

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang RE/MAX Indonesia

RE/MAX adalah perusahaan Amerika yang berspesialisasi dalam real estate, berfungsi sebagai broker properti global. Istilah RE/MAX adalah singkatan dari "Real Estate Maximum." Perusahaan ini didirikan pada tahun 1973 oleh pasangan yang sudah menikah, yaitu Dave dan Gail Linger di Denver, Colorado. Mereka ingin membuat *platform* yang menghubungkan pembeli dan penjual secara langsung, tanpa perantara.

Pada saat itu, sebagian besar penjual properti konvensional memiliki sistem kerja yang sangat terbatas, dimana penjual properti sering tidak memiliki kebebasan untuk menjalankan bisnis mereka dan mendapatkan keuntungan maksimal. Melihat ini, Dave dan Linger Gail terinspirasi untuk menciptakan konsep bisnis baru yang memberi lebih banyak otonomi kepada agen. Gagasan ini memungkinkan pekerja untuk beroperasi dengan kemampuan beradaptasi yang hebat dan mendapatkan lebih banyak uang.

Sejak awal, RE/MAX telah berkonsentrasi pada pertumbuhan bisnis dan menyebar melalui model waralaba. Tujuannya adalah untuk memperluas jaringan RE/MAX baik di Amerika Serikat maupun secara global. Pada tahun 1975, RE/MAX awalnya didirikan oleh Denner Curtin di kota Kansas, Missouri, di luar wilayah Colorado. Pertumbuhan cepat ini menunjukkan bahwa strategi bisnis yang diadopsi sangat berhasil dalam memperluas jangkauan perusahaan.

Tidak membutuhkan banyak waktu untuk RE/MAX untuk mencapai status global. Hanya dalam dua tahun sejak penciptaannya, RE/MAX telah memasuki pasar dunia dengan menyiapkan cabang pertamanya di Kanada. Prestasi ini mengisyaratkan awal pertumbuhan skala besar, memungkinkan perusahaan untuk menetapkan kehadiran di banyak negara secara global dengan lebih dari 100 cabang *franchise* dalam periode singkat.

Sebagai bentuk apresiasi kepada para agen dan mitra bisnisnya, pada tahun 1976 RE/MAX menyelenggarakan konvensi pertamanya di Las Vegas. Acara ini kemudian menjadi agenda tahunan yang diadakan secara rutin dengan tujuan untuk menghargai kontribusi para agen, pemilik bisnis, dan berbagai pihak yang terlibat dalam perkembangan perusahaan di berbagai negara.

Dari 1980-an hingga 1990-an, RE/MAX mengalami ekspansi yang stabil. Jumlah agen yang tumbuh banyak setiap tahun, dimulai dengan 5.000 agen pada tahun 1984, lalu bertambah menjadi 10.000 total agen pada tahun 1986, menjadi total 25.000 agen pada tahun 1989. Sehingga mencapai 50.000 total agen di tahun 1998 yang menjadi bagian RE/MAX. Dalam pangsa pasar RE/MAX juga berkembang dengan cepat untuk menjadi pemimpin utama di Amerika Utara. Prestasi signifikan yang berulang kali menunjukkan status RE/MAX sebagai pelopor pemimpin industri adalah ketika, pada tahun 1987 RE/MAX di Amerika Serikat yang berhasil menyelesaikan lebih dari 1 juta transaksi dalam kurun waktu satu tahun, keberhasilan ini tidak hanya menunjukkan kekuatan jaringan dan efisiensi strategi bisnisnya tetapi juga memperkuat motto perusahaan, "Nobody in the world sells more real estate than RE/MAX."

Sejak itu, pengembangan dan perluasan RE/MAX tidak pernah berhenti. Setelah pembentukan cabang awalnya di Kanada, RE/MAX melanjutkan untuk memperluas koneksi serta jaringan internasionalnya untuk mencakup lebih dari 110 negara. Saat ini, bisnis RE/MAX telah mengoperasikan lebih dari 10.000 lokasi kantor franchise dan lebih dari 140.000 agen penjualan properti secara global. Sejak tahun 2014, RE/MAX telah hadir dan aktif di Indonesia dengan dukungan dan dibawah naungan PT Signature Properties yang berlokasi di Equity Tower, lantai 17, Jalan Jendral Sudirman Kav. 52-53, (SCBD) Senayan, Jakarta Selatan. Karena sudah di Indonesia, RE/MAX mendedikasikan komitmennya untuk memperluas koneksi dan perusahaannya di daerah daerah kota utama seperti Jabodetabek, Bandung, Palembang, Bali, dan Surabaya.

Dalam menjalankan strategi pemasaran di Indonesia, RE/MAX memanfaatkan berbagai *platform* media sosial untuk berkomunikasi dengan target

pasar. Website resmi perusahaan dapat diakses melalui www.remax.co.id yang menjadi saluran utama dalam menyampaikan informasi produk dan layanan. Selain itu, RE/MAX Indonesia juga aktif di media sosial seperti Instagram dengan akun @remaxindonesia dan TikTok dengan akun @remaxindo. Strategi pemasaran melalui Instagram lebih dimaksimalkan karena sejalan dengan target audiens yang ingin dijangkau.

2.2 Visi Misi RE/MAX

2.2.1 Visi RE/MAX

Visi RE/MAX adalah “Menjadi pemimpin global dalam industri real estat, dengan menyediakan layanan terbaik kepada klien dan memberdayakan agen dengan teknologi serta dukungan yang unggul.” Pernyataan visi ini mencerminkan komitmen jangka panjang RE/MAX dalam memberikan standar tertinggi dalam layanan properti di seluruh dunia. RE/MAX ingin dikenal sebagai perusahaan yang tidak hanya sukses secara global, tetapi juga berorientasi pada kualitas dan keunggulan pelayanan. Melalui visi ini, RE/MAX menegaskan peran strategisnya dalam menciptakan inovasi dan transformasi positif dalam industri properti.

2.2.2 Misi RE/MAX

Misi utama RE/MAX adalah “Memberikan dukungan maksimal kepada agen properti agar mereka dapat memberikan layanan terbaik kepada pelanggan.” Misi ini menempatkan agen sebagai elemen inti dari keberhasilan perusahaan. RE/MAX membangun sistem yang memungkinkan para agen bekerja secara mandiri namun tetap mendapat dukungan penuh, mulai dari pelatihan profesional, akses ke teknologi terkini, hingga sistem manajemen yang efektif. Tujuannya adalah untuk menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan menguntungkan, dimana para agen dapat berkembang secara profesional dan memberikan pelayanan berkualitas tinggi kepada klien. Dengan sistem komisi yang adil dan pendekatan berbasis kemitraan, RE/MAX mendorong terciptanya hubungan yang saling menguntungkan antara agen dan perusahaan.

2.3 Logo RE/MAX

Logo RE/MAX sangat ikonik dan mudah dikenali, yaitu gambar balon udara panas berwarna merah, putih, dan biru, disertai dengan tulisan “RE/MAX” yang khas menggunakan garis miring. Balon udara ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1978 dan hingga kini telah menjadi simbol visual utama perusahaan. Logo ini tidak hanya menjadi identitas visual yang kuat, tetapi juga merepresentasikan filosofi perusahaan dalam menjangkau lebih tinggi dan lebih luas dalam industri properti global.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan RE/MAX

Sumber: Data Perusahaan (2023)

Logo balon udara dalam RE/MAX memiliki makna simbolis yang mendalam. Balon udara melambangkan kebebasan, visi tinggi, dan aspirasi untuk terus berada di puncak persaingan. Balon udara juga mengkomunikasikan semangat eksplorasi dan pertumbuhan yang berkelanjutan, sesuai dengan slogan perusahaan yaitu “Above the Crowd”, yang berarti selalu unggul di atas rata-rata pesaing.

Penggunaan warna dalam logo juga memiliki arti khusus yaitu warna merah mewakili energi, semangat, dan determinasi. Warna biru melambangkan kepercayaan, profesionalisme, dan stabilitas, dan warna putih mencerminkan kejujuran, transparansi, dan integritas.

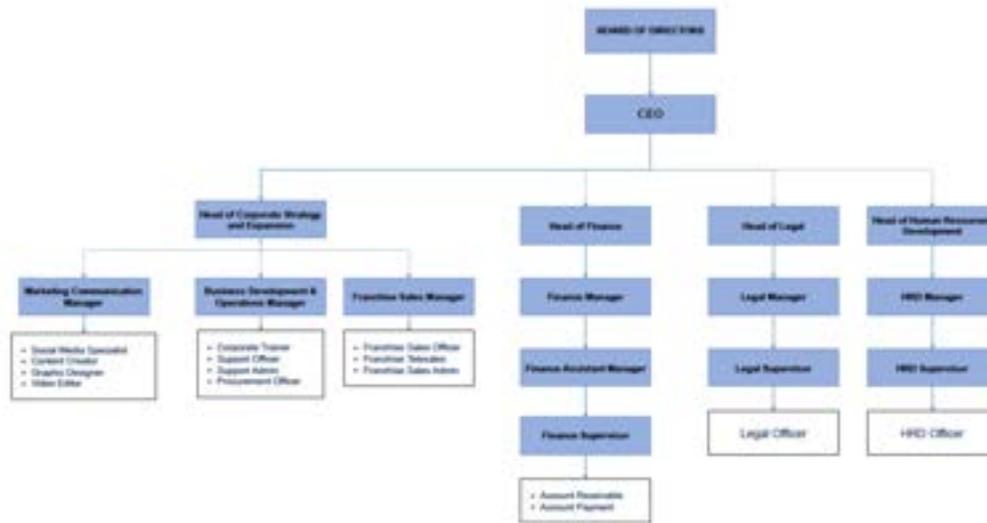
2.4 Struktur Organisasi RE/MAX Indonesia

Struktur organisasi adalah pengaturan spesifik yang menjelaskan bagaimana peran, tanggung jawab, kewenangan, dan komunikasi disusun dalam suatu organisasi. Seperti yang didefinisikan oleh Robbins dan Coulter (2016), struktur organisasi adalah kerangka formal yang menggambarkan bagaimana tugas dibagi, ditugaskan, dikoordinasikan, dan diarahkan untuk mencapai tujuan organisasi. Bagi perusahaan seperti PT RE/MAX Indonesia, struktur ini sangat penting agar setiap karyawan memahami posisi dan peran mereka dalam sistem yang kompleks.

PT RE/MAX Indonesia menetapkan struktur organisasi secara fungsional yang mengelompokkan pekerjaan berdasarkan departemen seperti keuangan, hukum, dan pemasaran. Fungsional rasionalisasi divisi yang dikelompokkan ini dapat meningkatkan keterampilan khusus dengan efisiensi tambahan sambil berfokus pada satu bagian pekerjaan. Menurut Daft (2015) berpendapat bahwa struktur fungsional paling cocok untuk perusahaan dengan kegiatan operasional yang stabil dan produk atau layanan yang seragam. Model ini memperjelas garis komando dan memudahkan koordinasi antar bagian.



ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF RE/MAX INDONESIA



Gambar 2.2 Struktur Perusahaan RE/MAX

Sumber: Data Perusahaan (2023)

Struktur organisasi PT RE/MAX Indonesia diawali dengan kepemimpinan tertinggi yang berada di bawah tanggung jawab Board of Directors. Dewan ini memiliki peran utama dalam menetapkan kebijakan strategis serta menentukan arah dan visi jangka panjang perusahaan. Mereka menjadi pengarah utama dalam pengambilan keputusan yang menyangkut kelangsungan dan pengembangan bisnis secara keseluruhan. Di bawah naungan dewan ini, terdapat posisi Chief Executive Officer (CEO) yang mengelola aktivitas operasional perusahaan sehari-hari. CEO juga berfungsi sebagai jembatan penghubung antara dewan direksi dengan manajemen internal, memastikan bahwa strategi yang telah dirumuskan dapat diimplementasikan secara efektif di seluruh lini organisasi. Terdapat divisi dan pekerjaannya:

1. *Corporate Strategy and Expansion*

- a. Menyusun strategi pengembangan bisnis dan ekspansi merek RE/MAX di Indonesia.
- b. Menjalinkan relasi dengan mitra bisnis dan pemilik *franchise*.
- c. Melakukan kegiatan promosi dan kerjasama strategis.
- d. Memantau dan mengembangkan posisi RE/MAX di pasar properti nasional.

2. *Finance*

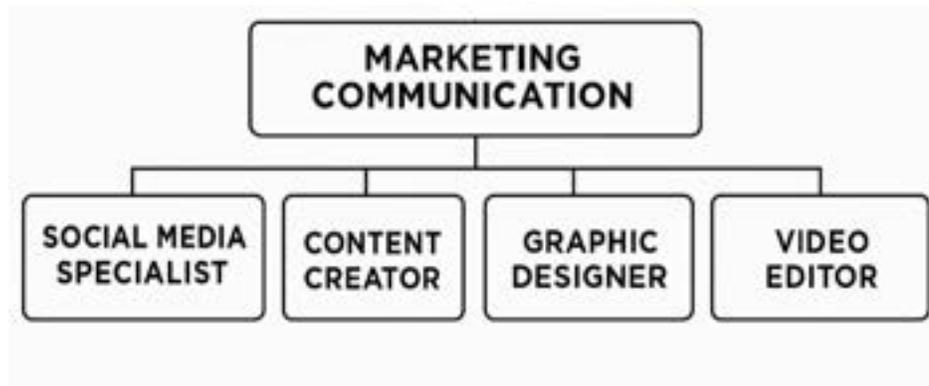
- a. Menyusun laporan keuangan bulanan dan tahunan.
- b. Mengelola arus kas masuk dan keluar perusahaan.
- c. Menangani urusan perpajakan dan kepatuhan keuangan.
- d. Menganalisis kondisi keuangan dan memberikan rekomendasi strategis.

3. *Legal*

- a. Memberikan konsultasi dan pendapat hukum terkait perjanjian bisnis dan operasional.
- b. Menyusun dan mengkaji dokumen legal seperti kontrak kerja sama dan perizinan.
- c. Memastikan kepatuhan perusahaan terhadap peraturan dan hukum yang berlaku.
- d. Mengelola potensi risiko hukum yang mungkin dihadapi perusahaan.

4. *Human Resources Development (HRD)*

- a. Melakukan proses rekrutmen dan seleksi karyawan baru.
- b. Menyusun sistem evaluasi dan pelatihan pegawai.
- c. Mengelola administrasi kepegawaian seperti absensi dan kontrak kerja.
- d. Membangun budaya kerja dan menjaga kepuasan karyawan.



Gambar 2.3 Struktur *Marketing Communication*

Sumber: Hasil Olahan Pribadi Berdasarkan Data Internal Perusahaan (2025)

Dalam divisi Marketing Communication PT RE/MAX Indonesia berada di bawah koordinasi langsung seorang Marketing Communication Manager, yang memiliki tanggung jawab menyeluruh atas strategi pemasaran perusahaan. Tugas utama mencakup perencanaan, pelaksanaan, serta pengawasan berbagai kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memperkuat citra dan posisi RE/MAX Indonesia, khususnya dalam industri properti. Strategi tersebut diimplementasikan secara menyeluruh guna mencapai tujuan pemasaran perusahaan, serta mendukung eksistensi RE/MAX Indonesia sebagai agen properti berskala internasional.

Fungsi utama dari tim *marketing communication* RE/MAX Indonesia meliputi penelitian pasar, analisis kompetitor, penyusunan strategi pemasaran, dan penentuan target pasar. *Tim Marketing Communication* bertanggung jawab dalam memproduksi materi promosi seperti *sales handbook*, *e-bulletin*, artikel, serta konten media sosial. Mereka juga merancang rencana konten dan berkolaborasi dengan pihak eksternal perusahaan dalam pelaksanaan berbagai kegiatan seperti *event*. Agar proses kerja berjalan efektif dan efisien, dalam divisi ini terbagi menjadi empat posisi utama yang memiliki tugas serta tanggung jawab masing-masing, yaitu:

1. *Social Media Specialist*

Bertugas mengembangkan dan menjalankan strategi pemasaran melalui media sosial. Tugasnya mencakup analisis tren properti, peluang investasi, serta edukasi publik terkait properti. Selain itu, posisi ini juga menyusun *content planning*, menjadwalkan unggahan, serta melakukan pemantauan performa konten melalui laporan mingguan (*weekly report*) dan bulanan (*monthly report*).

2. *Content Creator*

Bertanggung jawab dalam mengeksekusi rencana konten yang telah disusun oleh Social Media Specialist. Content Creator memberikan evaluasi, masukan terhadap ide-ide konten, dan berkoordinasi dengan Graphic Designer serta Video Editor dalam proses produksi dan penyuntingan. Tugas lainnya meliputi penulisan naskah, pengambilan gambar (baik sebagai talent maupun videografer), serta pengunggahan dan pemantauan keterlibatan audiens di media sosial.

3. *Graphic Designer*

Berperan sebagai tim visual yang menghasilkan berbagai kebutuhan desain untuk mendukung kegiatan pemasaran RE/MAX Indonesia. Produk desain dapat berupa brosur, poster, konten *feed* media sosial, dan lainnya, sesuai arahan dari Social Media Specialist.

4. *Video Editor*

Memiliki tanggung jawab dalam menyunting video yang telah diproduksi oleh tim Content Creator. Selain sebagai editor, peran ini juga berfungsi sebagai videografer yang mendukung tim dalam pembuatan konten visual 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