

BAB II

TINJAUAN UMUM PT GEMA SEMESTA CENDIKIA

2.1 Sejarah Perusahaan

PT Gema Semesta Cendikia merupakan perusahaan swasta nasional yang bergerak di bidang pengembangan properti, dengan fokus utama pada pembangunan kawasan perumahan dan penjualan unit hunian yang terjangkau namun berkualitas tinggi. Perusahaan ini berdiri dengan latar belakang meningkatnya kebutuhan akan hunian yang nyaman, aman, dan terintegrasi di wilayah penyangga Jakarta, seperti Bekasi, Depok, dan Tangerang. Seiring dengan perkembangan infrastruktur nasional dan urbanisasi yang semakin pesat, permintaan akan perumahan yang tidak hanya layak huni tetapi juga memiliki aksesibilitas tinggi menjadi semakin besar. Melihat peluang tersebut, PT Gema Semesta Cendikia hadir sebagai pengembang yang mengusung konsep hunian modern yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat urban masa kini.

Sejak awal berdirinya, PT Gema Semesta Cendikia berkomitmen untuk memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan kawasan permukiman yang tidak hanya berorientasi pada aspek fisik bangunan, tetapi juga pada lingkungan sosial dan kualitas hidup penghuninya. Dengan semangat inovasi dan efisiensi, perusahaan ini memulai kiprahnya dalam industri properti dengan membangun proyek perumahan skala kecil hingga menengah di sekitar wilayah Jabodetabek. Keberhasilan dalam proyek-proyek awal menjadi pijakan yang kuat bagi perusahaan untuk terus tumbuh dan memperluas cakupan pengembangannya.

Dalam perjalanannya, PT Gema Semesta Cendikia mengadopsi prinsip-prinsip pengelolaan modern yang menekankan pada transparansi, akuntabilitas, dan pelayanan prima. Hal ini diterapkan tidak hanya dalam hubungan eksternal dengan konsumen dan mitra kerja, tetapi juga dalam manajemen internal dan tata kelola perusahaan. Dengan struktur organisasi

yang solid dan pembagian kerja yang efektif, perusahaan mampu menjalankan kegiatan operasional secara efisien dan profesional.

Salah satu tonggak penting dalam perjalanan perusahaan adalah dimulainya proyek Grand Mahkota 2, yang berlokasi di kawasan strategis di Bekasi, Jawa Barat. Proyek ini dirancang sebagai kawasan hunian terpadu yang tidak hanya menawarkan tempat tinggal, tetapi juga mendukung gaya hidup modern masyarakat urban. Grand Mahkota 2 mencerminkan visi PT Gema Semesta Cendikia dalam menciptakan lingkungan yang mendukung keseimbangan antara aktivitas kerja, kehidupan keluarga, dan rekreasi.

Pemilihan lokasi Grand Mahkota 2 di Bekasi bukanlah tanpa pertimbangan. Kawasan ini memiliki nilai strategis karena menjadi salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di Jawa Barat dan merupakan koridor utama penghubung Jakarta dengan kota-kota di bagian timur Pulau Jawa. Selain itu, aksesibilitas yang baik melalui jalan tol, jaringan KRL, dan rencana pengembangan transportasi massal seperti LRT dan MRT menjadi faktor pendukung penting dalam meningkatkan nilai investasi properti di wilayah ini.

Dalam pengembangan Grand Mahkota 2, PT Gema Semesta Cendikia menerapkan pendekatan yang mengintegrasikan aspek teknis konstruksi dengan pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan konsumen. Desain rumah yang fungsional dan estetik, lingkungan yang tertata rapi, serta fasilitas pendukung seperti taman, rumah ibadah, dan sarana olahraga menjadi bagian integral dari perencanaan kawasan. Tidak hanya itu, perusahaan juga memperhatikan aspek keberlanjutan melalui penggunaan material ramah lingkungan dan sistem drainase yang baik untuk mengurangi risiko banjir.

Dari sisi pemasaran, PT Gema Semesta Cendikia mengembangkan strategi promosi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi dan perilaku konsumen. Perusahaan memanfaatkan media digital sebagai kanal utama untuk menjangkau pasar, baik melalui situs resmi, media sosial, maupun *platform marketplace* properti. Selain itu, pendekatan komunikasi yang interaktif dan responsif menjadi nilai tambah dalam membangun hubungan yang kuat dengan konsumen.

Dalam pelaksanaannya, proyek Grand Mahkota 2 didukung oleh tim profesional yang terdiri dari tenaga ahli di bidang arsitektur, teknik sipil, pemasaran, dan layanan pelanggan. Kolaborasi antardivisi dilakukan secara intensif untuk memastikan bahwa setiap tahapan pembangunan berjalan sesuai rencana dan standar kualitas yang ditetapkan. Perusahaan juga menjalin kerja sama dengan lembaga keuangan seperti bank mitra untuk memberikan kemudahan pembiayaan bagi konsumen, khususnya dalam proses pengajuan Kredit Pemilikan Rumah (KPR).

Di balik kesuksesan Grand Mahkota 2, terdapat upaya konsisten perusahaan dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas di mata masyarakat. PT Gema Semesta Cendikia menyadari bahwa dalam industri properti, reputasi merupakan aset yang sangat penting. Oleh karena itu, perusahaan selalu berupaya menjaga komitmen dalam hal ketepatan waktu pembangunan, kejelasan informasi, dan pelayanan purna jual yang profesional.

Selain itu, PT Gema Semesta Cendikia juga menunjukkan kepeduliannya terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) melalui berbagai kegiatan yang mendukung kesejahteraan masyarakat sekitar proyek. Beberapa kegiatan CSR yang dilakukan antara lain adalah pemberdayaan UMKM lokal, pelatihan keterampilan bagi masyarakat setempat, serta kegiatan sosial lainnya seperti pemberian bantuan sembako dan kegiatan kebersihan lingkungan. Hal ini menjadi bukti bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berusaha memberikan dampak positif bagi komunitas tempat perusahaan beroperasi.

Seiring berjalannya waktu, PT Gema Semesta Cendikia berkomitmen untuk terus tumbuh menjadi pengembang properti yang adaptif terhadap perubahan zaman dan tuntutan pasar. Perusahaan menyadari bahwa tantangan industri properti ke depan akan semakin kompleks, dengan munculnya isu-isu global seperti perubahan iklim, digitalisasi, dan transformasi gaya hidup masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan terus

berinovasi dalam pengembangan produk, sistem pemasaran, serta model bisnis yang lebih berkelanjutan.

Dalam menghadapi era digital, PT Gema Semesta Cendikia juga mulai mengadopsi teknologi informasi dalam manajemen proyek dan layanan konsumen. Sistem informasi pelanggan (CRM), manajemen proyek berbasis digital, serta penggunaan teknologi presentasi virtual (seperti tur rumah secara *online*) menjadi bagian dari transformasi digital perusahaan. Dengan strategi ini, perusahaan berharap dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, terutama generasi milenial dan Gen Z yang menjadi pasar potensial masa depan.

Dengan rekam jejak yang kuat, visi yang jelas, dan komitmen terhadap kualitas, PT Gema Semesta Cendikia terus menunjukkan kapasitasnya sebagai pengembang properti yang terpercaya. Keberhasilan proyek Grand Mahkota 2 menjadi bukti nyata bahwa perusahaan mampu menjawab tantangan pasar dengan solusi yang inovatif, efisien, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Di masa mendatang, perusahaan menargetkan untuk memperluas portofolio proyeknya ke berbagai wilayah potensial lain di Indonesia, dengan tetap mempertahankan prinsip pembangunan yang berkelanjutan dan berpihak pada kebutuhan masyarakat luas.

Dengan demikian, sejarah PT Gema Semesta Cendikia tidak hanya mencerminkan perjalanan sebuah perusahaan properti, tetapi juga menjadi cerminan dari dinamika kebutuhan masyarakat urban, perkembangan wilayah penyangga kota besar, serta transformasi industri properti di Indonesia. Melalui dedikasi, inovasi, dan orientasi pada kepuasan pelanggan, perusahaan ini siap melangkah ke tahap perkembangan berikutnya sebagai salah satu aktor penting dalam sektor perumahan nasional.

2.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT Gema Semesta Cendikia disusun secara fungsional, yang memungkinkan spesialisasi kerja di tiap bagian dan memudahkan koordinasi antardepartemen. Di posisi teratas terdapat Direktur Utama, yang bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis dan pengawasan seluruh aktivitas perusahaan. Direktur Utama membawahi

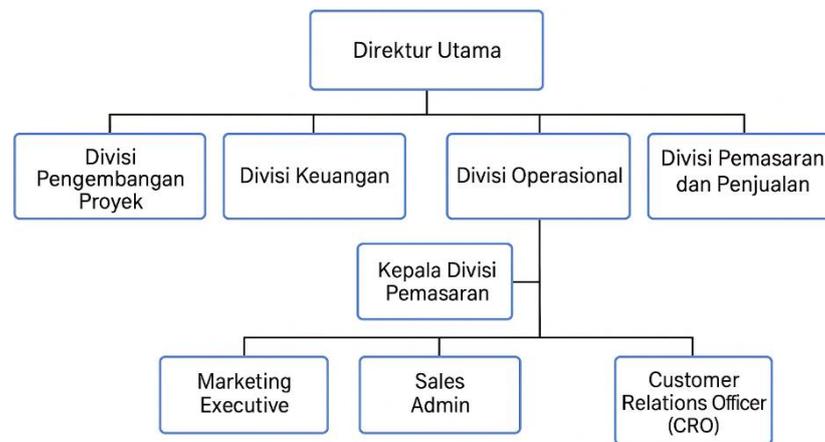
langsung beberapa divisi inti yang berperan penting dalam kelangsungan proyek, yaitu Divisi Pengembangan Proyek, Divisi Keuangan, Divisi Operasional, serta Divisi Pemasaran dan Penjualan.

Divisi Pengembangan Proyek bertugas dalam perencanaan, desain, dan pelaksanaan konstruksi proyek properti. Divisi ini bekerja sama dengan arsitek, kontraktor, dan tim pengawasan untuk memastikan mutu bangunan sesuai standar. Kemudian, Divisi Keuangan mengatur seluruh aspek keuangan perusahaan, mulai dari pengelolaan arus kas, pembayaran *vendor*, hingga pencatatan transaksi penjualan unit.

Selanjutnya, Divisi Operasional dan Layanan Pelanggan memiliki peran dalam memastikan operasional proyek berjalan lancar serta memberikan layanan purna jual kepada konsumen. Divisi ini juga menangani pengaduan pelanggan dan memastikan proses serah terima unit berjalan sesuai prosedur.

Divisi yang menjadi pusat kegiatan selama pelaksanaan kerja profesi adalah Divisi Pemasaran dan Penjualan. Divisi ini dipimpin oleh seorang Kepala Divisi Pemasaran, yang membawahi tim *Marketing Executive*, *Sales Admin*, serta *Customer Relations Officer (CRO)*. Tim inilah yang bertugas dalam menyusun strategi pemasaran, melaksanakan promosi baik *online* maupun *offline*, serta menangani proses penjualan unit dari awal hingga finalisasi. Mereka juga aktif melakukan pendekatan terhadap calon pembeli melalui media sosial, *website*, maupun pameran properti.

Komunikasi antar divisi difasilitasi oleh adanya rapat koordinasi rutin, sehingga setiap bagian memiliki pemahaman yang sama terhadap target perusahaan. Struktur ini menciptakan alur kerja yang jelas, tanggung jawab yang spesifik, serta memungkinkan pelaksanaan proyek berjalan secara efektif dan efisien. Dengan struktur organisasi yang solid ini, PT Gema Semesta Cendikia dapat menjaga sinergi internal dalam mencapai visi menjadi pengembang hunian yang berkualitas dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.



PT Gema Semesta Cendicika

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT Gema Semesta Cendicika

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Sebagai pengembang properti yang aktif di wilayah Jabodetabek, khususnya di Kabupaten Bekasi, PT Gema Semesta Cendicika menjalankan serangkaian kegiatan usaha yang mencerminkan seluruh proses bisnis di sektor *real estate*, mulai dari hulu hingga hilir. Kegiatan umum perusahaan terbagi ke dalam beberapa tahapan besar, yaitu perencanaan proyek, pengadaan lahan, perancangan dan pembangunan fisik, pemasaran dan penjualan, serta layanan purna jual. Di samping itu, perusahaan juga aktif dalam membina hubungan kemitraan strategis dan menerapkan kegiatan yang mendukung penguatan manajemen internal serta tanggung jawab sosial perusahaan.

1. Perencanaan Proyek

Kegiatan perencanaan merupakan langkah awal dan krusial dalam seluruh proses pengembangan properti. Dalam tahap ini, perusahaan melakukan studi kelayakan (*feasibility study*) untuk menilai potensi lokasi proyek, baik dari aspek geografis, demografis, sosial ekonomi, hingga peraturan zonasi dari pemerintah daerah setempat. Tim perencanaan bekerja sama dengan konsultan arsitektur dan perencana tata kota untuk

menyusun desain kawasan yang tidak hanya optimal secara fungsi, tetapi juga mendukung kualitas hidup penghuninya (Addas, 2023).

Perencanaan kawasan seperti Grand Mahkota 2 disusun dengan mempertimbangkan integrasi antara hunian, ruang terbuka hijau, fasilitas umum (fasilitas ibadah, taman, sarana olahraga), serta akses jalan yang memadai. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan memberikan kenyamanan, tetapi juga meningkatkan nilai investasi dari unit-unit yang ditawarkan.

2. Pengadaan Lahan

Setelah perencanaan kawasan selesai, perusahaan melakukan kegiatan pengadaan lahan dengan pendekatan legal yang ketat dan transparan. PT Gema Semesta Cendikia berkomitmen untuk menjunjung tinggi prinsip tata kelola lahan yang sesuai hukum, termasuk dalam hal verifikasi sertifikat, negosiasi harga yang wajar, serta keterlibatan notaris dan pihak Badan Pertanahan Nasional (BPN).

Tim pengadaan lahan bertugas menjalin komunikasi dengan pemilik lahan, aparat desa/kelurahan, dan dinas terkait guna memastikan proses akuisisi berjalan lancar (Purba & Kusmanto, 2024). Lahan yang berhasil diakuisisi kemudian digunakan sebagai lokasi pengembangan proyek sesuai rencana induk (*master plan*) yang telah ditetapkan.

3. Pembangunan Fisik

Setelah lahan tersedia dan perizinan telah diperoleh, tahap berikutnya adalah pembangunan fisik proyek. Di sinilah peran kontraktor, pengawas lapangan, dan divisi pengembangan proyek menjadi dominan. Kegiatan pembangunan meliputi pekerjaan awal (*land clearing* dan pematangan lahan), pembangunan infrastruktur jalan, drainase, jaringan listrik dan air bersih, serta konstruksi unit-unit rumah.

Seluruh proses pembangunan diawasi ketat oleh tim *quality control* agar hasil akhir sesuai dengan spesifikasi teknis dan standar mutu perusahaan. PT Gema Semesta Cendikia menggunakan material bangunan yang telah terstandarisasi serta memperhatikan keberlanjutan

lingkungan, seperti pengelolaan limbah konstruksi dan penataan taman yang mendukung ekosistem sekitar.

4. Pemasaran dan Penjualan

Kegiatan pemasaran merupakan ujung tombak perusahaan dalam menghubungkan produk properti kepada konsumen (Odei & Hamplová, 2022). Di PT Gema Semesta Cendikia, divisi pemasaran menjalankan strategi terpadu yang memanfaatkan berbagai kanal komunikasi, baik konvensional maupun digital.

Promosi dilakukan melalui pameran properti, distribusi brosur, pemasangan spanduk dan baliho, serta penyelenggaraan acara *open house*. Namun dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan lebih banyak mengandalkan pemasaran digital seperti iklan di media sosial, *website* resmi, dan *platform listing* properti. Tim pemasaran juga mengelola *database* pelanggan dan melakukan pendekatan langsung melalui *telemarketing* dan *email marketing* untuk meningkatkan konversi *leads* menjadi penjualan.

Dari sisi penjualan, perusahaan menyediakan fasilitas bagi calon pembeli untuk mendapatkan informasi secara komprehensif mengenai produk. Petugas penjualan akan menjelaskan tipe unit yang tersedia, spesifikasi bangunan, skema pembayaran, hingga simulasi Kredit Pemilikan Rumah (KPR) dengan bank mitra. PT Gema Semesta Cendikia menjalin kerja sama dengan sejumlah bank seperti BTN, BCA, Mandiri, dan BSI untuk memudahkan proses pembiayaan bagi konsumen.

Penjualan dilakukan secara transparan dengan dokumentasi lengkap, mulai dari surat pemesanan, *invoice*, perjanjian jual beli (PJB), hingga proses akad kredit di bank. Tim administrasi penjualan bertugas memastikan dokumen konsumen tersimpan rapi dan proses legalitas berjalan sesuai jadwal.

5. Layanan Purna Jual

Komitmen perusahaan tidak berhenti sampai transaksi selesai. Setelah unit terjual dan proses serah terima dilakukan, pelanggan tetap

mendapatkan dukungan melalui layanan purna jual. Unit *customer service* menangani keluhan pelanggan, memberikan bantuan teknis terkait perbaikan minor, serta memastikan bahwa fasilitas yang dijanjikan telah tersedia dan berfungsi dengan baik.

Pelanggan juga diberikan kesempatan untuk melakukan pengecekan unit (*unit inspection*) sebelum menerima kunci. Dalam masa garansi, pelanggan bisa mengajukan perbaikan terhadap kerusakan non-struktural yang timbul dari proses pembangunan. Divisi layanan pelanggan memiliki prosedur standar untuk menangani komplain secara sistematis, dengan target penyelesaian dalam waktu tertentu.

Layanan ini memperkuat hubungan jangka panjang antara perusahaan dan konsumen, serta meningkatkan reputasi perusahaan melalui testimoni dan rekomendasi positif.

6. Kemitraan dan Kerja Sama Strategis

Kegiatan umum perusahaan juga mencakup pembangunan jaringan kemitraan yang solid dengan berbagai pihak. PT Gema Semesta Cendikia bekerja sama dengan kontraktor lokal, distributor bahan bangunan, agen properti, notaris, serta pihak perbankan. Kemitraan ini dibangun dengan asas saling menguntungkan dan profesionalisme tinggi.

Kerja sama strategis tidak hanya mempercepat pelaksanaan proyek, tetapi juga menciptakan sinergi yang mendukung pengembangan bisnis jangka panjang (Holubčik *et al.*, 2023). Contohnya, kerja sama dengan lembaga keuangan memungkinkan perusahaan memberikan skema pembiayaan yang kompetitif kepada konsumen. Begitu pula dengan agen properti yang memperluas jangkauan pasar secara geografis.

7. Manajemen Internal dan Pelatihan SDM

Untuk mendukung kelancaran operasional, perusahaan juga menjalankan kegiatan rutin di bidang manajemen internal. Hal ini mencakup pengelolaan SDM, pelatihan staf, pengawasan kinerja, serta pengembangan sistem informasi.

PT Gema Semesta Cendikia menyadari pentingnya peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Oleh karena itu, pelatihan rutin dilakukan, baik dalam bentuk *in-house training*, seminar eksternal, maupun pelatihan teknis proyek. Pelatihan ini mencakup topik-topik seperti teknik penjualan, komunikasi pelanggan, manajemen proyek, hingga penggunaan perangkat lunak CRM dan ERP.

Perusahaan juga menerapkan sistem evaluasi berkala terhadap kinerja karyawan dan tim proyek. Hasil evaluasi digunakan untuk memberikan umpan balik serta dasar pemberian insentif atau promosi (Etalong & Chikeleze, 2022). Sistem manajemen berbasis kinerja ini mendukung terciptanya budaya kerja yang profesional dan berorientasi hasil.

8. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Sebagai bagian dari tanggung jawab sosial, PT Gema Semesta Cendikia secara aktif menyelenggarakan program-program CSR yang menasar masyarakat di sekitar lokasi proyek. Kegiatan CSR yang dilakukan antara lain adalah pengadaan sembako murah, donor darah, bakti sosial, pelatihan keterampilan bagi warga lokal, serta dukungan terhadap kegiatan keagamaan dan pendidikan di lingkungan sekitar.

Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan hubungan baik dengan masyarakat, tetapi juga menunjukkan komitmen perusahaan dalam memberikan dampak positif bagi lingkungan sosial di mana mereka beroperasi. Dengan cara ini, perusahaan berharap dapat tumbuh bersama masyarakat dan menciptakan citra yang kuat sebagai perusahaan yang peduli dan bertanggung jawab.