

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Knight Frank Indonesia merupakan bagian dari jaringan global Knight Frank, sebuah perusahaan konsultan properti global yang didirikan pada tahun 1896 di London, Inggris. Saat ini perusahaan Knight Frank sudah berkembang pesat dan menjadi salah satu pemimpin di industri properti dunia dengan jaringan lebih dari 50 negara, 740 kantor, 27.000+ karyawan, dan 1 jaringan global. Salah satu negaranya adalah Indonesia. Knight Frank telah memperkuat kehadiranya di Indonesia melalui kerjasama dengan PT. Wilson Properti Advisindo. Sejak didirikan Knight Frank Indonesia telah membangun rekam jejak yang kuat dengan berbagai klien ternama, baik di tingkat lokal maupun perusahaan multinasional regional. Knight Frank Indonesia berkomitmen untuk memberikan informasi terbaru seputar pasar properti residential dan komersial di tingkat lokal, nasional, dan regional di seluruh dunia.

Salah satu inisiatif Knight Frank Indonesia untuk menyediakan informasi mengenai properti residential dan komersial adalah dengan pengembangan platform digital berbasis *website* yang bernama kfmap.asia pada tahun 2022. Platform ini di dalamnya menyediakan juga data transaksi properti secara aktual dan juga eksklusif, dan hingga saat ini kfmap.asia telah mencatat lebih dari 10.000 data harga dan lokasi properti di seluruh Indonesia. Selain itu kfmap.asia juga dapat membantu menganalisis fluktuasi harga dan dinamika pasar properti yang terkadang sulit dianalisis oleh pemangku kepentingan. Adanya *website* ini sejalan dengan program pemerintah yang mendorong transparansi harga properti dan pembangunan infrastruktur yang merata di seluruh Indonesia.

Knight Frank Indonesia juga bekerja sama dengan perbankan, kantor jasa penilai, institusi keuangan, dan lembaga riset yang terpercaya untuk memperkaya jumlah harga sampel properti yang nantinya dapat di *publish* dan diinformasikan di kfmap.asia. Salah satu kerjasama yang dilakukan oleh

Knight Frank Indonesia adalah dengan PT Bank JTrust Indonesia pada tahun 2023 dengan tujuan untuk menyalir data transaksi properti melalui platform yang sudah ada yaitu kfmap.asia.

Secara keseluruhanya adalah PT Knight Frank Indonesia mendorong transparansi dan efisiensi di pasar properti Indonesia dengan memberikan kualitas layanan properti yang berkualitas dan juga dapat dipercaya oleh pemangku kepentingan dan oknum properti lainnya.

2.1.1 Visi Misi

Knight Frank Indonesia tidak secara eksplisit mempublikasikan pernyataan terkait visi misi khusu untuk operasinya di Indonesia. Namun Knight Frank Global mempunyai visi misi yang digabung menjadi satu kesatuan.

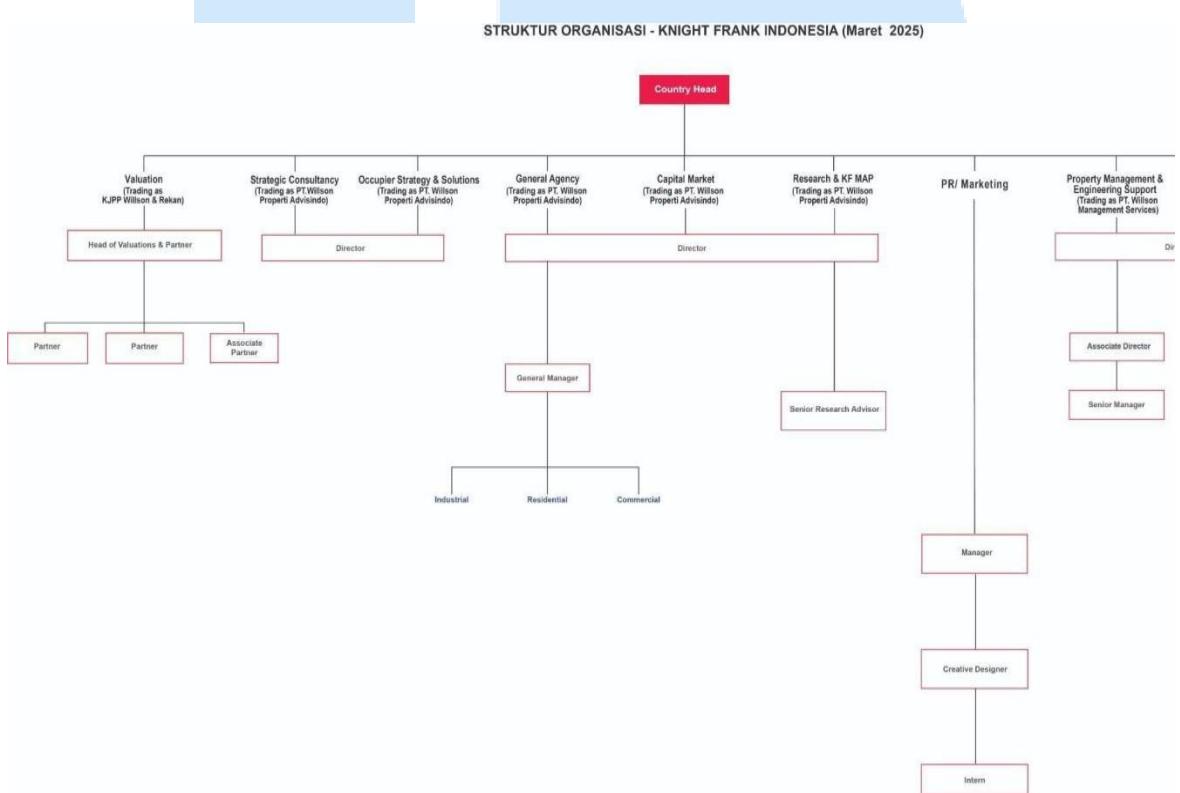
Adapun visi dari Knight Frank adalah:

1. Berupaya untuk menghubungkan manusia dan properti secara sempurna dengan menciptakan lingkungan yang mendukung, yang menginspirasi setiap individu untuk menjadi luar biasa dalam profesi yang mereka pilih. Dengan demikian, tidak hanya karyawan kami yang unggul dan mencapai potensi maksimal mereka, tetapi juga klien kami menerima layanan terbaik di kelasnya.
2. Merekrut dan mempertahankan individu yang luar biasa adalah kunci keberhasilan keberlanjutan Knight Frank. Oleh karena itu, hal ini menjadi fokus utama dalam strategi perusahaan, dengan menawarkan beragam peluang untuk mengembangkan ketrampilan dan pengetahuan setiap karyawan di dalam tahap karier mereka.

Sedangkan value / nilai yang dibawa oleh PT Knight Frank adalah untuk membangun program Building Foundation untuk menekankan dukungan penuh terhadap karyawan, kontribusi terhadap komunitas, dan kepedulian sesama terhadap lingkungan melalui praktik bisnis yang berkelanjutan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Komunikasi dan alur kerja yang terstruktur sangat penting untuk mencapai proyek yang optimal dalam PT. Knight Frank Indonesia. Para pekerja melakukan koordinasi satu sama lain dengan baik, sehingga mendapatkan *output* yang berkualitas. Berikut merupakan struktur organisasi di PT. Knight Frank Indonesia



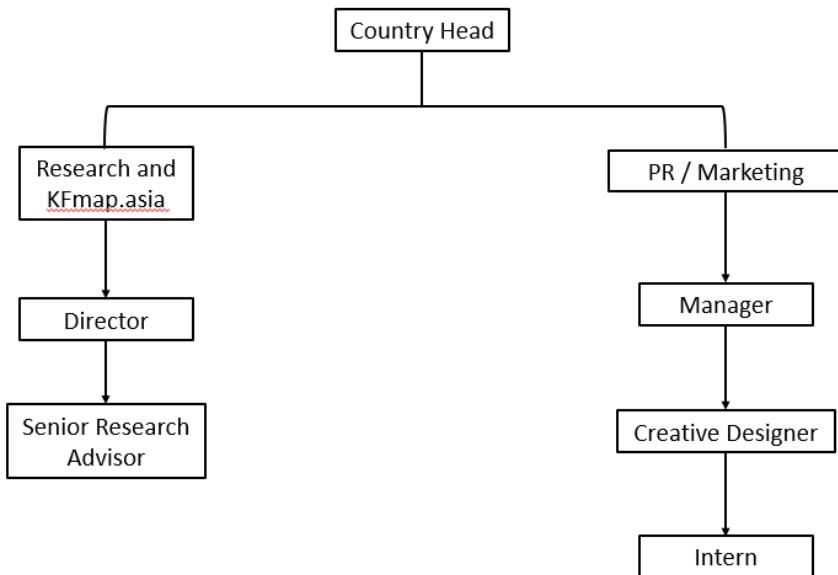
Gambar 2.1 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Seluruh aktivitas di Knight Frank Indonesia diawasi oleh *Country Head*. Selama enam bulan menjalani praktik kerja magang, pekerja magang ditempatkan di departemen *PR/Marketing* dan *Research & kfmap.asia*. Dengan penempatan ini pekerja magang mendapat kesempatan untuk bekerja dengan lingkup yang lebih luas, namun tetap relevan dengan bidang Ilmu Komunikasi. berikut adalah beberapa departmen lain yang ikut berkontribusi di PT Knight Frank Indonesia:

1. **Valuation:** Departemen *Valuation* memiliki peran penting dalam menangani klien external, departemen ini menawarkan sumber daya yang unik bagi sektor properti residensial di setiap proses pengembangan atau

pendanaan. Mereka juga bertugas untuk memberikan saran kepada pengembang, pemilik lahan, dan investor keuangan keunangan terkait pendanaan dan jenis skema.

2. **Strategic Consultancy:** Departemen ini bertugas untuk berperan dalam menilai posisi harga yang paling tepat bagi suatu proyek tertentu sehingga memberikan strategi posisi yang paling tepat bagi suatu proyek. Selain itu departemen ini melakukan analisis pasar secara komprehensif untuk memberikan wawasan mendalam mengenai perubahan pengembalian investasi dan keberhasilan proyek
3. **Occupier Strategy and Solutions:** Departemen ini bertugas untuk memberikan konsultansi layanan strategi real estate untuk penyewa atau pengguna terutama klien korporat yang ingin mengelola, merencanakan, dan mengoptimalkan kebutuhan bisnis mereka.
4. **General Agency:** Departemen ini bertugas untuk membantu klien terutama penyewa untuk melakukan transaksi properti baik jual, beli, maupun sewa. Departemen ini juga melakukan kegiatan pemasaran dan pengelolaan listing komersial maupun residensial.
5. **Capital Market:** Capital Market bertugas untuk memberikan layanan kepada pemilik aset , seperti membantu mereka membeli atau menjual properti.
6. **Research & KF MAP:** Departemen ini bertugas untuk menyajikan laporan khusus untuk berbagai topik, survei primer, dan melakukan survei kompetitor. Departemen ini juga membuat artikel yang dilakukan setiap minggunya.
7. **PR Marketing:** departemen ini berfokus membangun citra perusahaan, melalui kegiatan komunikasi pemasaran yang mendukung
8. **Property Management and Engineering Support:** tugasnya adalah memastikan bahwa seluruh fasilitas fisik bangunan baik gedung, perkantoran, perumaham, dan kawasan komersial befungsi dan berjalan dengan baik.\



Gambar 2.2 Posisi Pekerja Magang

Gambar diatas menunjukan posisi pekerja magang sebagai intern di divisi Research yang terdiri dari Director dan Senior Research Advisor dan Kfmap.asia serta *PR/Marketing* yang terdiri dari manager, creative designer, dan intern. *PR/Marketing* dan *Research/kfmap.asia* merupakan dua divisi yang berbeda dan juga menjalankan tugas yang berbeda tetapi saling membutuhkan setiap harinya. Sebagai contoh dalam pembuatan artikel divisi *Research and kfmap.asia* bertanggung jawab untuk pembuatannya, tetapi proses mencari thumbnail atau proses pencarian foto dilakukan oleh divisi *PR/Marketing*. Pekerja magang ikut andil dalam kedua proses ini, sehingga pekerja magang dibagi ke dalam dua divisi yaitu Research dan kfmap.asia serta *PR/Marketing*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA