

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Bumi Serpong Damai Tbk merupakan salah satu pengembang properti terkemuka di Indonesia yang berada di bawah naungan Sinar Mas Land. Berikut merupakan profil dan sejarah perusahaan.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Bumi Serpong Damai Tbk merupakan pengembang kota mandiri yang telah berdiri sejak tahun 1984. Bernaung di bawah Sinar Mas Land, proyek andalannya yaitu BSD City yang dikembangkan pada wilayah Tangerang, Banten. BSD City dikenal sebagai salah satu kawasan terpadu terbesar dan paling terencana di Indonesia, yang memadukan area hunian, bisnis, serta komersial (Sinar Mas Land, 2025).



Gambar 2.2 Logo Perusahaan
Sumber: www.sinarmasland.com (2025)

Sejak tahap awal pengembangannya, BSD City mengusung konsep yang dikenal sebagai *integrated township*, yaitu kawasan yang dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidup penghuninya dalam satu lingkungan. Konsep ini memungkinkan masyarakat untuk tinggal, bekerja, belajar, dan beraktivitas tanpa harus berpindah ke area yang jauh. Penerapan konsep ini pada akhirnya diwujudkan melalui penyediaan hunian untuk berbagai segmen pasar, area komersial dan perkantoran, fasilitas pendidikan dan kesehatan, pusat hiburan, serta ruang hijau terbuka. Dengan perencanaan yang terintegrasi, kawasan ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat tinggal,

tetapi juga sebagai ekosistem perkotaan yang lengkap dan berkelanjutan (BSD City, 2025).

Pada tahun 1989, PT Bumi Serpong Damai Tbk mulai beroperasi secara komersial. Perusahaan memiliki visi untuk menjadi pengembang properti unggulan di kawasan Asia Tenggara yang dapat diandalkan oleh para konsumen, karyawan, masyarakat, dan seluruh pemangku kepentingan (Sinar Mas Land, 2025). Selain visi, PT Bumi Serpong Damai juga memiliki enam nilai perusahaan yang menjadi landasan utama dalam menjalankan kegiatan operasional. Nilai integritas diwujudkan melalui konsistensi dalam merealisasikan setiap komitmen untuk menjaga kepercayaan para pemangku kepentingan. Nilai komitmen tercermin dari dedikasi dan tanggung jawab dalam memberikan kinerja terbaik bagi pelanggan maupun mitra bisnis. Dalam nilai inovasi, perusahaan secara berkelanjutan mengembangkan gagasan dan solusi yang adaptif untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan. Nilai positif diterapkan melalui pembentukan lingkungan kerja yang profesional dan harmonis. Selain itu, nilai perbaikan tanpa henti mendorong peningkatan kapasitas individu serta organisasi secara konsisten. Keseluruhan nilai tersebut diperkuat oleh loyalitas terhadap nilai inti perusahaan sebagai bagian dari keluarga besar Sinar Mas (Sinar Mas Land, 2025).

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Sinar Mas Land didirikan oleh mendiang Eka Tjipta Widjaya pada tahun 1962 di Surabaya. Dikutip dari artikel yang dimuat oleh Detik.com, Sinar Mas Group memiliki tujuh pilar bisnis yang mencakup agribisnis dan makanan, sektor real estat, jasa keuangan, kesehatan, energi dan infrastruktur kelistrikan, pabrik kertas, serta telekomunikasi. Pengembangan usaha tersebut kemudian berlanjut ke sektor properti dan real estat, salah satunya melalui PT Bumi Serpong Damai Tbk yang beroperasi dibawah naungan Sinar Mas Land dan didirikan pada 16 Januari 1984 oleh beberapa *founding shareholders* (Sinar Mas Land, 2025).



Gambar 2.3 Kantor Sinar Mas Land Plaza
Sumber: www.sinarmasland.com (2025)

Perusahaan ini kemudian mengembangkan proyek kota mandiri di wilayah Serpong dengan nama BSD City. Dirujuk dari artikel Tempo.co, BSD City merupakan kota mandiri yang diresmikan pada 16 Januari 1989. Peresmian ini menandakan mulainya pengembangan kawasan kota mandiri yang dirancang sebagai wilayah komersial, pusat hunian, serta fasilitas pendukung lainnya seperti Indonesia Convention Exhibition (ICE BSD), The Breeze BSD City, dan AEON Mall BSD City.



Gambar 2.4 AEON Mall BSD City
Sumber: www.aeonmall-bsdcity.com (2019)

Sampai saat ini, BSD City dikelola oleh Sinar Mas Land dibawah naungan PT Bumi Serpong Damai. Pada tahun 2023 hingga 2024, perusahaan

ini juga telah membangun pusat kuliner seperti RANS Nusantara Hebat, dan juga melakukan peluncuran proyek pengembangan kota pintar yang bekerja sama dengan Samsung (Sinar Mas Land, 2025).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Perusahaan menerapkan susunan organisasi yang terstruktur untuk memastikan seluruh aktivitas perusahaan berjalan secara efektif dan juga terarah. Setiap unit kerja dibentuk dengan fungsi yang jelas, sehingga dapat saling mendukung dan juga mewujudkan visi dan nilai-nilai perusahaan, khususnya dalam mencapai target jangka panjang.

Melalui struktur tersebut, BSD City mencerminkan sistem tata kelola yang profesional, dengan koordinasi antar divisi yang terintegritas dalam mengembangkan dan juga mengelola berbagai proyek yang masih berlangsung hingga saat ini. Adapun berikut ini merupakan bagan struktur organisasi utama dari PT Bumi Serpong Damai Tbk:

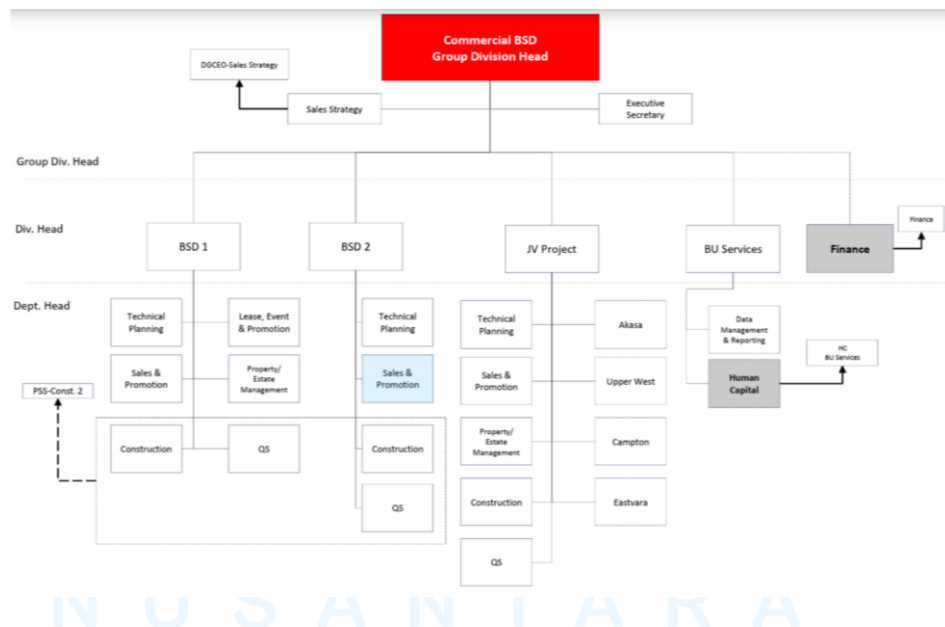


Gambar 2.5 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: PT Bumi Serpong Damai *Annual Report 2024*

Berdasarkan bagan struktur organisasi utama, perusahaan PT Bumi Serpong Damai Tbk memiliki susunan manajemen yang terstruktur dalam

menjalankan operasional perusahaan. Pada tingkat tertinggi terdapat Dewan Komisaris yang menjalankan fungsi pengawasan dan dikung oleh Komite Audit serta Komite Nominasi dan Remunerasi. Di bawahnya, terdapat Presiden Direktur yang memimpin jalannya perusahaan dan dibantu juga oleh Wakil Presiden Direktur. Struktur ini juga dilengkapi dengan fungsi pendukung strategis seperti Unit Internal Audit, Unit Manajemen Risiko dan Keberlanjutan, serta Sekretaris perusahaan.

Pada level operasional, perusahaan memiliki beberapa direktorat utama, yaitu Direktur Keuangan, Direktur Administrasi dan Pertanahan, Direktur Operasional, Direktur Manajemen Aset, Direktur Pengembangan Bisnis, dan Direktur Pemasaran, yang masing-masing membawahi unit-unit sesuai bidangnya. Direktur Operasional sendiri mengelola dua divisi utama, yaitu Residential dan Commercial, yang berfokus pada pengembangan serta pengelolaan kawasan hunian dan komersial. Berdasarkan struktur tersebut, penulis ditempatkan pada divisi *Commercial* di bawah Direktur Operasional. Berikut adalah bagan struktur organisasi *Commercial* BSD:



Gambar 2.6 Bagan Struktur Organisasi Commercial BSD
Sumber: PT Bumi Serpong Damai *Annual Report 2024*

Struktur organisasi *Commercial* BSD berada di bawah *Commercial* BSD *Group Division Head* yang membawahi beberapa divisi utama, yaitu BSD 1, BSD 2, *JV Project*, dan *BU Services*, serta didukung oleh fungsi *Finance*. Masing-masing divisi memiliki kepala divisi dan departemen yang menangani bidang teknis seperti *Technical Planning*, *Sales & Promotion*, *Lease*, *Event & Promotion*, *Property/Estate Management*, *Construction*, serta QS. Pada divisi *JV Project* juga terdapat pengelolaan proyek spesifik seperti Akasa, Upper West, Campton, dan Eastvara, sementara *BU Services* didukung oleh *Data Management & Reporting* serta *Human Capital*.

Berdasarkan struktur tersebut, penulis ditempatkan pada divisi BSD 2, di Departemen *Sales & Promotion*, khususnya *promotion* yang berfokus pada kegiatan pemasaran dan penjualan produk komersial di kawasan BSD. Departemen ini juga bertanggung jawab atas penyusunan strategi promosi, pengelolaan materi pemasaran dalam bentuk konten digital, media sosial, brosur, *banner*, *e-mail marketing*, hingga kebutuhan visual untuk *event* dan *campaign*, maupun pengembangan desain yang mendukung identitas serta *positioning brand* produk komersial.

2.3 Portofolio Perusahaan

Seiring perkembangannya, PT Bumi Serpong Damai memperluas portofolio proyek ke berbagai kota strategis di Indonesia dengan mengedepankan kualitas, inovasi, dan kepuasan konsumen. Dalam mendukung aktivitas tersebut, departemen *Sales and Promotion* memiliki peran yang strategis dalam menyusun dan juga mengimplementasikan strategi komunikasi perusahaan. Peran tersebut mencakup perencanaan hingga pelaksanaan berbagai program dan aktivitas promosi yang diselenggarakan di lingkungan Sinar Mas Land. Berikut merupakan beberapa contoh media promosi yang telah dibuat dan digunakan.

2.3.1 Royal Key by Sinar Mas Land

Pemanfaatan media *Out of Home* atau OOH menjadi salah satu pendekatan utama BSD *Commercial* dalam membangun eksposur proyek

komersial di area publik. Berbagai format seperti *billboard*, *banner*, *hoarding*, *flyer*, serta materi cetak lainnya digunakan sebagai sarana komunikasi visual untuk menjangkau audiens secara langsung di lokasi strategis. Salah satu pengerjaan media OOH tersebut diimplementasikan pada program Royal Key Berikut merupakan salah satu materi *Out Of Home* yang telah dibuat oleh PT Bumi Serpong Damai Tbk.

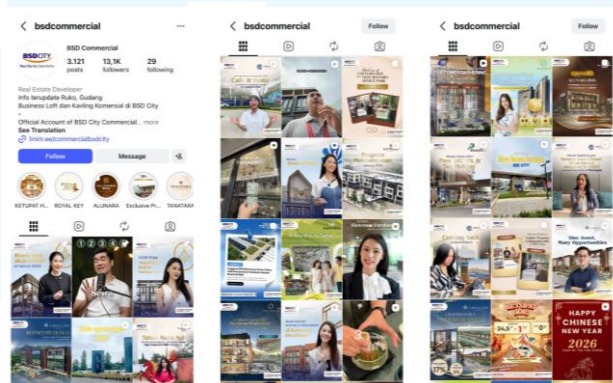


Gambar 2.7 Media Out Of Home Royal Key
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Royal Key adalah program promo properti nasional tahun 2026 dari Sinar Mas Land yang dirancang untuk mempermudah masyarakat memiliki properti. Melalui program ini, konsumen dapat menikmati berbagai penawaran spesial, seperti potongan harga hingga 26%, subsidi DP hingga 15%, pembebasan biaya BPHTB dan KPA Fee, serta beragam keuntungan tambahan lainnya (Sinar Mas Land, 2026). Pengerjaan materi cetak ini dilakukan secara berkala oleh Tim *Graphic Designer* guna memastikan konten promosi selalu diperbarui dan relevan dengan kebutuhan pasar. Alur pengerjaannya dimulai dari perumusan ide kreatif dan penyusunan pesan komunikasi, kemudian dilanjutkan ke tahap revisi dan *approval* sebelum masuk ke proses produksi. Setelah selesai dicetak, media tersebut ditempatkan pada titik-titik yang telah direncanakan agar mampu memberikan visibilitas optimal bagi setiap proyek komersial yang sedang dipasarkan.

2.3.2 Media Sosial Instagram

Media sosial merupakan salah satu media komunikasi utama yang dimanfaatkan BSD *Commercial* dalam menjalankan aktivitas promosinya. Melalui akun Instagram @bsdcommercial, perusahaan menyampaikan informasi terkait berbagai proyek komersial secara konsisten untuk membangun interaksi dengan audiens serta memperkuat *awareness* terhadap kawasan komersial BSD City.



Gambar 2.8 Portofolio Media Sosial @bsdcommercial
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Konten yang dipublikasikan mencakup informasi fasilitas, program promosi seperti potongan harga dan *benefit* yang didapat konsumen, hingga penonjolan keunggulan dari masing-masing proyek. Dalam merancang konten visual pada media sosial, tim *Graphic Design* bertanggung jawab atas pengelolaan dan produksi konten visual tersebut.

2.3.3 Konten Visual The Exquis

The Exquis merupakan salah satu proyek komersil pertama yang mengusung konsep *lifestyle park* pertama di BSD City yang dirancang untuk menggabungkan aktivitas bisnis, komunitas yang aktif dan kreatif. Dalam perancangan konten visual The Exquis, tim *Graphic Design* bertanggung jawab membuat konten visual yang akan diunggah pada akun instagram @bsdcommercial. Berikut merupakan beberapa hasil konten visual The Exquis yang sudah diunggah.

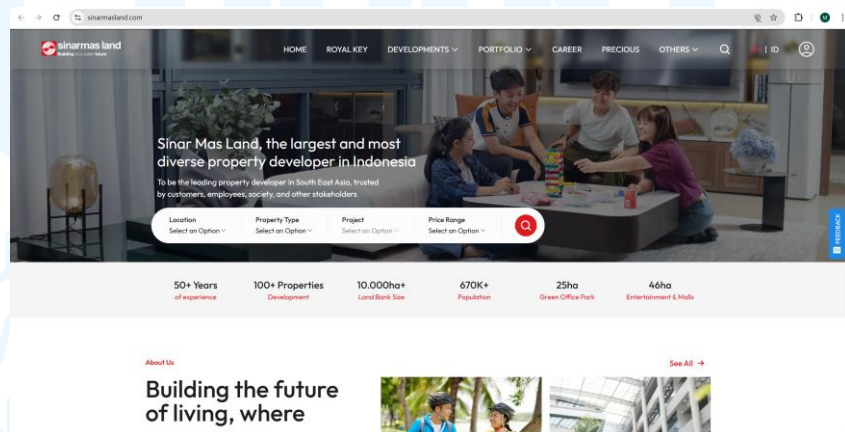


Gambar 2.9 Desain Media Sosial Instagram @bsdcommercial
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Konten visual The Exquis berisikan aset visual bangunan ruko dari berbagai sisi yang sudah disediakan desainer properti, *beberapa key highlights* yang menjadi headline maupun isi konten. Proses pengerjaannya dimulai dari perencanaan konsep kreatif dan penyusunan *copywriting*, kemudian dilanjutkan ke tahap desain visual, revisi, serta persetujuan dari *Head of Promotion* sebelum akhirnya dipublikasikan.

2.3.4 Website Sinar Mas Land

Sinar Mas Land memanfaatkan *website* www.sinarmasland.com sebagai *website* resmi yang menjadi pusat informasi digital terkait seluruh *timeline* dan proses bisnis perusahaan, mulai dari kawasan residensial hingga komersial. Berikut merupakan website dari Sinar Mas Land.



Gambar 2.10 Website Sinar Mas Land
Sumber: www.sinarmasland.com (2026)

Website ini juga berfungsi sebagai acuan utama dalam menjaga konsistensi *brand identity* dari Sinar Mas Land. Elemen visual yang digunakan pada *website* ini juga menggunakan tipografi dan colour palette yang mencerminkan kesan profesional dan elegan. Dengan adanya *website* ini juga Sinar Mas Land menyediakan fitur pencarian properti yang interaktif. Lalu, adanya sinkronisasi antara konten promo di media sosial dan juga *website* dapat memudahkan audiens untuk melakukan validasi data yang bertujuan untuk membangun kepercayaan dengan konsumen terhadap kawasan properti Sinar Mas Land.

