

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Sinarmas Land Plaza

Sinarmas Land Plaza merupakan salah satu pengembang properti terbesar dan paling berpengaruh di Indonesia maupun mancanegara yang berada di bawah naungan Sinar Mas Group. Sinarmas Land memiliki rekam jejak panjang dalam industri properti, baik di tingkat nasional maupun internasional, dengan portofolio yang mencakup pengembangan kawasan perumahan, perkantoran, hotel, *apartment*, pusat perbelanjaan, area komersial, hingga proyek *mixed-use* berskala besar.



Gambar 2.1 Logo Sinarmas Land Plaza
Sumber: <https://www.sinarmasland.com/> (2025)

Sebagai pusat operasional dan representasi utama perusahaan, Sinarmas Land Plaza berlokasi strategis di kawasan BSD City, Tangerang Selatan — sebuah kota mandiri yang menjadi salah satu proyek unggulan dan ikon keberhasilan Sinarmas Land. Gedung ini tidak hanya berfungsi sebagai kantor pusat yang menampung berbagai divisi strategis, tetapi juga menjadi pusat kegiatan perusahaan, mulai dari koordinasi proyek, perencanaan pemasaran, hingga pelaksanaan kampanye *digital* dan acara korporat.



Gambar 2.2 Kantor Sinarmas Land Plaza BSD
Sumber: <https://www.sinarmasland.com/> (2025)

Sinarmas Land Plaza merepresentasikan komitmen perusahaan dalam menghadirkan lingkungan kerja yang modern, kolaboratif, dan berorientasi pada inovasi. Dengan desain arsitektur yang elegan dan fasilitas yang mendukung produktivitas, gedung ini mencerminkan nilai-nilai perusahaan yang menekankan efisiensi, profesionalisme, dan keberlanjutan. Selain itu, keberadaan Sinarmas Land Plaza juga menjadi bukti nyata dari visi Sinarmas Land untuk menciptakan ruang hidup dan ruang kerja yang nyaman, fungsional, dan berdaya guna tinggi.

Dalam konteks komunikasi dan pemasaran, Sinarmas Land Plaza berperan penting sebagai pusat pengembangan strategi branding dan *digital marketing* perusahaan. Divisi-divisi yang berada di dalamnya, termasuk tim *Creative & Social Media Marketing*, bertugas untuk membangun citra merek yang kuat serta menjaga hubungan yang positif antara perusahaan dan masyarakat luas. Melalui pendekatan komunikasi yang inovatif dan berbasis data, Sinarmas Land Plaza berhasil memperkuat posisinya sebagai pengembang properti yang tidak hanya

fokus pada pembangunan fisik, tetapi juga pada penciptaan nilai dan pengalaman yang bermakna bagi konsumen.

Lebih jauh, Sinarmas Land Plaza juga menjadi simbol transformasi digital perusahaan. Dalam beberapa tahun terakhir, Sinarmas Land aktif mengintegrasikan teknologi informasi dalam seluruh aspek operasional dan pemasarannya. Melalui pemanfaatan media sosial, kampanye digital interaktif, serta sistem analitik berbasis data, perusahaan berupaya menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang menjadi target pasar potensial di era *modern*.

Dengan fondasi yang kuat, reputasi yang baik, serta komitmen terhadap inovasi berkelanjutan, Sinarmas Land Plaza terus berkembang sebagai pusat aktivitas korporasi yang merepresentasikan nilai-nilai utama perusahaan: inovasi, integritas, keberlanjutan, dan kolaborasi.

2.2 Visi Misi Sinarmas Land Plaza

Sinarmas Land Plaza sebagai salah satu industri properti terbesar di Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

Menjadi pengembang properti terkemuka di Asia Tenggara yang dipercaya oleh pelanggan, karyawan, masyarakat, dan para pemangku kepentingan lainnya.

MISI

- 1) Membangun kota baru yang menyediakan produk pemukiman yang melayani semua segmen, serta produk komersial yang mengakomodasi kebutuhan usaha kecil, menengah hingga perusahaan besar.
- 2) Meningkatkan nilai tambah kepada para pemangku kepentingan

2.3 Struktur Organisasi Sinarmas Land Plaza BSD



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Sinarmas Land Plaza BSD

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Berdasarkan struktur organisasi Sinarmas Land Plaza BSD, dapat dilihat bahwa sistem kepemimpinan perusahaan tersusun secara hierarkis dan terorganisir dengan baik. Pada posisi tertinggi terdapat *Owner*, yang berperan sebagai pengambil keputusan utama dan penentu arah strategis perusahaan. Di bawahnya, terdapat *CEO BSD City* yang bertanggung jawab untuk menjalankan visi dan misi perusahaan, serta memastikan seluruh kegiatan operasional berjalan sesuai dengan strategi bisnis yang telah ditetapkan.

Selanjutnya, posisi *Vice President Residential Housing 1* berperan dalam mengawasi dan mengkoordinasikan berbagai proyek pengembangan properti di sektor hunian. Jabatan ini dibantu oleh *Assistant Vice President* yang mendukung dalam pelaksanaan kebijakan, evaluasi kinerja, dan optimalisasi strategi pemasaran.

Pada tingkatan berikutnya, terdapat *Department Head Sales and Promotion* yang memimpin tim dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan promosi serta strategi penjualan. Posisi ini berkoordinasi langsung dengan Manajer, yang berperan dalam pengawasan operasional harian dan pencapaian target tim. *Supervisor* kemudian bertugas mengatur jalannya kegiatan

operasional di tingkat pelaksana dan memastikan setiap anggota tim bekerja sesuai dengan standar perusahaan. Selanjutnya *Department Head Construction* yaitu mengawasi proses pembangunan fisik proyek agar sesuai dengan standar kualitas, waktu, dan biaya yang telah ditetapkan. Berkoordinasi dengan kontraktor, konsultan, dan tim teknis lainnya. Selanjutnya ada *Department Head BU Service* dengan fokus pada pelayanan pasca-penjualan (*after-sales service*) dan kepuasan pelanggan. Mengelola tim *customer care*, penanganan keluhan, serta perawatan fasilitas lingkungan hunian.

Di bawah pengawasan supervisor terdapat *Officer*, yang berperan dalam pelaksanaan teknis pekerjaan sehari-hari. *Officer* juga menjadi penghubung antara tim pelaksana dan manajemen, memastikan seluruh instruksi dan laporan berjalan dengan efektif.

Struktur organisasi ini juga mencakup posisi *intern*, yang terdiri dari *Graphic Design Intern* dan *Social Media Specialist Intern*. Kedua posisi ini berperan mendukung kegiatan promosi dan *branding* perusahaan melalui pembuatan konten visual serta pengelolaan media sosial. Keberadaan *intern* menunjukkan komitmen Sinarmas Land Plaza dalam memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk belajar secara langsung di lingkungan profesional sekaligus berkontribusi dalam kegiatan pemasaran digital perusahaan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA