Tangerang menampilkan citra kawasan hunian *modern* yang berkelanjutan, nyaman, dan terintegrasi. Berbagai elemen menunjukkan komitmen CitraRaya dalam membangun lingkungan yang tidak hanya menyediakan fasilitas lengkap tetapi juga mendukung gaya hidup sehat dan ramah lingkungan.

Pendekatan desain yang profesional dan terstruktur memperkuat identitas CitraRaya sebagai kawasan hunian yang eksklusif dan futuristik. Konsep "*10-minute city*" menjadi inti dari strategi *branding* mereka, menekankan kemudahan akses dan kualitas hidup yang lebih baik bagi penghuninya. Secara keseluruhan, portofolio ini berhasil menciptakan narasi kuat tentang CitraRaya sebagai pilihan hunian ideal bagi masyarakat *modern*.