

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil PT. Citra Agro Tirta

PT. Citra Agro Tirta adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengembang dan kontraktor properti. Perusahaan ini telah mengembangkan konsep perumahan yang diberi nama Greenland at Tidar. Greenland at Tidar mengedepankan konsep hunian yang inovatif, tata ruang yang harmonis, pengalaman yang berharga, lingkungan alam yang nyaman, dan nilai investasi yang menjanjikan dengan harga yang terjangkau.

2.2 Sejarah PT. Citra Agro Tirta

PT. Citra Argo Tirta adalah suatu perusahaan swasta nasional yang bergerak di bidang Properti Developer di kota Malang. Perusahaan ini berdiri pada tanggal 4 April 2012. Di awal berdirinya perusahaan ini, PT. Citra Argo Tirta membangun perumahan pertamanya yaitu Greenland at Tidar yang berlokasi di Jalan Raya Candi Malang, Kelurahan Karangbesuki, Kecamatan Sukun. Perusahaan ini baru mulai beroperasi pada tanggal 1 Maret 2013. Perumahan ini merupakan salah satu perumahan pertama yang memiliki gerbang utama dengan *vertical garden* sepanjang 80m. Perumahan Greenland at Tidar dikembangkan di atas lahan seluas ± 8 Ha yang terletak di lokasi strategis, hidup, dan berkembang.

Konsep sebuah perumahan eksklusif yang terintegrasi, modern, dan *epic* menjadikan Greenland at Tidar sebagai hunian pilihan bagi masyarakat di

Indonesia. Perumahan Greenland at Tidar memberikan fasilitas-fasilitas memadai dalam kompleks perumahannya, antara lain *portal* otomatis, listrik PLN, jalan kompleks yang terbuat dari *paving block*, taman lingkungan, artesis, dan *security* perumahan. Produk pertama dari perumahan Greenland at Tidar adalah *Green West* yang dipasarkan pada tahun 2013; produk keduanya adalah *Green East*, *Main Road*, dan *The Icon* yang dipasarkan pada tahun 2014; sedangkan untuk produk ketiga adalah *The Peak* yang telah dipasarkan sejak bulan Mei 2015 hingga saat ini. Harga yang ditawarkan oleh perumahan Greenland at Tidar bervariasi, harga yang ditawarkan mulai dari 500 juta-an. Kantor pemasaran perumahan Greenland at Tidar terletak Jalan Raya Candi VI C, Perumahan Greenland blok A no.1, Karangbesuki, Sukun, Karangbesuki, Sukun, Malang City, Jawa Timur 65146.



Gambar 2. Logo PT. Citra Agro Tirta - Greenland

Sumber: PT. Citra Agro Tirta (2018)

2.3 Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi

Menjadi perusahaan pengembang (*developer*) properti terbaik dan terpercaya yang mampu bersaing di tingkat nasional sesuai dengan kelasnya.

2. Misi

- a. Memberikan pelayanan terbaik dan membuat produk yang berkualitas, lingkungan yang nyaman, aman dan sehat.
- b. Membangun manajemen perusahaan yang professional serta menjaga kesinambungan pertumbuhan perusahaan.
- c. Menjalin hubungan kerjasama dengan mitra usaha yang saling menguntungkan dan berkelanjutan.
- d. Memaksimalkan potensi setiap properti yang dikembangkan melalui pengembangan terintegrasi untuk memberi nilai tambah yang tinggi.
- e. Menciptakan lingkungan kerja yang profesional dan meningkatkan produktivitas perusahaan.

2.4 STP (*Segmentation, Targeting, dan Positioning*) Perusahaan

STP atau *Segmenting, Targeting, Positioning* adalah salah satu pendekatan atau model yang digunakan untuk mengembangkan pesan dan strategi pemasaran yang sesuai pada segmentasi target audiens tertentu. Model pemasaran ini dikenal sebagai salah satu yang paling efektif dan populer digunakan hingga saat ini.

1. *Market Segmentation*

Segmentasi pasar yaitu membagi pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin memerlukan produk atau *marketing mix* yang berbeda pula. Hal ini bertujuan agar segmentasi yang telah dilakukan sesuai dan tepat sasaran. Schiffman dan Kanuk (2007) menjelaskan segmentasi dapat didefinisikan sebagai proses membagi pasar potensial ke dalam kelompok- kelompok konsumen yang berbeda dan

memilih satu segmen atau lebih sebagai pasar target yang akan dicapai dengan *marketing mix* yang berbeda.

Berikut ini tabel segmentasi yang digunakan perusahaan:

Tabel 6. Segmentasi PT. Citra Agro Tirta

Dasar Segementasi	Segmentasi Perusahaan
Geografis	Perkotaan
Demografis	Jenis Kelamin: Pria dan Wanita Usia: 40-50 tahun
Sociocultural	1. Semua ras 2. Semua agama 3. Kelas ekonomi menengah ke bawah 4. Warga Negara Indonesia
Pendidikan	Lulusan S1 dan S2

Sumber: Data diolah (2022)

2. *Market Targeting*

Menurut Titik Wijayanti dalam bukunya yang berjudul “Marketing Plan dalam Bisnis” (2017), *targeting* adalah kegiatan menilai dan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki oleh perusahaan. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk mempermudah mencapai segmen pasar yang ingin diraih dan memberikan kepuasan yang lebih kepada konsumen. Berdasarkan penjelasan itu, yang menjadi target penjualan dari PT. Citra Agro Tirta adalah klien yang berusia 40 sampai 50 tahun yang kelas ekonominya berada di posisi menengah ke bawah.

3. *Market positioning*

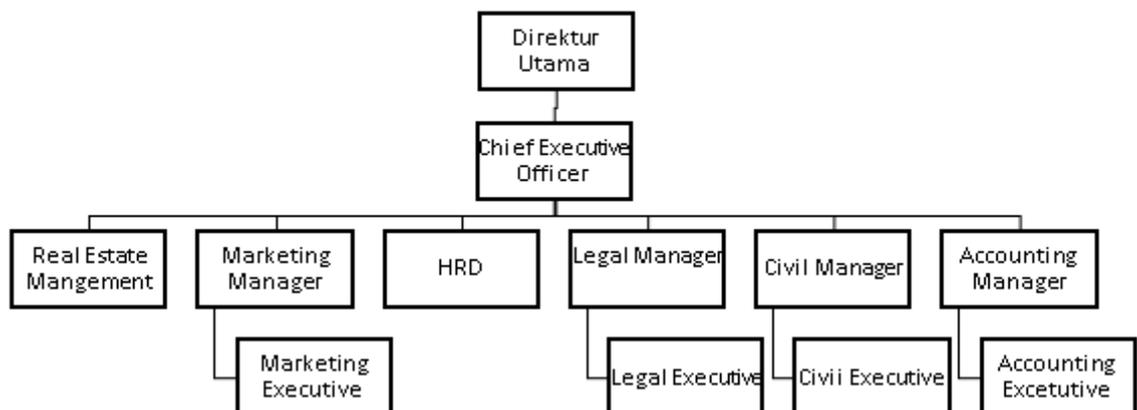
Positioning atau penempatan produk merupakan suatu strategi untuk menempatkan (memposisikan) produk dalam benak konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), *Positioning* adalah tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan agar mendapatkan tempat khusus dalam

pikiran pasar sasaran. Tujuan dari positioning adalah agar produk tersebut dapat meraih posisi yang diinginkan pasar. Berdasarkan penjelasan di atas, PT. Citra Agro Tirta memposisikan dirinya dengan menawarkan produk perumahan yang cukup *elite* namun dengan harga yang terjangkau.

2.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Setiap organisasi baik itu organisasi besar atau kecil harus memiliki struktur organisasi agar dapat membagi tugas, tanggung jawab, wewenang, fungsi serta peran organisasi secara jelas agar tujuan perusahaan dapat dicapai.

Struktur organisasi di PT. Citra Agro Tirta adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Struktur Organisasi PT. Citra Agro Tirta

Sumber: PT. Citra Agro Tirta (2021)

2.6 Job Description

Berdasarkan struktur organisasi PT. Citra Agro Tirta di atas, dapat dijelaskan tugas dan tanggung jawab dari masing-masing jabatan dalam perusahaan sebagai berikut:

1. Direktur Utama

- a. Mengontrol berjalannya proyek secara keseluruhan.
- b. Memberikan masukan dan saran kepada CEO.
- c. Mengambil keputusan besar bagi proyek.

2. HRD

- a. Menghubungkan antara karyawan dengan direktur utama dan CEO.
- b. Mengurus tugas yang berkaitan dengan karyawan.

3. *Chief Executive Officer*

- a. Melakukan evaluasi berjalannya proyek secara berkala.
- b. Memberikan masukan dan saran kepada *Civil Manager*.
- c. Mengambil keputusan besar bagi proyek.
- d. Mengontrol berjalannya proyek secara keseluruhan.

4. *Civil Executive*

- a. Menjalankan proyek.
- b. Membuat konsep proyek yang sesuai.
- c. Membentuk program-program untuk pembangunan proyek.
- d. Bertanggung jawab atas keberhasilan proyek sesuai termin.
- e. Memasang target capaian (Termin).

5. *Civil Manager*

- a. Mengurus segala perijinan yang berhubungan dengan GreenLand seperti IPPT (Ijin Pemanfaatan Penggunaan Tanah), pemecahan sertifikat, pembebasan lahan, dan membentuk *Set Plan*.
- b. Menciptakan konsep rumah.
- c. Menciptakan konsep infrastruktur perumahan.

- d. Membuat Rancangan Anggaran Biaya (RAB).
- e. Membentuk program-program untuk pembangunan setiap *Civil Executive*.
- f. Bertanggung jawab atas keberhasilan proyek dari *Civil Executive*.

6. *Legal Executive*

- a. Mengurus pajak penjualan rumah.
- b. Membantu pembeli dalam pengurusan BPHTB (Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan).

7. *Legal Manager*

- a. Mengurus segala berkas yang berhubungan dengan GreenLand seperti surat pemesanan rumah, pengajuan dana, pertanggung jawaban, dan berkas KPR.

8. *Accounting Manager*

- a. Membuat laporan keuangan berbasis akrual.
- b. Membuat laporan keuangan berbasis kas.
- c. Memastikan setiap pembeli membayar sebelum batas yang ditentukan.

9. *Accounting Executive*

- a. Melakukan pencatatan kas masuk dari pembelian rumah dan dana untuk proyek.
- b. Melakukan pencatatan kas keluar dari penggunaan kas operasional.

10. *Accounting Executive*

- a. Membentuk program-program pemasaran.
- b. Melakukan kontrol terhadap penjualan setiap *sales*.

- c. Menjalin kerjasama dengan vendor pemasaran.
- d. Menjalin hubungan dengan perbankan dan mengurus KPR.
- e. Merealisasikan konsep pemasaran dari kepala divisi dan manager proyek.

11. *Marketing Executive*

- a. Melakukan penjualan rumah.
- b. Melakukan promosi dan menyebarkan informasi tentang Greenland at Tidar.
- c. Melayani konsultasi rumah bagi calon pembeli.
- d. Mencari pembeli potensial.

12. *Real Estate Management*

- a. Melakukan kontrol pembangunan rumah dan infrastruktur perumahan.
- b. Melakukan manajemen *estate* baik taman, kebersihan, lampu, listrik, dan lain-lain.

2.7 Produk PT. Citra Agro Tirta

Kebutuhan manusia terdiri dari kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang harus atau wajib terpenuhi, artinya apabila kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, maka manusia akan mengalami kesulitan dalam hidupnya. Contoh: sandang (pakaian), pangan (konsumsi), papan (tempat tinggal), pendidikan dan pekerjaan (sifatnya opsional).

Kebutuhan yang tidak pernah lepas dari manusia ini dilihat oleh pengusaha sebagai peluang bisnis yang menjanjikan. PT. Citra Agro Tirta yang bergerak di

bidang properti mempunyai proyek perumahan Greenland at Tidar yang mempunyai berbagai macam produk rumah yang dapat menjadi pilihan *klien*.

Berikut adalah produk perumahan dari Greenland:

1. *Green West*

Pembangunan tahap pertama di Greenland ini berada di sebelah barat, dengan nama *Green West*. Memiliki beberapa tipe bangunan dan luas tanah yang berbeda-beda. Ada seperusahaanr 110 unit rumah di *Green West* ini. Ada berbagai tipe rumah, mulai dengan luas tanah 75 M² ada tipe rumah 39 dan tipe 41. Luas tanah 90 M² ada tipe rumah 44, tipe 45, tipe 47, dan tipe 49. Luas tanah 105 M² ada tipe rumah 52, tipe 54, tipe 58 dan tipe 60. Luas tanah 120 M² ada tipe rumah 60, tipe 63, dan tipe 67. Dan yang terbesar di tahap pertama ini dengan luas tanah 150 M² ada tipe rumah 70 dan tipe 74.



Gambar 4. Produk *Green West*

Sumber: PT. Citra Agro Tirta

2. *Green East*

Green East adalah tahap kedua pembangunan di Greenland. Ada seperusahaanr 80 unit rumah di *cluster* ini. Di *Green East* tersebut menawarkan beberapa pilihan tipe rumah. Dengan luas tanah 105 M² ada beberapa tipe rumah, yaitu tipe 43, tipe 54, dan tipe 60. Luas tanah 105 M² berada di blok D. Di blok C juga memiliki beberapa tipe

rumah dengan luas tanah 120 M² yaitu tipe 68, tipe 75, dan tipe 80. Sedangkan di blok B dengan luas tanah 144 M² memiliki beberapa tipe rumah, yaitu tipe 78, tipe 80 dan tipe 105. Fasilitas yang didapatkan klien dari pembelian rumah di *Green East* sudah termasuk sertifikat a/n pembeli, PLN, air bersih, IMB, PPN tanah dan bangunan, pagar keliling, dan taman depan.



Gambar 5. Produk *Green East*

Sumber: PT. Citra Agro Tirta

3. *Mainroad*

Pembangunan di tahap kedua ini juga termasuk *mainroad*, yaitu pembangunan yang berada di jalan utama. Ada beberapa pilihan tipe rumah di *mainroad*. Ada luas tanah 165 M² memiliki beberapa tipe, yaitu tipe 135, tipe 150, dan tipe 178. Dan kedua luas tanah 174 M² dengan *Signature Edition* ada dua tipe rumah, yaitu tipe 80 dan tipe 150. Di bagian *mainroad* semua pembangunan rumah dua lantai. Khusus untuk pembangunan di *mainroad* design bisa menyesuaikan permintaan klien atau mengikuti *design* bangunan dari perusahaan.



Gambar 6. Produk Main Road

Sumber: PT. Citra Agro Tirta

4. *The Icons*

Pembangunan *The Icons* adalah pembangunan rumah yang terletak di jalan utama. Berada di blok A, dengan luas bangunan 194 dan luas tanah 348 M². Untuk bangunan di blok A ini *design* bisa menyesuaikan dengan keinginan *klien* (konsumen). Selain itu ada juga dengan luas tanah 355 M² dengan luas bangunan 202. Sedangkan luas tanah 312 M² luas bangunannya 186. Dan yang paling besar dengan luas tanah 473 M² dan luas bangunannya 214. Untuk semua pembelian unit di Greenland at Tidar ini sudah mendapatkan fasilitas sertifikat a/n pembeli, PLN, air bersih, IMB, PPN tanah dan bangunan, pagar keliling, dan taman depan. Untuk proses KPR sendiri, Greenald sudah memiliki kerjasama dengan beberapa bank, yaitu BCA, Mandiri, BII, BTN, dan lain-lain. Proses pembangunan setiap rumah juga berbeda-beda. Untuk rumah dengan satu lantai bisa memakan waktu antara 8 sampai 12 bulan, sedangkan untuk proses pembangunan rumah dua lantai antara 12 sampai 18 bulan.



Gambar 7. Produk *The Icon*

Sumber: PT. Citra Agro Tirta

5. *The Peak*

The Peak adalah tahap ketiga pembangunan di Greenland. Ada 63 unit rumah di cluster ini. Di *The Peak* tersebut menawarkan beberapa pilihan tipe rumah. Dengan luas tanah 72-90 bisa memilih tipe bangunan 42 dan 49 di blok Q dan R luas tanah 112 menggunakan tipe rumah 56, 60, 65, 69. Di blok P dengan luas tanah 128-136 bisa menggunakan tipe bangunan 75 dan 85. Dan beberapa rumah pojok yang bisa free desain sesuai dengan keinginan *klien*. Di tahap 3 ini mempunyai standar penggunaan bahan bangunan dinding kamar mandi keramik Ex Roman, kusen dari aluminium *profil powder coating* hitam, meja dapur terbuat dari *granite pure black* rangka atap galvalum, penutup atap genteng *flat* keramik, penutup plafon gypsum 9mm+ *list*, lantai R. utama / kamar tidur *granite tile* 60x60 cm lantai kamar mandi keramik Ex Roman, lantai teras keramik motif kayu, lantai *carport concrete grass*, air *water treatment* dan listrik PLN 1300 WATT.



Gambar 8. Produk *The Peak*
Sumber: PT. Citra Agro Tirta



Gambar 9. Site Plan Produk
Sumber: PT. Citra Agro Tirta