

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

Nama The Calo itu karena nama calo sudah banyak dikenal orang jadi agar mudah diingat, hanya selama ini calo itu dikenal negatif dikalangan masyarakat. Oleh karena itu, kita akan mengubah nama calo menjadi positif dimata masyarakat dan semakin dikenal orang sebagai perusahaan yg diperhitungkan khususnya di bisnis property dan otomotif.

Lambang the calo itu artinya setiap pohon mewakili karakter, hijau muda artinya sifat lembut dan berjiwa muda, orange artinya sifat tegas dan ceria, hijau tua artinya sifat dewasa dan mengayomi. Alasan dipilihnya lambang pohon, pohon karena pohon itu bisa menjadi tempat untuk bernaung dan pohon biasa digunakan orang untuk duduk sambil mencari inspirasi dan berkarya. Dengan harapan The Calo bisa tumbuh seperti pohon yang kuat dari akarnya dan bisa menghasilkan buah yang berkualitas (marketing handal).

2.2 Visi dan Misi

A. Visi

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

B. Misi

1. Memberikan pelayanan terbaik dan membuat produk yang berkualitas, lingkungan yang nyaman, aman dan sehat.
2. Membangun manajemen perusahaan yang profesional dan menjaga kesinambungan pertumbuhan perusahaan.
3. Menjalinkan hubungan kejasama dengan mitra usaha yang saling menguntungkan dan berkelanjutan.
4. Memaksimalkan setiap potensi property yang dikembangkan melalui

pengembangan terintegrasi untuk memberi nilai tambah yang tinggi.

5. Menciptakan lingkungan kerja yang profesional dan meningkatkan produktivitas perusahaan.

2.3 Bidang Usaha/ Kegiatan Umum Perusahaan

Pada perusahaan The Calo Property melaksanakan kegiatan rutin harian, mingguan dan bulanan. Berikut macam-macam kegiatannya:

1. Memberikan edukasi / pengenalan produk ke instansi-instansi
2. Memasang iklan secara digital maupun papan iklan di beberapa titik lokasi , pemasangan banner dilakukan agar calon pembeli yang melihat properti, jadi bisa dengan mudah menghubungi nomor marketing tersebut .
3. Memasarkan lewat situs jual-beli properti
4. Memasarkan ke kenalan atau relasi , biasanya setiap marketing memiliki daftar kontak yang bisa dihubungi
5. Memasarkan lewat media sosial seperti Instagram dan TikTok , marketing sekarang harus memiliki kemampuan *copywriting*, *social media strategy* dan membuat video Harian
6. Pelaksanaan sebar brosur yang biasanya dilaksanakan di pasar Way Halim, PKOR dan Bunderan Tugu Adipura pada hari Minggu pagi.
7. Meeting semua karyawan, dimana dalam meeting ini bertujuan untuk mengevaluasi hasil penjualan setiap karyawan.

2.4 Lokasi Perusahaan

Berikut ini lokasi kantor pemasaran The Calo Property



Gambar 1 Lokasi Perusahaan

2.5 Struktur Organisasi

