

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1. SEJARAH SINGKAT GEDUNG "X"

PT "Y" merupakan anak perusahaan PT "Z" yang memberi penawaran baru berupa perkantoran sewa Gedung "X", yang didirikan pada tahun 1990 dan mulai beroperasi pada bulan November 1992.

3.1.1. Lokasi Dan Bentuk Lahan Gedung "X"

Lokasi properti PT "Y" terletak di Jalan Pemuda yang berseberangan dengan Plaza Surabaya, dan gedung-gedung perkantoran yang lain. Konsep pembangunan gedung ini diarahkan untuk mengenalkan suatu identitas. Sedangkan ciri yang ditampilkan tidak terlepas dari "Corporate Image", yaitu warna biru dengan bahan alcabone.

Sebagai gedung yang menyanggah fungsi bangunan komersial, maka susunan bentuk bangunan secara umum terbagi atas dua bagian, yaitu bagian podium dan tower. Bank sebagai intitusi keuangan diletakkan pada bangunan podium yang dinding luarnya dibuat agak menyudut, sehingga memberikan kesan kokoh dan stabil. Susunan bentuk ini, merupakan kombinasi pelubangan (misalnya jendela) yang dibuat sedemikian rupa sehingga kelihatan banyak ruangnya. Kesan kokoh dan stabil, dan permainan bidang-bidang yang berlubang menjadikan bangunan itu cocok untuk fungsi perbankan didalamnya. Sedangkan towernya dibuat tinggi

adalah untuk mengarahkan pada kesan ekspresif yang mencirikan efisiensi terhadap penggunaan tapak. Oleh karena itu dipilih garis-garis horisontal yang mencerminkan harmonisasi terhadap lingkungan sekitarnya.

Bangunan yang berdiri diatas lahan $\pm 5.000 \text{ m}^2$ ini, memiliki luas lantai bangunan $20.148,22 \text{ m}^2$ yang terdiri dari 20 lantai, yang terdiri dari lantai bawah tanah ("Basement") 513 m^2 , lantai dasar ("Ground Floor") 914 m^2 , dan lantai tengah ("Mezzanine Floor") 594 m^2 , selebihnya yang muncul keatas permukaan sebanyak 17 lantai. Sedangkan ruang masuk utama ("Main Lobby") 126 m^2 , cafeteria 460 m^2 dan corridor and public facilities 5.062 m^2 disamping itu ditiap lantainya memberikan tambahan ekstra ruang kerja $15,6 \text{ m}^2$ antara kolom dan core yang bebas digunakan oleh para penyewa ("Free Working Space"), untuk kemudahan pengaturan ruangan kerja secara efisien dengan peletakkan core ditengah. Terdapat dua bagian gedung parkir A dan B setinggi 10 lantai dengan luas $\pm 8600 \text{ m}^2$, yang dapat menampung ± 300 mobil, yang terletak dibelakang bangunan utama (tower dan podium). Bahkan untuk kemewahan eksteriornya dipilih kaca semi-reflecing glass mirrors dan aluminium composite untuk bangunan tower, sedangkan podium diselesaikan dengan granite. Untuk interior pada banking hall (bangunan podium) baik lantai maupun dindingnya difinish dengan granite.

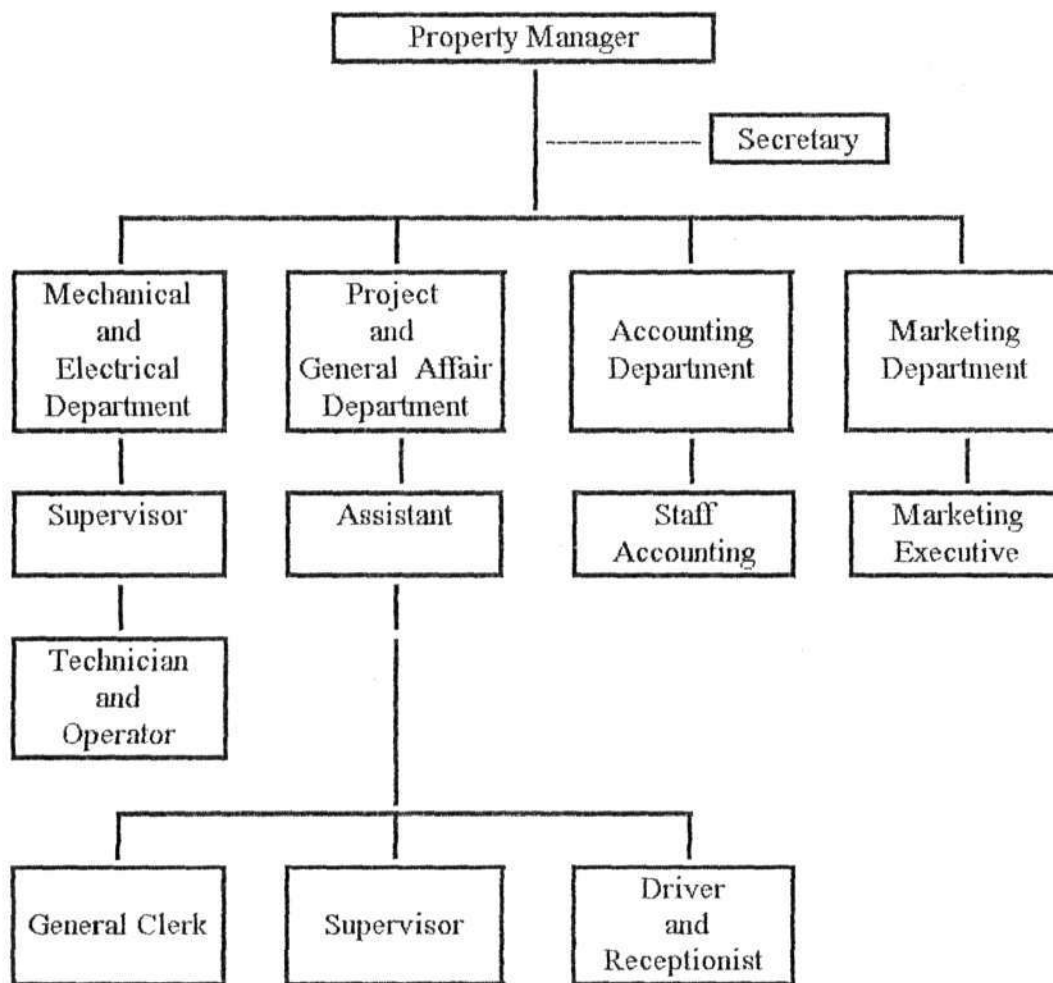
3.1.2. Struktur Organisasi

Didalam suatu perusahaan yang besar pastilah memiliki struktur organisasi, yang dapat digunakan sebagai suatu sarana untuk dapat menetapkan pembagian tugas, wewenang serta tanggung jawab dari masing-masing bagian untuk mencapai

suatu tujuan perusahaan, sehingga dapat terhindar dari kekacauan dalam melakukan tugas, hak dan kewajiban yang telah dibebannya atau dipikulnya serta dapat meningkatkan efisiensi kerja. Adapun struktur organisasi yang dipunyai untuk dapat mengendalikan, menyalurkan dan mengarahkan karyawan-karyawannya guna mencapai apa yang menjadi tujuan dari perusahaannya, maka oleh PT "Y" pembagian kerjanya dapat di lihat pada gambar yang ada dibawah ini :

GAMBAR 3.1.

STRUKTUR ORGANISASI PT "Y"



Sumber : Data Internal Perusahaan

Struktur organisasi yang digambarkan seperti diatas tadi oleh perusahaan adalah struktur organisasi garis, dimana perintah datangnya langsung dari atasan kepada karyawannya.

Dasar fungsional mungkin merupakan skema yang paling banyak digunakan, karena penampilannya yang mudah dimengerti orang dengan mengelompokkan orang-orang yang bekerja dalam bidangnya masing-masing, yang secara tidak langsung orang-orang itu akan semakin ahli dalam bidang-bidang tersebut. Dengan demikian manajemen bisa menciptakan unit yang paling efisien.

3.2. TINGKAT DAN LUAS YANG DIMILIKI GEDUNG "X"

Keseluruhan bangunan Gedung "X" ini memiliki 17 lantai ditambah 3 lantai lagi yang merupakan lantai tengah ("Mezzanine Floor"), lantai bawah ("Ground Floor"), dan lantai bawah tanah ("Basement"). Perincian luas tiap lantainya adalah sebagai berikut :

LOKASI	LUAS (M ²)
Lantai 17	1,242.00 m ²
Lantai 16	1,217.34 m ²
Lantai 15	1,215.13 m ²
Lantai 14	1,215.13 m ²
Lantai 13	1,212.58 m ²
Lantai 12	1,212.58 m ²
Lantai 11	1,209.69 m ²
Lantai 10	1,209.69 m ²
Lantai 9	1,206.46 m ²
Lantai 8	1,206.46 m ²
Lantai 7	1,202.89 m ²
Lantai 6	1,202.89 m ²
Lantai 5	673.68 m ²

LOKASI	LUAS (M ²)
Lantai 4	726.00 m ²
Lantai 3	726.00 m ²
Lantai 2	565.70 m ²
Lantai 1	883.00 m ²
Lantai Mezzanine	594.00 m ²
Lantai Ground	914.00 m ²
Lantai Basement	513.00 m ²
TOTAL	20,148.22 m²

3.3. KONDISI PERSAINGAN

Pada setiap usaha pasti memiliki pesaing demikian pula dengan perkantoran sewa, juga memiliki pesaing yang banyak berdiri diberbagai lokasi yang sangat strategis, dan menurut pengamatan penulis yang merupakan pesaing dari perkantoran sewa Gedung "X" ini adalah :

- Medan Pemuda yang terletak berhadapan dengan Gedung "X" tersebut.
- Wisma Tiara, BRI Tower, Bapindo, Bunas, BBD Tower, dan lain sebagainya.

Properti yang telah disebutkan seperti diatas tadi merupakan pesaing dari Gedung "X" dan pada umumnya mereka juga menawarkan manfaat yang sama yaitu perkantoran, jadi untuk dapat menarik para penyewa mereka selalu memantau perkembangan yang terjadi disekitarnya dan memberikan fasilitas yang terbaik, yang dapat memuaskan bagi para penyewanya.

3.4. STRATEGI PEMASARAN GEDUNG "X"

PT "Y" dalam melakukan penawaran perkantoran sewa Gedung "X" ini menggunakan 2 (dua) cara yaitu :

1. Agen Properti (Broker)

Agen properti disini memegang peranan yang penting disamping tenaga pemasaran dari perusahaan itu sendiri, karena ia memiliki peranan yang besar sekali dalam usaha untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam hal ini agen properti mempunyai jaringan kerja yang luas sampai ke luar negeri, seperti yang diharapkan oleh para pengelola gedung bahwa para penyewanya adalah pengusaha-pengusaha yang telah mapan.

2. Tenaga Pemasaran dari perusahaan itu sendiri dalam hal ini PT "Y".

Cara yang ditempuh oleh tenaga pemasaran perusahaan ini adalah melalui pendekatan langsung yaitu para tenaga pemasaran Gedung "X" dituntut untuk selalu aktif menjalin hubungan baik dengan berbagai kalangan pengambil keputusan yang ada disekitarnya. Dimana dengan terbinanya relasi yang sebanyak-banyaknya itu diharapkan akan bisa lebih memperkenalkan jasa yang ditawarkan oleh Gedung "X" pada para pengambil keputusan di Surabaya ini khususnya dan di luar kota Surabaya atau luar negeri umumnya.