

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan Ciputra
Sumber: *Ciputra Education Digital eXperience*. (n.d.)

Ciputra Group merupakan salah satu perusahaan developer yang didirikan pada tahun 1981 oleh Dr. Ir. Ciputra, seorang visioner di bidang properti dan pengembangan kota di Indonesia. Awalnya, perusahaan ini berfokus pada pembangunan perumahan dan kawasan terpadu, dengan proyek pertamanya adalah perumahan Pondok Indah di Jakarta Selatan. Keberhasilan proyek ini menjadi fondasi bagi Ciputra Group untuk berkembang menjadi salah satu pengembang properti terbesar di Indonesia. Dengan prinsip inovasi dan kualitas, perusahaan terus memperluas portofolionya, mencakup hunian, komersial, serta kawasan bisnis dan industri.

Pada dekade berikutnya, Ciputra Group semakin berkembang dengan meluncurkan berbagai proyek ikonik, seperti Kota Mandiri konsep kota mandiri yang menggabungkan hunian, fasilitas publik, dan area komersial. Kesuksesan perusahaan ini tidak lepas dari pendekatan bisnis Ciputra yang mengedepankan kreativitas dan keberlanjutan. Selain di dalam negeri, Ciputra Group juga berekspansi ke pasar internasional, seperti Vietnam dan Singapura. Kini, perusahaan ini tidak hanya dikenal sebagai pengembang properti, tetapi juga sebagai pelopor pembangunan kota modern yang berkelas dunia.

Dari awal berdiri hingga sekarang, Ciputra Group telah membuktikan diri sebagai salah satu perusahaan properti paling sukses di Indonesia. Dengan lebih dari 200 proyek yang tersebar di berbagai kota, perusahaan ini terus berkomitmen untuk menciptakan lingkungan hidup yang berkualitas. Warisan dan visi Dr. Ir. Ciputra tetap menjadi inspirasi bagi perusahaan untuk terus berinovasi dan berkontribusi bagi pembangunan infrastruktur Indonesia.

2.1.1 Visi Misi

Sebagai pelaku utama dalam industri properti, Ciputra berkomitmen untuk mewujudkan visi dan misi berikut:

VISI

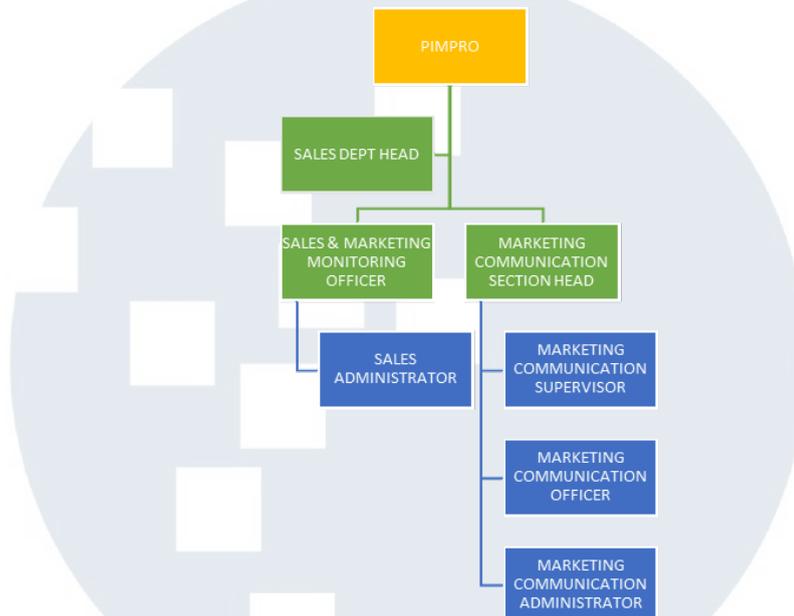
Membangun masa depan melalui inovasi dan keunggulan, menciptakan nilai tambah bagi kehidupan masyarakat serta kemakmuran bagi seluruh pemangku kepentingan.

MISI

Hadir untuk menjadi yang terdepan dalam bisnis properti profesional, menguntungkan, dan berkelanjutan sehingga menjadi pilihan utama bagi konsumen, ruang berkembang yang menarik bagi karyawan, investasi bernilai tinggi bagi pemegang saham, serta kontributor nyata bagi kemajuan masyarakat dan Tanah Air.

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

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan, Divisi Marketing
Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Departemen *Marketing Communication* bertanggung jawab terhadap materi promosi, mulai dari perencanaan hingga strategi, bahkan juga sampai tahapan eksekusi dan supervisi. Berikut masing-masing job description posisi pada Departemen Promosi dan hubungannya dalam proses kerja magang :

1. PIMPRO

PIMPRO (Pimpinan Proyek) adalah bagian yang bertanggung jawab atas perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan proyek serta proses pengadaan barang atau jasa. Tugas utamanya meliputi koordinasi dengan berbagai departemen untuk memastikan proyek berjalan sesuai jadwal dan anggaran, memilih vendor yang tepat, serta memastikan semua kebutuhan proyek terpenuhi dengan efisien dan efektif. Selain itu, juga bertugas memantau kemajuan proyek dan menyelesaikan masalah yang mungkin timbul selama proses implementasi.

2. SALES DEPT HEAD

Sales Department Head adalah pemimpin tim penjualan yang bertanggung jawab mengarahkan strategi penjualan untuk mencapai target perusahaan. Tugasnya meliputi mengelola tim sales, menganalisis pasar, mengidentifikasi peluang bisnis baru, serta memastikan pelanggan mendapatkan layanan yang memuaskan. Juga berperan dalam menyusun laporan penjualan, mengevaluasi kinerja tim, dan berkolaborasi dengan departemen lain seperti marketing untuk meningkatkan pendapatan perusahaan.

3. MARKETING

Departemen *Marketing* fokus pada strategi pemasaran untuk membangun brand awareness dan menarik pelanggan. Tugas mereka meliputi riset pasar, perencanaan kampanye iklan, pengelolaan media sosial, dan pembuatan konten kreatif. Mereka bekerja sama dengan tim sales untuk memastikan pesan pemasaran selaras dengan tujuan penjualan. Selain itu, tim marketing juga bertanggung jawab atas analisis data pasar untuk mengevaluasi efektivitas kampanye dan menyesuaikan strategi sesuai kebutuhan.

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

4. ADMINISTRATOR

Administrator adalah bagian yang bertugas mendukung operasional sehari-hari perusahaan dengan mengelola administrasi, dokumen, dan koordinasi internal. Tugas mereka meliputi pengarsipan data, pengaturan jadwal, penyediaan kebutuhan kantor, serta memastikan komunikasi antar departemen berjalan lancar. Mereka juga sering terlibat dalam penyusunan laporan, pengelolaan database, dan membantu mempersiapkan rapat atau acara perusahaan. Peran administrator sangat krusial untuk menjaga efisiensi dan kelancaran aktivitas bisnis.

