

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT. Bumi Serpong Damai Tbk. (Sinar Mas Land) merupakan salah satu pengembangan properti terkemuka dan terbesar di Indonesia, yang menawarkan berbagai produk pengembangan. PT. Bumi Serpong Damai Tbk. (Sinar Mas Land) berfokus pada penerapan teknologi dan inovasi agar dapat menciptakan lingkungan yang berkualitas dan berkelanjutan. Berikut penjelasan mengenai profil dan sejarah PT. Bumi Serpong Damai Tbk. (Sinar Mas Land), sebagai berikut:

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Bumi Serpong Damai Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengembangan properti dan berada di bawah naungan Sinar Mas Group. Dalam menjalankan usahanya, PT Bumi Serpong Damai Tbk dikenal melalui brand Sinar Mas Land sebagai pengembang properti yang menaungi berbagai proyek residensial, komersial, dan kawasan terpadu di Indonesia. Sinar Mas Land merupakan salah satu developer properti yang sudah dikenal dan memiliki reputasi serta kredibilitas di Indonesia. Dengan pengalaman lebih dari 40 tahun, Sinar Mas Land berkembang sebagai pelopor dalam menghadirkan kawasan kota mandiri di Indonesia, dengan konsep inovasi berkelanjutan dan *smart city*. Sinar Mas memiliki beberapa pilar usaha dengan fokus yang berbeda-beda, seperti PT Sinar Mas Agro Resources and Technology Tbk (SMART) yang bergerak di bidang agribisnis dan pangan, PT Sinar Mas Multiartha Tbk (SMMA) yang bergerak di bidang layanan keuangan, PT Indah Kiat Pulp & Paper Tbk (INKP) yang bergerak di bidang produk pulp dan kertas, PT Bumi Serpong Damai Tbk (Sinar Mas Land) yang bergerak di bidang pengembangan dan *real estate*, Smartfren Telecom yang bergerak di bidang komunikasi dan teknologi, dan SM+ Digital Investama (SM+) yang bergerak di bidang teknologi dan infrastuktur digital (Sinar Mas Land, 2022).

Sinar Mas Land memiliki visi dan misi untuk menjadi salah satu pengembangan properti terkemuka di Asia Tenggara yang dipercaya oleh masyarakat, konsumen, karyawan, dan pemangku kepentingan. Dalam mewujudkan visi dan misi tersebut, Sinar Mas Land menerapkan beberapa nilai dalam setiap pelaksaan kerja, diantaranya; integritas, komitmen, sikap positif, inovasi, loyalitas, serta peningkatan berkelanjutan, sehingga Sinar Mas Land dapat menjadi perusahaan yang berkelanjutan dan memberikan pengalaman yang berkualitas kepada konsumen (Sinar Mas Land, 2025).



Gambar 2. 1 Logo Sinar Mas Land

Sumber: Sinar Mas Land (2025)

Logo Sinar Mas Land melambangkan pancaran sinar matahari yang merepresentasikan kehidupan dan harapan yang terus bersinar. Bentuk roda pada logo mencerminkan nilai pantang menyerah yang menjadi pedoman perusahaan dalam melangkah maju. Warna merah pada logo melambangkan keberanian dan semangat yang membara. Selain itu, bentuk logo Sinar Mas Land menyerupai Yin dan Yang merepresentasikan keseimbangan dalam keberlangsungan setiap pilar usaha, sementara lekukan pada logo menggambarkan fleksibilitas dan komitmen perusahaan untuk terus berinovasi. Secara keseluruhan, logo Sinar Mas Land tidak hanya menjadi simbol visual, tetapi juga mencerminkan identitas perusahaan yang berkomitmen untuk terus bertumbuh, berinovasi, dan menghadirkan nilai keberlanjutan bagi masyarakat.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Sinar Mas Land merupakan salah satu pilar bisnis dari Sinar Mas Group. Sinar Mas didirikan oleh Eka Tjipta Widjaja seorang pengusaha sukses, yang memulai usahanya pada tahun 1938 dari sebuah toko kelontong di Makassar. Berjalannya waktu, Sinar Mas tumbuh dan berkembang menjadi salah satu

perusahaan terbesar di Indonesia dengan mencakup sektor bisnis yang luas, mulai dari keuangan properti, agribisnis, hingga teknologi dan komunikasi. Perjalanan Sinar Mas Land sebagai sektor bisnis di bidang properti dimulai pada awal tahun 1972, dimana Sinar Mas mendirikan PT Duta Pertiwi yang menjadi awal mula perkembangan properti yang kemudian menghasilkan beberapa proyek komersial besar di Kawasan Jabodetabek, seperti ITC Mangga Dua dan berbagai pusat perbelanjaan modern lainnya.

Pada tahun 1984, Sinar Mas mulai memperluas pengembangan properti di daerah Tangerang dengan membangun kawasan kota mandiri Bumi Serpong Damai (BSD). Kawasan yang semulanya merupakan area perkebunan karet kemudian dikembangkan menjadi sebuah kota mandiri modern yang dilengkapi dengan infrastruktur lengkap. Proyek ini menjadi salah satu langkah besar Sinar Mas yang menjadi tonggak besar bagi Sinar Mas sebagai pionir dalam pengembangan properti di Indonesia. Kemudian pada tahun 2002, Sinar Mas Land resmi mengambil alih pengembangan dan pengelolahan properti di kawasan BSD City. Dengan luas lebuh dari 6.000 hektar, BSD City menjadi kawasan terintegrasi terbesar di Indonesia. BSD City bukan hanya diproyeksikan sebagai kawasan hunian, tetapi juga pusat bisnis, pendidikan, perkantoran, dan hiburan (Sinar Mas Land, 2024).

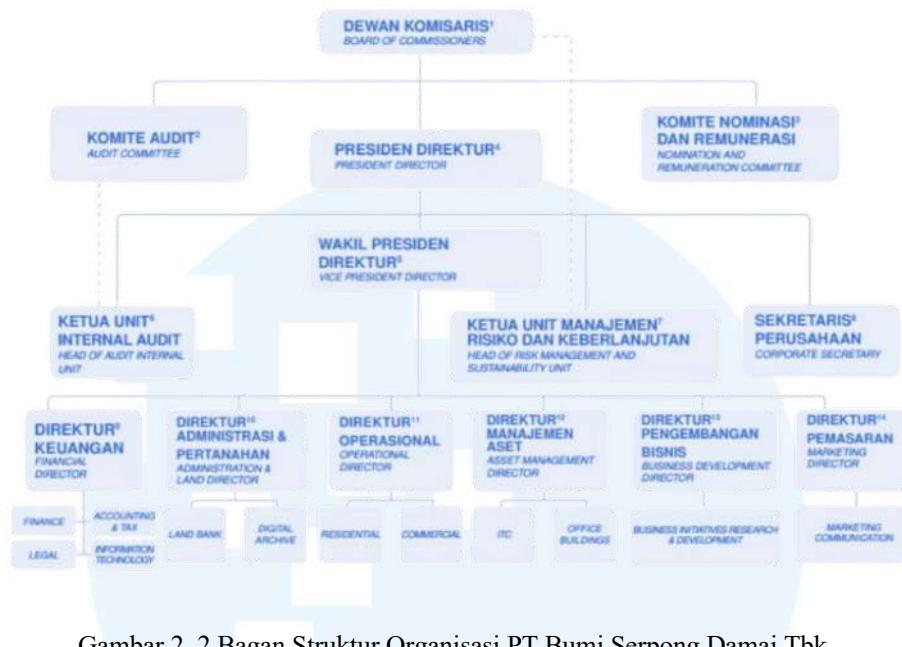
Pada tahun 2013, Sinar Mas Land memperkuat langkahnya dengan menjalin kolaborasi dengan Hongkong Land untuk mengembangkan NavaPark di BSD City, sebuah kawasan hunian premium berkonsep resort yang menggabungkan kenyamanan dan eksklusivitas. Sinar Mas Land juga menghadirkan AEON Mall di BSD City, yang merupakan pusat perbelanjaan modern asal Jepang yang menjadi AEON Mall pertama di Indonesia. Berikutnya pada tahun 2014, Sinar Mas Land menghadirkan The Breeze di BSD City. Kemudian pada tahun 2015, Sinar Mas Land meresmikan Indonesia Convention Exhibition (ICE) di BSD City yang berkolaborasi dengan Kompas Gramedia Group, sebagai pusat konvensi dan pameran terbesar di Asia Tenggara. Selanjutnya pada tahun 2019, Sinar Mas Land memperkenalkan

konsep *Integrated Smart Digital City* di BSD City, berkolaborasi dengan mitra global seperti Microsoft untuk membangun ekosistem digital, serta Grab dalam pengembangan transportasi berbasis teknologi. Inovasi ini menjadikan BSD City sebagai pionir kota pintar berbasis teknologi di Indonesia. Pada 2024, Sinar Mas land menghadirkan Eastvara Mall di BSD City, sebagai pusat perbelanjaan dengan mengusung konsep *lifestyle*.

Setelah sukses dengan BSD City, Sinar Mas Land terus berkembang dan melanjutkan ekspansinya dengan menghadirkan berbagai proyek besar lainnya, seperti Grand Wisata Bekasi dan Kota Wisata Cibubur, yang dirancang sebagai kawasan hunian modern dan dilengkapi dengan fasilitas penunjang. Sampai saat ini, Sinar Mas Land telah berkembang menjadi salah satu pengembang properti terbesar dan berpengaruh di Indonesia. Dengan cakupan beragam sektor bisnis, mulai dari kawasan hunian, kawasan komersial, industry, area perkantoran, hotel, resor, serta proyek kota mandiri. Melalui pengalaman lebih dari 40 tahun, Sinar Mas Land tidak hanya berorientasi pada pembangunan infrastruktur fisik, tetapi juga menekankan aspek inovasi, teknologi, dan prinsip keberlanjutan, sehingga dapat menciptakan lingkungan hidup yang modern, nyaman, dan berkualitas bagi masyarakat.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

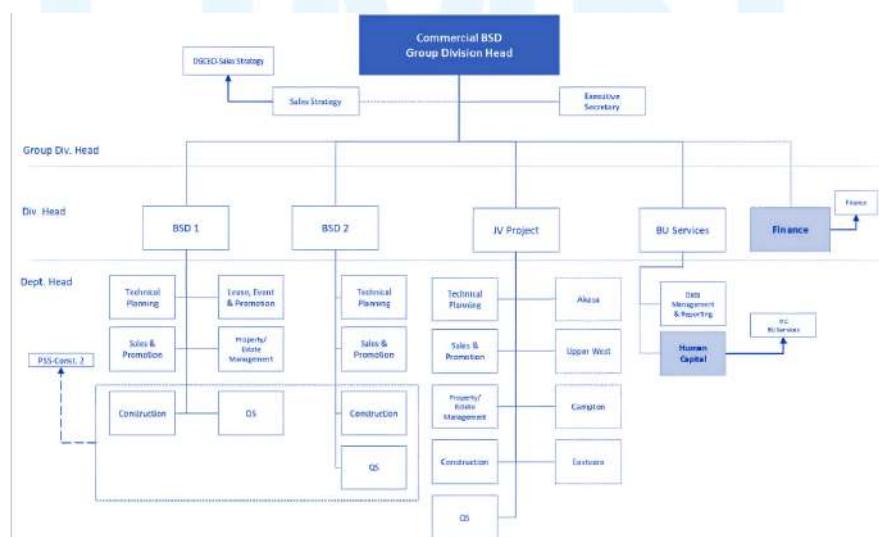
Struktur organisasi Sinar Mas Land terdiri dari beberapa departemen yang memiliki peranan dan tanggung jawab masing-masing untuk mendukung operasional. Dengan adanya tata kelola kerja yang terstruktur dan pembagian peran yang spesifik, perusahaan dapat meningkatkan dan mengoptimalkan kinerja setiap departemen, sehingga seluruh proses bisnis dapat berjalan lancar dan terkoordinasi dengan baik. Selain itu, struktur organisasi yang tersusun dengan baik dapat mengoptimalkan pengelolaan, pengawasan, serta pengembangan perusahaan menjadi lebih maksimal. Sinar Mas Land sebagai perusahaan pengembangan properti terbesar di Indonesia memiliki struktur organisasi yang jelas dan sistematis, sebagai berikut.



Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi PT Bumi Serpong Damai Tbk

Sumber: Annual Report PT Bumi Serpong Damai Tbk (2024)

Berdasarkan bagan struktur organisasi PT Bumi Serpong Damai Tbk dengan unit bisnis properti di bagi menjadi dua bagian, yaitu residensial dan *commercial*. Selama periode magang, penulis ditempatkan di divisi *Commercial* BSD departemen *Sales & Promotion* sebagai *Graphic Designer Intern*. Struktur organisasi PT Bumi Serpong Damai Tbk pada divisi *Commercial* BSD, disusun sebagai berikut.



Gambar 2. 3 Bagan Struktur Organisasi BSD Commercial

Sumber: Annual Report PT Bumi Serpong Damai Tbk (2024)

Struktur organisasi Commercial BSD terdiri atas lima divisi utama, yaitu BSD 1, BSD 2, JV Project, BU Services, dan Finance. Masing-masing divisi memiliki struktur kerja yang terorganisasi dengan baik, sehingga setiap tim dapat menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya secara optimal. Untuk mendukung kegiatan operasional, Tim Technical memiliki peran dalam mengawasi dan memastikan seluruh kegiatan pembangunan berjalan sesuai dengan standar kualitas dan ketentuan perusahaan. Tim Lease bertanggung jawab melakukan riset untuk mendukung strategi pengembangan asset serta memastikan seluruh administrasi penyewaan properti berjalan lancar. Tim Event & Promotion berperan dalam merancang dan melaksanakan berbagai kegiatan promosi serta strategi pemasaran digital guna meningkatkan eksposur dan citra perusahaan. Tim Sales and Promotion fokus pada pengembangan strategi penjualan, kerja sama dengan media, serta membuat rekap laporan kinerja penjualan untuk memantau dan mengelola pencapaian target.

Kemudian, Tim Property Estate Management menangani berbagai urusan administrasi dan operasional, pengelolaan dokumen, serta melalukan koordinasi dengan pihak perizinan. Tim Construction memastikan seluruh pembangunan berjalan sesuai rencana dan standar mutu yang telah ditetapkan. Tim Quantity Surveyor (QS) bertanggung jawab atas perhitungan administrasi biaya proyek dan penyusunan RAB. Tim Human Capital mengelola proses rekrutmen, absensi, serta pengembangan kompetensi karyawan. Dan terakhir, tim Finance bertugas mengatur dan mencatat seluruh transaksi serta administrasi keuangan perusahaan agar operasional berjalan efisien dan transparan.

2.3 Portofolio Perusahaan

Sinar Mas Land sebagai perusahaan pengembangan properti terbesar di Indonesia dengan pengalaman lebih dari 40 tahun, telah menghadirkan berbagai pencapaian di bidang properti. Salah satu proyek kawasan komersial yang paling ikonik dan dikenal adalah BSD City, yang dikenal luas sebagai kota mandiri terbesar di Indonesia. Dalam mendukung aktivitas pemasaran dan promosi, departemen *Sales & Promotion* berperan penting dalam merancang serta

menjalankan strategi komunikasi, termasuk juga dalam penyelenggaraan berbagai program acara dan aktivitas promosi di Sinar Mas Land. Berikut beberapa contoh desain media promosi yang telah digunakan.

2.3.1 Media Promosi *Out Of Home* (OOH)

Dalam mendukung setiap proyek komersial BSD City, menggunakan media luar ruang atau *Out of Home (OOH)*. Media tersebut meliputi banner jalanan, hoarding, hingga materi cetak seperti brosur dan flyer. Seluruh media akan diperbarui secara berkala setiap bulan agar pesan yang disampaikan tetap relevan.



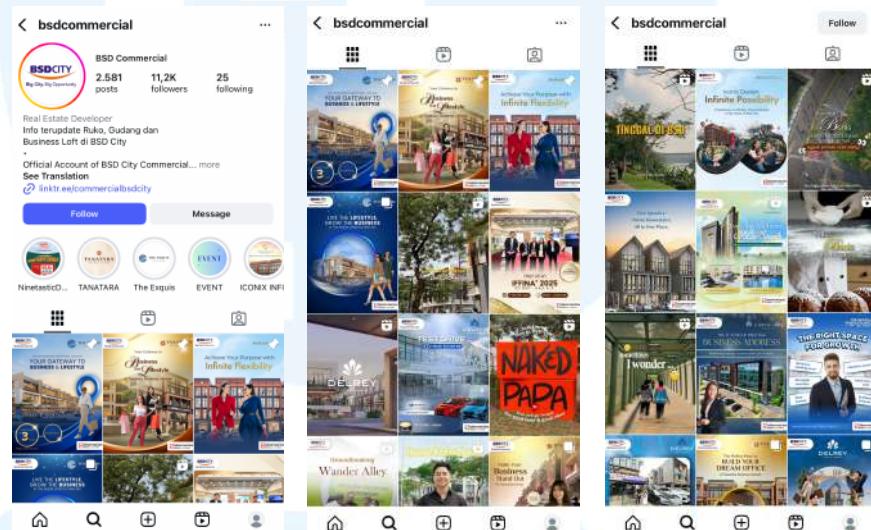
Gambar 2. 4 Portofolio Media OOH Tanatara Business Avenue

Sumber: Dokumentasi perusahaan (2025)

Perancangan media promosi media *Out Of Home* disesuaikan dengan konsep dari masing-masing proyek komersial, sehingga identitas setiap produk dapat tetap terjaga dan terlihat menonjol. Hal tersebut, membuat audiens dapat langsung merasakan karakter dan konsep yang hadir dari setiap proyek melalui tampilan desain visual. Selain itu, penyesuaian konsep visual tersebut dilakukan agar pesan yang terdapat dalam materi promosi dapat tersampaikan secara jelas, efektif, dan tepat sasaran. Oleh karena itu, materi promosi luar ruangan tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang dapat mempengaruhi minat dan keputusan pelanggan terhadap produk komersial.

2.3.2 Sosial Media Instagram

Dalam mendukung strategi komunikasi digital, departemen *Sales & Promotion* mengelola akun media sosial @BSDCommercial sebagai wadah utama untuk mempromosi kawasan komersial di BSD City. Akun ini digunakan untuk mempublikasikan informasi terkait event, promosi, maupun konten *branding* yang bersifat *lifestyle, educational, dan promotional*. Konten dipublikasikan secara terjadwal setiap hari dengan format gabungan antara *reels* dan *feed post*, sehingga dapat menjangkau audiens lebih luas dan menjaga konsistensi *engagement*.



Gambar 2. 5 Portofolio Media Sosial @BSDCommercial

Sumber: Dokumentasi perusahaan(2025)

BSD City saat ini memiliki 15 kawasan komersial yang mencakup berbagai tipe properti, mulai dari kavling, ruko, hingga kawasan bisnis modern. Kawasan tersebut dirancang untuk memenuhi kebutuhan bisnis yang beragam, mulai dari retail, industry kreatif, hingga perkantoran. Beberapa kawasan komersial tersebut di antaranya yaitu Tanatara Business Avenue, The Exquis BSD, Powell Studio Loft, Iconix Infinite, Asterra Business Park, Xlane Community Complex, Northridge Ultimate, Capital Cove Business Loft, West Village Business Park, Delrey Biztown, Taman Tekno X, Apartemen Casa de

Parco, Autoparts, dan Pasar Modern Intermoda. Setiap kawasan komersial memiliki karakteristik dan keunggulan masing-masing, yang dirancang sesuai kebutuhan bisnis.



Gambar 2. 6 Portofolio Media Sosial Capital Cove, Casa de Parco, dan Taman Tekno

Sumber: Dokumentasi perusahaan (2025)

Selain akun utama @BSDCommercial, beberapa proyek komersial tertentu juga memiliki akun Instagram khusus, seperti Capital Cove, Casa de Parco, dan Taman Tekno. Akun-akun tersebut menjadwalkan posting secara berkala setiap empat hari sekali, dengan materi yang mencakup informasi mengenai fasilitas, promo menarik, serta *unique selling points* (USP). Konten yang dipublikasikan di akun tersebut kemudian akan dikolaborasikan melalui akun @BSDCommercial, sehingga jangkauan audiens semakin luas serta mampu menjaga brand awareness produk komersial BSD City.