

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

2.1.1 Sejarah dan Visi Misi PT. Jaya Real Property, Tbk.



Gambar 2.1 Logo PT. Jaya Real Property, Tbk
(Sumber: Dokumen PT. Jaya Real Property, Tbk.)

PT Jaya Real Property, Tbk. memulai perjalanannya pada 25 Mei 1979 dengan nama PT Bintaro Raya. Sejak awal, perusahaan ini memfokuskan diri pada pengembangan dan pengelolaan properti, terutama di wilayah Jakarta Selatan dan Tangerang. Dalam perjalanannya, perusahaan terus berkembang menjadi salah satu pengembang terkemuka di Indonesia, dengan portofolio yang mencakup berbagai proyek seperti perumahan, kondominium, kawasan superblok *mixed-use*, serta fasilitas komersial seperti pusat perbelanjaan, hotel, rumah sakit, hingga pengelolaan jalan tol dan distribusi air bersih.

Salah satu pencapaian besar PT Jaya Real Property, Tbk. adalah pengembangan kawasan Bintaro Jaya, yang menjadi contoh kawasan hunian dan komersial terpadu dengan konsep yang ramah lingkungan. Kawasan ini dirancang untuk menciptakan keseimbangan antara fungsi hunian dan komersial, yang memadukan kenyamanan tempat tinggal dengan fasilitas yang mendukung kegiatan bisnis dan sosial. Melalui pengembangan ini, perusahaan berkomitmen untuk menghadirkan lingkungan yang berkelanjutan dan berfokus pada kesejahteraan komunitas.

Seiring dengan perubahan kebutuhan masyarakat akan gaya hidup yang lebih modern dan berkelanjutan, PT Jaya Real Property, Tbk. terus berinovasi dalam menciptakan lingkungan yang terintegrasi. Dengan lebih

dari 3.000 hektar lahan yang tersebar di lokasi strategis, perusahaan ini menjadi pilihan utama bagi masyarakat yang ingin tinggal di kawasan dengan pertumbuhan pesat seperti Tangerang. PT Jaya Real Property, Tbk. juga memainkan peran penting dalam pengembangan distrik komersial, menarik minat perusahaan besar, *startup* di industri kreatif, serta berbagai merek ritel terkemuka di Indonesia.

Sebagai bagian dari Pembangunan Jaya Group dan tercatat di Bursa Efek Indonesia, PT Jaya Real Property, Tbk. terus menunjukkan pertumbuhan yang stabil dengan fokus pada pengembangan yang bertanggung jawab. Perusahaan ini tetap berkomitmen untuk menghadirkan nilai jangka panjang melalui proyek-proyek berkualitas yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar, tetapi juga memperkaya komunitas di sekitarnya.

PT. Jaya Real Property, Tbk. didirikan dan terbentuk dengan visi dan misi sebagai berikut:

Visi

Menjadi salah satu pengembang dan pengelola properti terbaik di Indonesia.

Misi

- Mencapai pertumbuhan pendapatan di atas rata-rata pertumbuhan industri real estate dan properti di Indonesia. > Memberi produk dan pelayanan yang bermutu yang memuaskan konsumen.
- Membangun sumber daya manusia yang berkualitas dan iklim kerja yang baik untuk mencapai kinerja yang tinggi.
- Mengoptimalkan produktivitas seluruh sumber daya yang dimiliki demi manfaat konsumen, pemegang saham dan karyawan.
- Peduli pada aspek sosial dan lingkungan di setiap unit usaha.

Adapun dalam pelaksanaan usahanya, PT. Jaya Real Property, Tbk. menjunjung nilai-nilai dasar sebagai berikut:

- **Integritas**
Keinginan untuk bertindak konsisten sesuai dengan kode etik, moral, nilai-nilai dan budaya perusahaan (termasuk bersikap jujur dan adil terhadap semua pihak)
- **Keadilan**
Keinginan untuk bersikap dan bertindak secara objektif, tidak bias, tidak memihak dan tidak diskriminatif
- **Komitmen Organisasi**
Dorongan untuk menyesuaikan perilaku pribadi dengan kebutuhan dan kepentingan organisasi/perusahaan, mendahulukan kepentingan dan nama baik organisasi daripada kepentingan pribadi
- **Dorongan Berprestasi**
Dorongan untuk mencapai hasil terbaik (standar prestasi, keunggulan kompetitif) melalui usaha atau penyempurnaan yang berkesinambungan
- **Intrapreneurship**
Dorongan untuk menciptakan peluang dan bertindak untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang lebih baik. Berani mengambil resiko dalam bertindak mengatasi hambatan atau menangkap peluang baik saat ini maupun di masa yang akan datang

2.1.2 Bintaro Plaza Residences



Gambar 2.2 Logo Bintaro Plaza Residences
(Sumber: Dokumen Unit BPR)

Bintaro Plaza Residences (BPR) merupakan kawasan hunian dan komersial yang terletak di jantung Bintaro Jaya, membawa konsep *integrated lifestyle* yang menyatukan kemudahan akses, fasilitas lengkap,

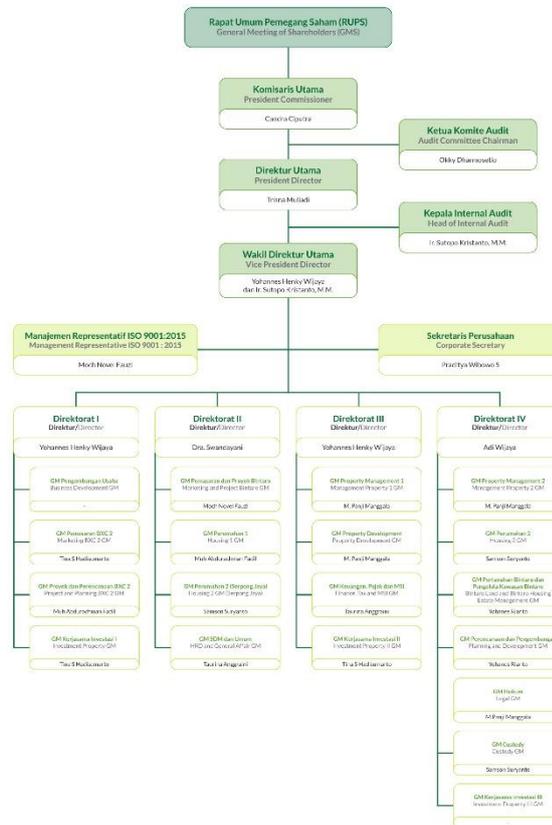
dan hiburan untuk mendukung gaya hidup modern dan dinamis. Berada di wilayah strategis di selatan Jakarta, BPR menjadi pusat komunitas generasi muda dan kreatif. Pengembangannya berfokus pada menghadirkan kenyamanan hidup di kawasan *mixed-use* yang memberikan akses mudah ke berbagai fasilitas dan kebutuhan sehari-hari. Setelah sukses dengan Breeze Tower dan Altiz Tower, yang diluncurkan pada tahun 2013 dan berhasil terjual habis dalam waktu singkat, BPR kini melanjutkan kesuksesannya dengan memperkenalkan Creativo Tower.

Bintaro Plaza Residences dikembangkan dengan pendekatan Transit Oriented Development (TOD), yang dirancang untuk memberikan kemudahan mobilitas bagi penghuninya. Konsep TOD ini mengintegrasikan desain kota yang mendorong interaksi sosial, menghubungkan orang, bangunan, dan ruang publik dengan aksesibilitas yang tinggi, baik melalui jalur pejalan kaki, sepeda, maupun angkutan umum. Kawasan ini juga dikelilingi oleh berbagai fasilitas pendukung seperti pusat perbelanjaan Bintaro Plaza, sekolah Pembangunan Jaya, Aviary Park, Stasiun Pondok Ranji, dan Rumah Sakit Mitra Keluarga, semuanya dapat dicapai hanya dengan berjalan kaki.

Selain fasilitas yang lengkap, Bintaro Plaza Residences menawarkan berbagai tipe hunian apartemen yang sesuai dengan kebutuhan beragam konsumennya, mulai dari tipe studio, 1 *bedroom*, 2 *bedroom*, hingga 3 *bedroom*. Ada pula inovasi terbaru yang dihadirkan oleh BPR adalah tipe hunian CO-OFFICE, yang menggabungkan kenyamanan tempat tinggal dengan ruang kerja yang fleksibel, menjawab kebutuhan gaya hidup dan pekerjaan yang semakin terintegrasi di era modern ini.

2.2 Struktur Organisasi

2.2.1 Struktur Organisasi PT. Jaya Real Property, Tbk.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. Jaya Real Property, Tbk
(Sumber: Web Perusahaan)

Berikut adalah uraian fungsi dan tugas untuk setiap jabatan atau divisi di PT. Jaya Real Properti, Tbk.:

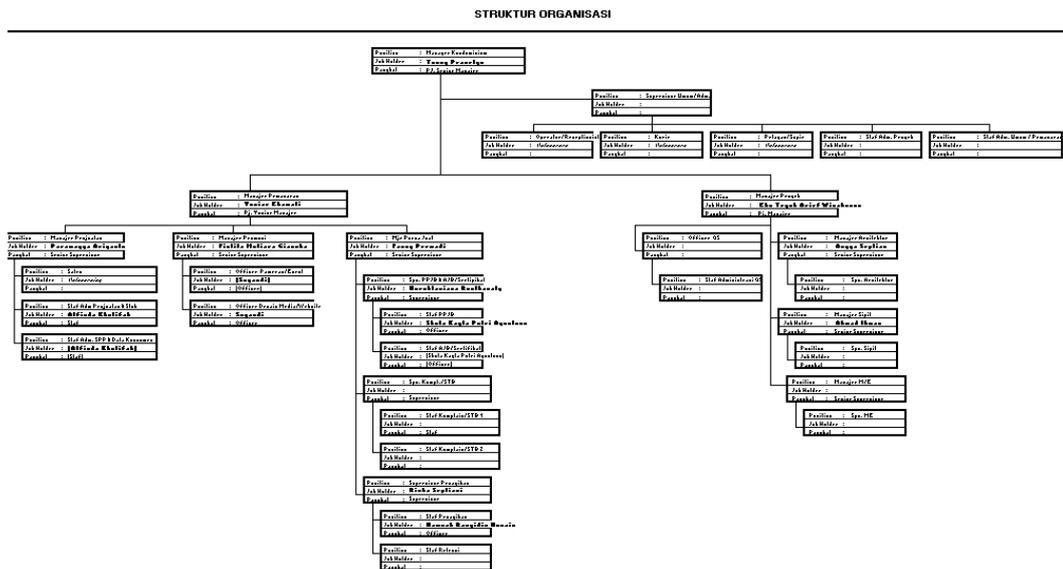
- 1. RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham).** RUPS adalah organ tertinggi yang memiliki kewenangan untuk mengambil keputusan strategis perusahaan, seperti pembagian dividen dan perubahan anggaran dasar. Keputusan diambil berdasarkan suara mayoritas pemegang saham, termasuk pengangkatan dan pemberhentian direksi serta komisaris..
- 2. Komisaris Utama.** Komisaris Utama memberikan arahan dan mengawasi operasional perusahaan untuk memastikan kesesuaian dengan visi dan misi yang telah ditetapkan. Ia juga bertanggung jawab atas pengawasan pelaksanaan Rencana Jangka Panjang Perusahaan (RJPP) dan Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP).

3. **Ketua Komite Audit.** Ketua Komite Audit memastikan transparansi dan akurasi laporan keuangan perusahaan dengan mengawasi proses audit. Ia juga menilai risiko keuangan dan operasional yang dihadapi perusahaan serta memberikan rekomendasi untuk mengurangi risiko tersebut.
4. **Direktur Utama.** Direktur Utama memegang tanggung jawab tertinggi dalam operasional sehari-hari perusahaan dan menetapkan kebijakan strategis. Ia juga berfungsi sebagai penghubung antara Dewan Komisaris dan tim manajemen dalam pengambilan keputusan penting.
5. **Kepala Internal Audit.** Kepala Internal Audit memastikan semua proses bisnis berjalan sesuai prosedur yang ditetapkan dengan melakukan audit rutin. Ia juga mengidentifikasi area yang perlu perbaikan dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efisiensi.
6. **Wakil Direktur Utama.** Wakil Direktur Utama mendukung Direktur Utama dalam menjalankan tanggung jawab operasional sehari-hari perusahaan. Ia biasanya menangani aspek-aspek tertentu, seperti pengawasan divisi atau proyek strategis.
7. **Manajemen Representatif ISO 9001:2015.** Manajemen Representatif bertanggung jawab untuk memastikan sistem manajemen mutu sesuai dengan standar internasional ISO 9001:2015. Ia juga mengawasi pelaksanaan audit sertifikasi dan mengidentifikasi area untuk perbaikan berkelanjutan.
8. **Sekretaris Perusahaan.** Sekretaris Perusahaan berperan sebagai penghubung antara manajemen dan pemangku kepentingan eksternal, seperti pemegang saham. Tugasnya meliputi pengelolaan administrasi dan memastikan kepatuhan terhadap semua regulasi yang berlaku.
9. **Direktorat.** Direktorat terdiri dari para direktur yang mengelola fungsi-fungsi spesifik perusahaan, seperti pemasaran dan keuangan. Setiap direktur bertanggung jawab untuk memastikan divisinya berkontribusi optimal terhadap pencapaian tujuan perusahaan.
10. **General Manager Pengembangan Usaha.** *General Manager* Pengembangan Usaha bertugas menjajaki peluang bisnis baru dan

merumuskan strategi ekspansi. Ia juga mengawasi proyek baru dan menganalisis tren pasar untuk menjaga daya saing perusahaan.

11. **General Manager Pemasaran.** *General Manager* Pemasaran bertanggung jawab atas semua kegiatan pemasaran dan branding perusahaan. Ia merancang strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan menarik pelanggan baru.
12. **General Manager Proyek.** *General Manager* Proyek memimpin pengelolaan proyek properti dan memastikan semua berjalan sesuai jadwal dan anggaran. Ia juga bekerja sama dengan kontraktor dan konsultan untuk memastikan keberhasilan proyek.
13. **General Manager SDM dan Umum.** *General Manager* SDM dan Umum mengelola semua aspek sumber daya manusia, termasuk rekrutmen dan pengembangan karyawan. Ia juga bertanggung jawab atas administrasi umum dan manajemen fasilitas.
14. **General Manager Kerjasama Investasi.** *General Manager* Kerjasama Investasi mengelola hubungan perusahaan dengan investor dan mitra bisnis strategis. Ia mencari peluang investasi baru dan memastikan kerjasama berjalan sesuai kepentingan perusahaan.
15. **General Manager Keuangan:** *General Manager* Keuangan memimpin departemen keuangan dan bertanggung jawab atas perencanaan anggaran serta laporan keuangan. Ia memastikan perusahaan mematuhi regulasi yang berlaku dan mengelola risiko keuangan.
16. **General Manager Property Management.** Bertugas mengelola aset properti perusahaan, termasuk pengelolaan gedung, fasilitas, penyewa, dan pemeliharaan properti untuk memastikan nilai aset tetap optimal.
17. **General Manager Pertanahan dan Kawasan.** Bertanggung jawab atas pengelolaan lahan dan properti perusahaan, termasuk perencanaan pengembangan lahan, pengurusan izin, dan manajemen kawasan properti.

2.2.2 Struktur Organisasi Bintaro Plaza Residences



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Unit Bintaro Plaza Residence
(Sumber: Dokumen Perusahaan)

Berikut adalah uraian fungsi dan tugas masing-masing posisi dalam struktur organisasi Unit Kondominium Bintaro Plaza Residence:

1. **Manajer Kondominium.** Memimpin dan mengoordinasikan seluruh operasional unit kondominium, mulai dari pengelolaan properti, pemeliharaan, hingga layanan bagi penghuni.
2. **Manajer Pemasaran.** Bertanggung jawab atas pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan brand awareness untuk meningkatkan penjualan unit kondominium.
3. **Manajer Penjualan.** Mengelola tim penjualan dan bertanggung jawab mencapai target penjualan unit kondominium.
4. **Manajer Promosi.** Merencanakan dan menjalankan kegiatan promosi yang kreatif dan inovatif untuk menarik minat konsumen.
5. **Manajer Purna Jual.** Mengelola layanan purnajual, termasuk menangani keluhan pelanggan dan pemeliharaan pasca-penjualan.
6. **Manajer Proyek.** Memastikan proyek pembangunan berjalan sesuai rencana, jadwal, dan anggaran yang telah ditetapkan.
7. **Manajer Arsitektur.** Bertanggung jawab atas perancangan arsitektur dan estetika bangunan agar sesuai dengan konsep desain.
8. **Manajer Sipil.** Memastikan semua aspek teknis konstruksi sipil memenuhi standar kualitas dan keselamatan yang berlaku.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

2.3.1 Kegiatan Umum PT. Jaya Real Property, Tbk.

PT. Jaya Real Property, Tbk. berfokus pada pembangunan kawasan hunian, komersial, dan infrastruktur yang berkelanjutan, dengan proyek-proyek besar seperti Bintaro Jaya sebagai salah satu pencapaian utama mereka. Selain mengelola pembangunan, perusahaan ini juga terlibat dalam pengelolaan anak-anak perusahaannya, yang mencakup berbagai segmen properti dan investasi di sektor *real estate*.

Beberapa anak perusahaan yang tergabung dalam grup ini turut berperan penting dalam mendukung operasionalnya, terutama dalam usaha patungan (joint ventures) dan proyek investasi langsung maupun tidak langsung. Misalnya, PT. Jaya Real Property, Tbk. memiliki usaha patungan dengan pengembang dan investor lain dalam pembangunan pusat perbelanjaan serta fasilitas komersial yang memberikan nilai tambah bagi kawasan seperti Bintaro Xchange dan Graha Raya. Proyek-proyek ini tidak hanya mencakup pembangunan hunian, tetapi juga infrastruktur penting seperti jalan tol, stasiun kereta, dan fasilitas umum lainnya, yang memperkuat daya tarik kawasan.

2.3.2 Kegiatan Umum Bintaro Plaza Residences

Unit Kondominium Bintaro Plaza Residence, yang merupakan bagian dari PT. Jaya Real Property Tbk., berfokus pada pengembangan dan penyediaan hunian vertikal yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan kalangan menengah ke atas. Kegiatan utama mereka adalah mengelola pembangunan kompleks apartemen yang terintegrasi dengan berbagai fasilitas publik dan akses transportasi yang strategis. Kondominium ini tidak hanya menyediakan tempat tinggal, tetapi juga menawarkan berbagai fitur yang mendukung gaya hidup modern, seperti pusat perbelanjaan, sarana kesehatan, pendidikan, dan hiburan.

Bintaro Plaza Residence dikelola dengan konsep *one-stop living*, di mana semua kebutuhan penghuni dapat terpenuhi dalam satu kawasan. Perusahaan mengembangkan unit-unit apartemen dengan berbagai tipe, dari studio hingga 3 kamar tidur, untuk menjangkau berbagai segmen pasar, termasuk para profesional muda, keluarga, hingga *entrepreneur*.

Selain itu, PT. Jaya Real Property, Tbk. juga memperkenalkan unit COFFICE yang merupakan kombinasi antara hunian dan ruang kerja, sejalan dengan meningkatnya kebutuhan akan fleksibilitas kerja.

2.3.3 Kegiatan Umum Divisi Promosi

Dalam program kerja profesi ini, praktikan ditempatkan di divisi promosi Unit Kondominium Bintaro Plaza Residence. Berikut ini kegiatan umum yang dilakukan divisi promosi:

A. Kelengkapan Divisi Promosi

Divisi Promosi Unit Kondominium Bintaro Plaza Residence memiliki dua kelengkapan utama yang mendukung kegiatan pemasaran, yaitu *Sales point* dan *Show unit*.

1. **Sales point.** *Sales point* adalah lokasi tempat tim promosi berinteraksi langsung dengan calon pembeli. Di sini, customer dapat berkonsultasi dan mendapatkan informasi detail mengenai unit yang ditawarkan.



Gambar 2.5 Sales point Tower Creativo
(Sumber: Dokumen Pribadi)

2. **Show unit.** *Show unit* berfungsi sebagai display interior unit apartemen yang dijual, memberikan gambaran nyata tentang *layout* dan kualitas ruangan apartemen. Selain itu, *Show unit* sengaja diletakkan di dalam sebuah café, sebagai bagian dari strategi marketing untuk lebih mudah menarik perhatian dan menciptakan pengalaman lebih santai dan menarik bagi calon pembeli.



Gambar 2.6 Show unit Tower Creativo
(Sumber: Dokumen Perusahaan)

B. Analisis Strategi Promosi

Divisi Promosi bertanggung jawab dalam merencanakan dan menjadwalkan kegiatan promosi dengan terlebih dahulu menganalisis kondisi pasar. Analisis ini meliputi pemahaman terhadap tren pasar, preferensi konsumen, serta segmen target yang tepat. Dengan informasi ini, tim promosi dapat menentukan jenis promo yang paling efektif. Selain itu, analisis pasar juga membantu dalam menentukan waktu yang tepat untuk meluncurkan promosi atau *event*.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, divisi promosi menyusun strategi yang terfokus pada efektivitas penyampaian pesan dan pemilihan media promosi yang tepat. Pemilihan saluran promosi, seperti media sosial, pameran properti, atau iklan digital, disesuaikan dengan target audiens untuk memaksimalkan jangkauan dan dampak yang didapat.

C. Menyediakan Media Promosi

Divisi Promosi juga bertanggung jawab dalam menentukan media promosi yang tepat, baik secara *online* maupun *offline*, untuk menjangkau target pasar. Media promosi *online* mencakup sosial media, iklan digital (*ads*), serta platform daring lainnya yang relevan. Sementara itu, media promosi *offline* meliputi pemasangan umbul-umbul, *billboard*, *roll-up banner*, dan berbagai bentuk material fisik lainnya yang ditempatkan di lokasi strategis.

Berdasarkan hasil analisis pasar, tim promosi menentukan desain, penempatan, dan konten yang tepat untuk setiap media

promosi. Selain itu, konten yang disusun juga disesuaikan dengan karakteristik target audiens, baik dari segi visual maupun narasi, untuk memaksimalkan daya tarik dan dampak promosi.

D. Mengadakan *Event* Promosi

Divisi Promosi Unit juga secara rutin mengadakan berbagai *event* promosi untuk menarik minat calon pembeli dan memperkuat hubungan dengan customer potensial. Beberapa jenis *event* yang sering diadakan meliputi:

1. **Open Table.** *Open table* biasa diadakan di lokasi seperti restoran atau café. Dalam *event* ini, divisi promosi menyiapkan meja, dua kursi, dan *roll-up banner* sebagai media promosi. Sales yang berjaga di tempat akan membagikan brosur, menjelaskan produk, serta berusaha mengumpulkan *leads* berupa data customer yang berpotensi tertarik untuk membeli.
2. **Pameran.** Pameran seringkali diadakan di pusat perbelanjaan atau *event* besar lainnya untuk memperluas jangkauan promosi. Di *event* ini, selain menggunakan media promosi seperti brosur dan *roll-up banner*, divisi promosi juga menghadirkan maket properti. Maket ini menjadi daya tarik utama yang memungkinkan calon pembeli melihat gambaran visual dari proyek properti yang ditawarkan, membantu mereka memahami lebih jelas mengenai bentuk dan konsep unit yang dijual.
3. **Customer Gathering.** *Customer Gathering* adalah *event* khusus yang diadakan untuk calon pembeli yang sudah berada di tahap akhir proses pembelian atau hampir menyelesaikan transaksi. *Event* ini biasanya berbentuk pertemuan informal atau jamuan untuk membangun hubungan yang lebih personal antara calon pembeli dengan pihak penjualan. Di sini, customer yang hampir *closing* diberi kesempatan untuk bertanya lebih lanjut tentang detail pembelian, fasilitas, serta mendapatkan penawaran khusus. *Event* ini juga bertujuan untuk memperkuat rasa percaya customer terhadap produk, sehingga meningkatkan peluang terjadinya kesepakatan akhir atau disebut *closing*.