

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Menjelaskan secara singkat sejarah instansi/ perusahaan tempat kerja magang.



Gambar 2 1 Logo Perusahaan RE/MAX

Sumber: Data Perusahaan (2024)

RE/MAX adalah perusahaan *real estate* asal Amerika Serikat yang berfokus pada layanan agen properti dengan jangkauan internasional. Nama RE/MAX sendiri merupakan singkatan dari "**Real Estate Maximums**". Perusahaan ini didirikan pada tahun 1973 di Denver, Colorado, oleh pasangan suami istri **Dave dan Gail Liniger**. Mereka memiliki visi untuk menciptakan model bisnis yang berbeda dari agen real estate tradisional, yaitu dengan memberikan lebih banyak kebebasan kepada para agen dalam mengelola bisnis mereka sendiri serta membuka peluang keuntungan yang lebih besar.

Pada mulanya, RE/MAX berfokus pada pertumbuhan dan ekspansi melalui model bisnis *franchise* untuk memperluas jangkauannya, pertama-tama mereka

hanya berfokus di Amerika Serikat hingga jaringan secara internasional. Pada tahun 1975, *franchise* pertama RE/MAX dibeli oleh Denner Curtin di Kansas, Missouri, hal ini merupakan awal ekspansi perusahaan ke luar Colorado. Pertumbuhan RE/MAX terus berlanjut, dan dalam waktu dua tahun setelah didirikan, perusahaan ini berhasil mencapai tingkat internasional. Ekspansi globalnya dimulai dengan pendirian kantor pertamanya di Kanada, yang kemudian RE/MAX berkembang pesat hingga memiliki 100 kantor *franchise* di berbagai negara dengan cepat.

Dalam bisnis penting untuk memperkuat hubungan dengan komunitas serta memberikan apresiasi terhadap para agen serta pemilik bisnis, RE/MAX mengadakan *Convention* pertamanya di Las Vegas pada tahun 1976. Hingga pada akhirnya acara ini menjadi sebuah agenda tahunan yang diadakan di berbagai negara, dengan tujuan untuk memberikan penghargaan kepada agen, pemilik bisnis, dan pihak yang berkontribusi dalam kesuksesan RE/MAX di setiap masing-masing wilayahnya.

RE/MAX mengalami pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun. Pada dekade 1980-an hingga 1990-an, jumlah agen RE/MAX meningkat secara signifikan, mulai dari 5.000 agen pada tahun 1984, 10.000 agen pada 1986, 25.000 agen pada 1989, hingga mencapai 50.000 agen pada tahun 1998. Tidak hanya bertambahnya jumlah agen, pangsa pasar RE/MAX juga terus berkembang hingga menjadikannya sebagai pemimpin pasar di Amerika Utara. Sejak 1987, RE/MAX di Kanada berhasil menduduki posisi pertama di industrinya dan mempertahankan status tersebut hingga kini.

Pada tahun yang sama, RE/MAX di Amerika Serikat mencatat pencapaian luar biasa dengan menyelesaikan lebih dari 1 juta transaksi, menjadikannya *brand real estate* pertama yang mencapai jumlah transaksi tahunan tersebut. Keberhasilan ini semakin memperkuat slogan RE/MAX: **“Nobody in the world sells more real estate than RE/MAX”** (RE/MAX, 2013), menegaskan posisinya

sebagai pemimpin global dalam industri *real estate*.

Pertumbuhan dan ekspansi RE/MAX terus berlanjut seiring waktu. Setelah berhasil membuka kantor pertamanya di Kanada, RE/MAX memperluas jaringannya ke berbagai negara di seluruh dunia. Saat ini, perusahaan telah hadir di lebih dari 110 negara, dengan ribuan kantor dan lebih dari 140.000 agen yang beroperasi secara global (Indonesia, n.d.).

Di Indonesia sendiri, RE/MAX mulai beroperasi pada tahun 2014 di bawah naungan PT Signature Properties. Kantor pusat RE/MAX Indonesia sendiri berlokasi di Equity Tower, lantai 17, Jalan Jenderal Sudirman Kav. 52-53 (SCBD), Senayan, Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Sejak kehadirannya di Indonesia, RE/MAX terus memperluas jaringannya di berbagai kota besar, terutama di wilayah Jabodetabek, Bandung, Palembang, Bali, dan Surabaya, guna memperkuat posisinya di pasar *real estate* Tanah Air.

RE/MAX Indonesia juga terus mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan berbagai platform media sosial untuk mendistribusikan konten pemasaran mereka. Melalui situs web resmi mereka, remax.co.id yang berfungsi sebagai saluran utama dalam menyampaikan informasi mengenai produk dan layanan yang ditawarkan. Selain itu, RE/MAX Indonesia juga hadir di berbagai media sosial, termasuk Instagram (@remaxindonesia) dan TikTok (@remaxindo). Saat ini, Instagram menjadi platform yang lebih dioptimalkan karena dianggap lebih selaras dengan target audiens mereka.

2.1.1 Visi Misi

Sebagai bagian dari RE/MAX Global, RE/MAX Indonesia juga memiliki visi untuk menjadi yang terdepan dalam industri *real estate* dengan menciptakan berbagai peluang, memberikan layanan terbaik, serta mencapai hasil yang optimal. Misi yang diusung meliputi nilai-nilai utama, yaitu Kepercayaan, Profesionalisme, dan Keandalan.

2.1.2 Logo

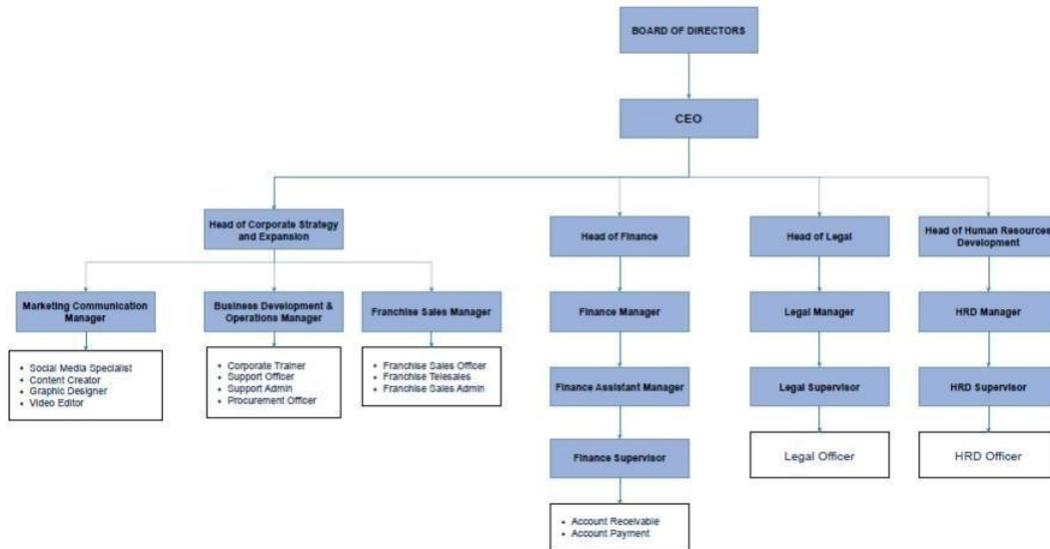
Setiap perusahaan memiliki identitas unik untuk menjadi sebuah pembeda antar perusahaan dengan perusahaan lainnya, yang mencerminkan citra mereka di mata publik. RE/MAX sendiri memiliki sejarah menarik terkait logonya, yang berawal dari penerbangan perdana RE/MAX Hot Air Balloon di Albuquerque Balloon Fiesta, New Mexico, pada tahun 1978. Setahun setelahnya, balon udara ikonik tersebut secara resmi diadopsi sebagai logo global RE/MAX.

Logo RE/MAX pertama kali diperkenalkan sebagai bagian dari kampanye "*Above the Crowd*", yang mengartikan komitmen jaringan dalam memberikan layanan terbaik. Logo ini menampilkan balon udara besar dengan perpaduan warna merah, putih, dan biru, serta tulisan RE/MAX, yang kini menjadi identitas khas perusahaan. Dengan desain yang ikonik, logo ini telah dikenal luas di tingkat internasional sebagai salah satu simbol paling berpengaruh dalam industri *real estate*.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Setiap perusahaan membutuhkan struktur organisasi yang jelas agar setiap karyawan memahami peran serta alur kerja yang ada, sehingga operasional perusahaan dapat berjalan secara efektif dan optimal. Hal yang sama berlaku bagi RE/MAX Indonesia, yang menerapkan struktur fungsional dalam organisasinya. Setiap departemen memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing guna mendukung kelancaran bisnis serta pencapaian tujuan perusahaan. Berikut adalah struktur organisasi RE/MAX Indonesia:

ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF RE/MAX INDONESIA



Gambar 2 2 Struktur Organisasi RE/MAX Indonesia

Dalam struktur organisasi RE/MAX Indonesia, posisi tertinggi perusahaan dipegang oleh *Board of Directors*, dengan CEO RE/MAX Indonesia berada langsung di bawahnya. CEO bertanggung jawab atas empat departemen utama, yaitu *Corporate Strategy and Expansion*, *Finance*, *Legal*, serta *Human Resources Development*. Setiap departemen memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing sesuai dengan bidangnya. Berikut ini adalah uraian pekerjaan masing-masing department:

1. Corporate Strategy and Expansion Department
 - a. Merancang dan mengembangkan berbagai strategi pemasaran untuk RE/MAX Indonesia.
 - b. Bertanggung jawab atas ekspansi bisnis, termasuk peningkatan jumlah agen, kantor *franchise*, serta pendapatan yang dihasilkan dari aktivitas bisnis RE/MAX Indonesia.

- c. Menjalin dan memperkuat hubungan bisnis dengan agen serta pemilik kantor franchise RE/MAX Indonesia guna meningkatkan strategi bisnis.
- d. Mengawasi dan mengevaluasi seluruh kegiatan operasional serta pemasaran yang dijalankan oleh kantor-kantor *franchise* RE/MAX Indonesia.
- e. Mengelola dan memastikan kelancaran pelaksanaan berbagai acara yang diselenggarakan oleh RE/MAX Indonesia.
- f. Berperan sebagai penghubung utama dalam menjalin kerja sama dengan pihak eksternal
- g. Merancang serta memproduksi materi promosi yang berkaitan dengan kebutuhan pemasaran RE/MAX Indonesia.
- h. Menyusun rencana kerja inovatif setiap tahun untuk mendorong perkembangan perusahaan.

2. *Finance Department*

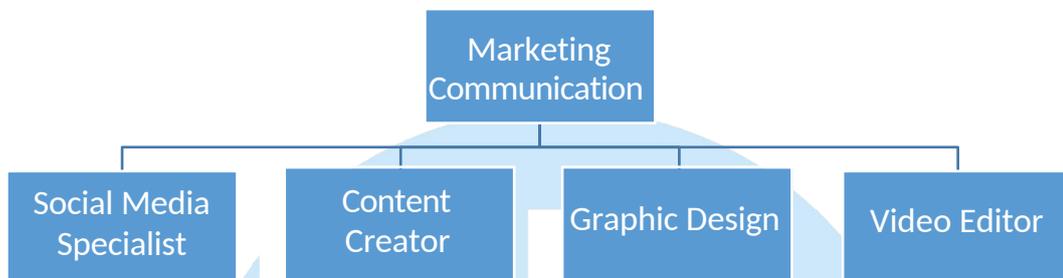
- a. Menganalisis kondisi keuangan, memantau kinerja finansial perusahaan, serta menyusun laporan keuangan secara berkala.
- b. Merancang strategi keuangan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
- c. Mengelola seluruh arus kas masuk dan keluar dalam operasional keuangan RE/MAX Indonesia.
- d. Menangani siklus akuntansi, termasuk pembukuan, pencatatan transaksi, serta pelaporan pajak.
- e. Berkoordinasi secara langsung dengan bank dan pihak eksternal terkait urusan keuangan perusahaan.

3. *Legal Department*

- a. Memberikan arahan dan nasihat hukum kepada departemen lain mengenai kebijakan perusahaan, perjanjian kontrak, serta berbagai aspek hukum lainnya.
- b. Mengelola dan menyusun dokumen hukum yang diperlukan oleh perusahaan.
- c. Melakukan penelitian hukum serta menganalisis risiko dan perkembangan hukum yang relevan dengan operasional perusahaan.
- d. Memastikan bahwa seluruh kegiatan perusahaan telah sesuai dengan regulasi dan hukum yang berlaku.
- e. Menangani serta menyelesaikan permasalahan hukum yang berkaitan dengan perusahaan jika terjadi kasus hukum tertentu.

4. *Human Resources Development Department*

- a. Mengatur dan memenuhi kebutuhan rekrutmen baik untuk saat ini ataupun di masa mendatang.
- b. Melaksanakan proses perekrutan serta seleksi calon karyawan baru.
- c. Mengelola tunjangan serta kompensasi yang diberikan kepada karyawan perusahaan.
- d. Menganalisis data administratif yang berkaitan dengan sumber daya manusia.
- e. Mengawasi serta mengevaluasi kinerja karyawan secara berkala.



Gambar 2.3 Struktur Departemen Marketing

Communication Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Divisi Marketing Communication RE/MAX Indonesia dipimpin langsung oleh *Marketing Communication Manager* yang bertanggung jawab atas seluruh strategi pemasaran guna mengembangkan perusahaan. Tugas utama divisi ini mencakup perencanaan, pelaksanaan, serta pemantauan berbagai strategi marketing yang diterapkan. Secara keseluruhan, divisi *Marketing Communication* bertujuan untuk memastikan strategi pemasaran berjalan dengan stabil dan selaras demi mencapai visi RE/MAX Indonesia sebagai agen properti terkemuka dari Amerika Serikat.

Selain itu, divisi *Marketing Communication* juga memiliki tanggung jawab dalam melakukan riset pasar serta analisis kompetitor, menyusun rencana pemasaran yang terarah, serta menentukan target pasar. Pembuatan materi promosi, seperti sales handbook, e-bulletin, artikel, dan konten media sosial, juga menjadi bagian dari tugas divisi ini. Selain itu, tim Marketing Communication berperan dalam merancang strategi konten, menjalin kerja sama dengan pihak

eksternal, serta merencanakan dan melaksanakan berbagai acara perusahaan.
Sehingga untuk

mencapai tujuan tersebut, divisi ini terbagi menjadi empat tim dengan peran masing-masing guna memastikan strategi pemasaran berjalan secara optimal. Keempat tim tersebut terdiri dari *Social Media Specialist*, *Content Creator*, *Graphic Designer*, dan *Video Editor*, yang masing-masing memiliki tugas dan tanggung jawab dalam mendukung keberhasilan strategi marketing RE/MAX Indonesia.

1. *Social Media Specialist*

Social Media Specialist bertanggung jawab dalam menjalankan strategi pemasaran melalui platform media sosial RE/MAX Indonesia. Mereka melakukan analisis terkait perkembangan di industri properti, termasuk peluang investasi, tren properti terkini, serta edukasi seputar properti. Setelah melakukan analisis, mereka juga bertugas menyusun *content planning* untuk kegiatan pemasaran di media sosial RE/MAX Indonesia hingga memastikan konten tersebut terunggah dengan baik. Selain itu, mereka juga memiliki tanggung jawab dalam memantau performa konten yang telah dipublikasikan dengan menyusun laporan *mingguan (weekly report)* dan laporan bulanan (*monthly report*) sebagai bahan evaluasi untuk strategi konten berikutnya.

2. *Content Creator*

Content Creator berperan sebagai eksekutor dari content plan yang telah disusun oleh *Social Media Specialist*. Mereka memiliki kewenangan untuk meninjau, memberikan masukan, serta mengevaluasi ide-ide dalam *content plan*, termasuk hasil editing dari tim *Graphic Designer* dan *Video Editor*. Oleh karena itu, *Content Creator* bertanggung jawab atas seluruh proses produksi konten, mulai dari meninjau naskah, memproduksi konten baik

sebagai talent maupun videografer, mengunggah konten, hingga memantau aktivitas audiens di media sosial RE/MAX Indonesia.

3. *Graphic Designer*

Graphic Designer berperan sebagai tim yang bertanggung jawab dalam pembuatan konten visual untuk mendukung strategi pemasaran RE/MAX Indonesia. Mereka memproduksi berbagai materi desain, seperti brosur, poster, feeds media sosial, dan elemen visual lainnya, berdasarkan konsep yang telah dirancang oleh *Social Media Specialist*.

4. *Video Editor*

Video Editor bertanggung jawab dalam mengedit konten yang telah diproduksi oleh tim *Content Creator*. Selain itu, mereka juga berperan sebagai videografer yang mendukung tim *Content Creator* dalam proses pembuatan konten tertentu.

UMMN