Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah singkat perusahaan

PT Summarecon Agung berdiri pada tanggal 26 November 1975 dan didirikan oleh Ir. Soetjipto Nagaria. Summarecon sendiri berasal dari kata *Summa* yang berarti terbaik, *Re* dari kata *real estate,* dan *Con* dari kata *Corporation*. Sehingga Summarecon berarti perusahaan *real estate* yang terbaik. Bidang usaha dari PT Summarecon Agung yaitu pengembangan dan pengelolaan properti hunian maupun komersil. Pada 7 Mei 1990, PT Summarecon Agung resmi *go public* di bursa saham Jakarta dengan kode SMRA. Hingga per tahun 2012 PT Summarecon Agung memiliki ±3.059 karyawan dari seluruh unit yang ada.

PT Lestari Mahadibya atau yang lebih dikenal dengan Summarecon Mal Serpong adalah salah satu unit usaha dari PT Summarecon Agung, Tbk. yang tahap pertamanya diresmikan pada tanggal 28 Juni 2007. PT Lestari Mahadibya terletak di Jalan Boulevard Raya Gading Serpong, Tangerang 15180.

Sedangkan pada 27 Oktober 2011, tahap 2 Summarecon Mal Serpong yang merupakan perluasan dari SMS tahap 1 resmi dibuka. Tahap 2 ini dibangun sesuai dengan rencana awal pengembangan kawasan komersil Sentra Gading Serpong yang mengusung konsep arsitektur modern dan ramah lingkungan (sumber : malserpong.com).

Pada 30 Juni 2014, Summarecon Digital Center resmi dibuka. Summarecon Digital Center merupakan pusat belanja IT dan *gadget* terlengkap di Gading Serpong yang dikelola dibawah naungan PT Lestari Mahadibya. Summarecon Digital Center terletak di Jalan Scientia Boulevard Gading Serpong, Tangerang 15180. Summarecon Digital Center dibangun di atas lahan seluas 42.000m^2 termasuk di dalamnya terdapat Scientia *Square Park*. Scientia *Square Park* memiliki luas sebesar 1,2 hektar yang dilengkapi dengan *amphitheatre* dan

Penerapan service excellence..., Wenny Dewanti, FB UMN, 2015

area *water features*. Scientia *Square Park* ini didirikan dengan maksud untuk tempat rekreasi di alam terbuka dan tempat untuk kegiatan berkomunitas.

2.2 Profil Perusahaan

PT Lestari Mahadibya atau Summarecon Mal Serpong merupakan bagian dari PT Summarecon Agung, Tbk. yang telah dikenal sebagai *developer real estate* dan komersil ternama yang telah berhasil mengembangkan kawasan Kelapa Gading. Kesuksesan ini kemudian diteruskan oleh PT Summarecon Agung, Tbk. dalam membangun kawasan Gading Serpong. Salah satu bukti nyata kesuksesan tersebut ialah adanya PT Lestari Mahadibya atau Summarecon Mal Serpong. Di dalam kawasan PT Lestari Mahadibya sendiri terdapat sejumlah kawasan komersil lainnya, seperti Pusat Makanan Salsa *Food City* dan Pasar Modern Sinpasa.

Konsep yang diusung oleh Summarecon Mal Serpong (SMS) adalah pusat perbelanjaan yang unik, megah, dan berbalut kemewahan yang dapat membuat para pengunjungnya merasakan pengalaman belanja yang menyenangkan. Summarecon Mal Serpong tahap 1 berdiri di atas lahan seluas ± 50.000 m^2 dengan sistem *full-leased mall*. (sumber : summarecomserpong.com)

Gambar 2.1 Summarecon Mal Serpong Tahap 1

Penerapan service excellence..., Wenny Dewanti, FB UMN, 2015

Sedangkan Summarecon Mal Serpong berdiri di atas lahan seluas 60.000 m^2 yang terdiri dari 3 lantai dan ditempati oleh ±180 *tenants*. Dengan demikian, secara keseluruhan Summarecon Mal Serpong memiliki total lahan seluas 110.000 m^2. Summarecon Mal Serpong tahap 2 sendiri memiliki 3 buah atrium yang biasa digunakan untuk berbagai penyelenggaraan *event* besar, *exhibition*, maupun *product launching*.

Gambar 2.2 Summarecon Mal Serpong Tahap 2

Selain itu ada juga *Downtown Walk* yang menjadi destinasi kuliner para pengunjung yang terbentang dari ujung Summarecon Mal Serpong tahap 1 hingga Summarecon Mal Serpong tahap 2. *Downtown Walk* memiliki 3 buah panggung pentas yang biasa digunakan untuk acara *live music*, acara NoBar (Nonton Bareng), dan lainnya. Selain itu *Downtown Walk* juga dilengkapi dengan fasilitas *F&B Pad* yang berupa bangunan 2 lantai yang memberikan *best view* untuk menikmati *event-event* yang diselenggarakan di *Downtown Walk*.

Penerapan service excellence..., Wenny Dewanti, FB UMN, 2015

Gambar 2.3 *Downtown Walk* Summarecon Mal Serpong Tahap 2

Salsa *Food City* diresmikan pada 23 September 2004 dengan menampilkan desain bagunan yang menarik, unik, dan santai sehingga cocok bagi para pengunjung yang ingin bersantai untuk menikmati makanan dan minuman dari *tenants* yang tersedia bersama dengan teman, kerabat, dan keluarga. Salsa *Food City* sendiri mengusung konsep *family food court* yang menyajikan lebih dari 50 variasi makanan bercitarasa lokal maupun internasional. Salsa *Food City* memiliki luas 3.000 m^2 dengan 180 kursi, 20 *tenant* resto, dan 6 *island tenant*. Setiap malam Salsa *Food City* menyediakan hiburan berupa *live music* untuk para pengunjungnya sehingga dapat menambah kenyamanan selagi bersantai di ruang terbuka.

Penerapan service excellence..., Wenny Dewanti, FB UMN, 2015

Gambar 2.4 Salsa *Food City*

Pasar Modern Sinpasa adalah sebuah pasar tradisional yang memiliki konsep modern dan berdiri di atas lahan seluas 5.500 m^2. Pasar Modern Sinpasa diresmikan pada tanggal 23 September 2004 dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari warga di kawasan Gading Serpong. Pasar modern yang diisi oleh 142 pedagang dengan kategori kios dan lapak ini mengacu pada standar pasar modern yang bersih dan aman sehingga dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya untuk berbelanja.

Gambar 2.5 Pasar Modern Sinpasa

2.2.1 Visi dan Misi Perusahaan

Visi Summarecon : Menjadi "*Crown Jewel*" di antara pengembang properti di Indonesia yang secara berkelanjutan memberikan nilai ekonomi yang optimal kepada pelanggan, karyawan, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya, serta juga berperan dalam menjaga lingkungan dan menjalankan tanggung jawab sosial.

Misi Summarecon (2010-2015) :

1. Mengembangkan kawasan Summarecon Kelapa Gading, Summarecon Serpong, Summarecon Bekasi, menjadi semakin lengkap dan bernilai, serta mengembangkan kawasan baru dengan semangat inovasi
2. Memberikan pelayanan terbaik dan terpadu kepada konsumen melalui sistem yang tepat dan ditingkatkan secara terus menerus
3. Fokus pada pengembangan dan pengelolaan perumahan, apartemen dan perbelanjaan yang semakin ramah lingkungan
4. Bekerjasama dengan partner strategis dengan menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan profesional
5. Fokus dalam pengembangan Sumber Daya Manusia yang berkualitas, sejahtera, serta sesuai dengan nilai dan budaya perusahaan
6. Meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan sesuai target 2010-2015

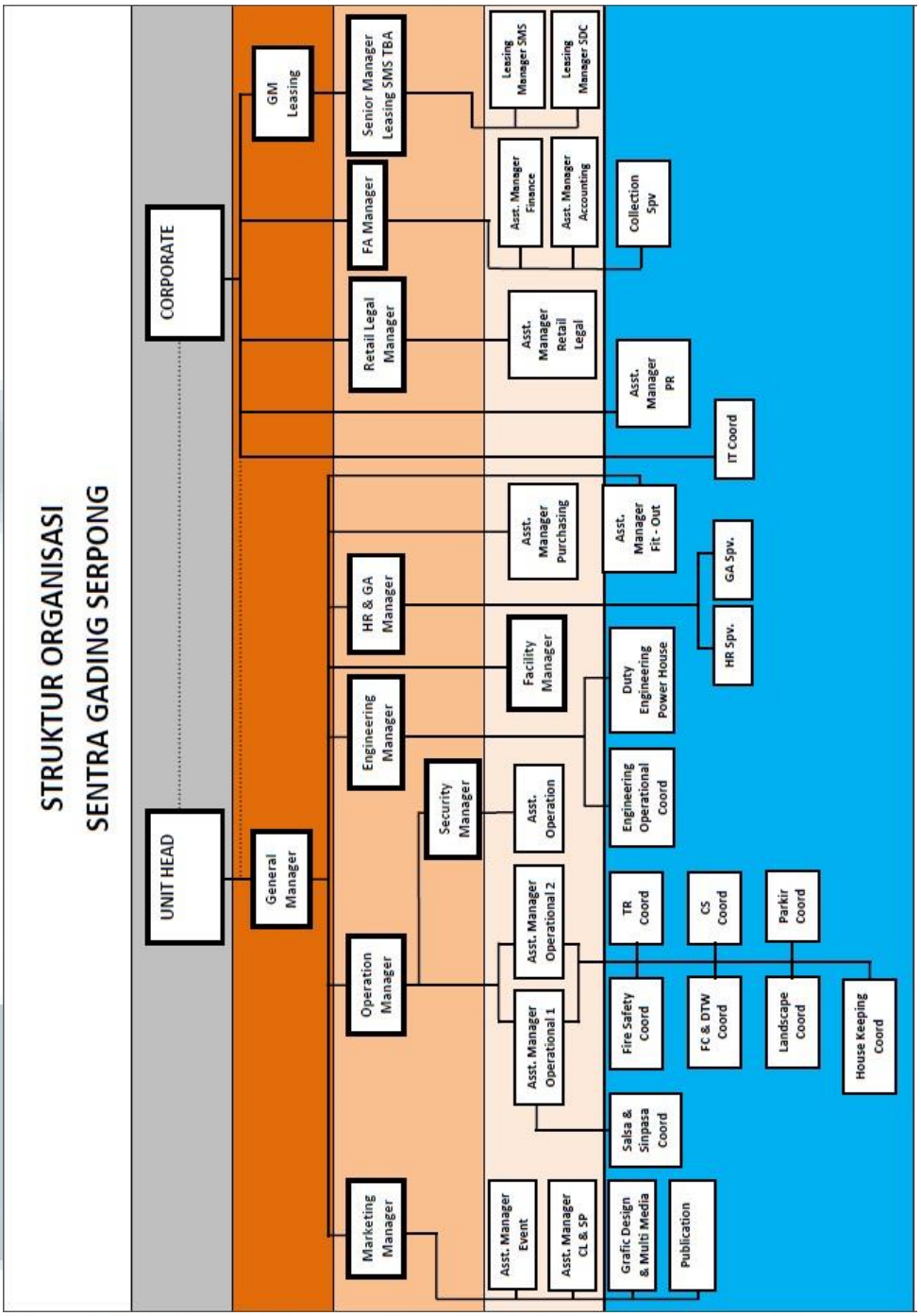
2.2.2 Nilai-nilai yang Dianut Perusahaan

Nilai-nilai Summarecon :

1. Melayani pelanggan secara efektif dengan sepenuh hati
2. Mendukung tumbuh kembangnya kewirausahaan
3. Memfasilitasi kehidupan yang seimbang
4. Melestarikan nilai-nilai keluarga
5. Memberikan kontribusi yang bermanfaat kepada masyarakat dan lingkungan sekitar
6. Memandu transformasi setiap pelanggan.

Penerapan service excellence..., Wenny Dewanti, FB UMN, 2015

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.6 Struktur Organisasi General Sentra Gading Serpong

Sumber : *Company Profile* PT Lestari Mahadibya

2.4 Landasan Teori

2.4.1 Manajemen Sumber Daya Manusia

Menurut Angelo Kinicki (2009:276), Manajemen Sumber Daya Manusia atau *Human Resource Management* (HRM) adalah *the activities managers perform to plan for, attract, develop, and retain a workforce*. Pengertian tersebut dapat diartikan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah kegiatan dimana para manager merencanakan, menarik, mengembangkan, dan mempertahankan tenaga kerja.

Menurut Gary Dessler (2008:2), Manajemen Sumber Daya Manusia atau *Human Resource Management* (HRM) adalah *the policies and practices involved in carrying out the "people" or human resource aspects of a management position, including recruiting, screening, training, rewarding, and appraising*. Pengertian tersebut dapat diartikan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah kebijakan dan praktek dalam menyelesaikan "orang-orang" atau aspek sumber daya manusia dalam posisi manajemen, termasuk merekrut, menyeleksi, melatih, memberi penghargaan, dan menilai.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen sumber daya manusia adalah kegiatan merencanakan, merekrut, menyeleksi, melatih, menilai, dan mempertahankan sumber daya manusia yang ada di suatu organisasi.

2.4.2 *Training* (Pelatihan)

Berikut merupakan arti dari *Training* atau pelatihan menurut beberapa sumber :

1. Menurut R. Wayne Mondy (2008:164), *training* adalah *activities designed to provide learners with the knowledges and skills needed for their present jobs*. Artinya yaitu pelatihan merupakan kegiatan yang dirancang untuk membekali peserta pelatihan dengan pengetahuan dan kemampuan yang dibutuhkan untuk pekerjaan mereka saat itu.

Penerapan service excellence..., Wenny Dewanti, FB UMN, 2015

2. Menurut Gary Dessler (2008:248), *training* adalah *giving new or present employees the skills they need to perform their jobs*. Artinya pelatihan berarti memberikan karyawan baru maupun yang sudah menjadi karyawan kemampuan yang dibutuhkan dalam melakukan pekerjaan mereka.
3. Menurut Lloyd L. Byars dan Leslies W. Rue (2008:160), *training* adalah *learning process that involves the acquisition of skills, concepts, rules, or attitudes to enhance employee performance*. Artinya pelatihan merupakan proses yang meliputi gabungan dari kemampuan, konsep, peraturan, ataupun perilaku untuk meningkatkan kinerja karyawan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelatihan atau *training* adalah kegiatan yang memberikan atau mengasah kemampuan ataupun pengetahuan karyawan baru ataupun lama untuk menjalankan pekerjaannya sehari-hari dengan baik.

2.4.3 Proses Training

Menurut Gary Dessler, ada 5 tahap dalam proses *training*, yaitu (2008:249) :

- Step 1 : *Need Analysis*, kegiatan mengidentifikas kemampuan apa yang dibutuhkan untuk melakukan suatu pekerjaan, menilai kemampuan calon peserta pelatihan, dan mengembangkan pengetahuan yang kurang secara spesifik dan dapat diukur sesuai dnegan tujuan dari pelatihan
- Step 2 : *Instructional Design*, kegiatan memutuskan, menggabungkan, dan menghasilkan isi dari program pelatihan termasuk di dalamnya terdapat alat bantu yang dibutuhkan selama pelatihan.
- Step 3 : *Validation*, kegiatan mengujicobakan program pelatihan yang sudah dirancang tadi. Apabila masih ada kekurangan maka akan diperbaiki terus menerus sehingga program tersebut dapat diterapkan.
- Step 4 : *Implement*, program yang sudah dianggap pas dijalankan atau diberikan kepada para peserta pelatihan yang membutuhkan.

Penerapan service excellence..., Wenny Dewanti, FB UMN, 2015

- Step 5 : *Evaluation*, penilaian hasil dari kegiatan pelatihan yang sudah dijalankan baik oleh pihak manajemen maupun peserta pelatihan.

2.4.4 Evaluasi Pelatihan (*Training Evaluation)*

Menurut Lloyd L. Byars dan Leslie W. Rue ada 4 area dalam mengevaluasi suatu kegiatan pelatihan, yaitu (2008:165) :

1. *Reaction*

   Hal yang dinilai adalah bagaimana tanggapan dari peserta pelatihan terhadap pelatihan yang diberikan, termasuk isi atau bahan yang disampaikan, struktur dan format pelatihan, instruksi teknis yang diberikan, kemampuan pengajar, kualitas dari lingkungan tempat pelatihan, tujuan dari pelatihan yang dicapai, dan saran untuk perkembangan. Untuk memperoleh penilaian tersebut dapat menggunakan metode kuisioner.
2. *Learning*

   Hal yang dinilai adalah apa yang diserap atau didapatkan oleh peserta pelatihan dari pelatihan yan diberikan kepada peserta. Untuk mendapatkan hal yang lebih akurat, evaluasi terhadap area ini dilakukan sebelum dan sesudah pelatihan.
3. *Behavior*

   Hal yang dinilai adalah apakah ada perubahan perilaku dari peserta pelatihan setelah mengikuti pelatihan yang diberikan. Evaluasi untuk area ini dilakukan oleh peserta pelatihan itu sendiri, atasan dari peserta pelatihan, bawahan dari peserta pelatihan (jika ada), dan rekan kerja dari peserta pelatihan.
4. *Results*

   Hal yang dinilai adalah apakah pelatihan yang diberikan memberikan dampak bagi perusahaan. Untuk hasil yang akurat dari evaluasi di area ini yang dibutuhkan yaitu evaluasi di area *behavior*, *pretests*, *posttests*, dan *control groups*.

Penerapan service excellence..., Wenny Dewanti, FB UMN, 2015

2.4.5 *Service Excellence*

Service Excellence atau pelayanan prima memilki berbagai pengertian sebagai berikut :

- Pelayanan yang melampaui standar atau harapan (*customer*) dalam semua kegiatan untuk menyediakan barang dan jasa bagi orang lain.
- Pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan
- Pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengertian dari *Service Excellence* adalah pelayanan terbaik yang melebihi harapan dan kebutuhan dari konsumen dalam menyediakan barang dan jasa.

Program *Service Excellence* yang diterapkan di seluruh unit PT Summarecon Agung, Tbk. merupakan salah satu bentuk dari strategi perusahaan untuk memuaskan pelanggan dan menjadi pemimpin pasar di bidangnya. Di dalam program ini terdapat 5 modul. Modul-modul tersebut terdiri dari (Sumber : PT Summarecon Agung, Tbk) :

- Penampilan Profesional
  Dalam modul ini dibahas mengenai standar penampilan yang harus ditampilkan oleh para karyawan *frontliners* dari PT Summarecon Agung, Tbk.
- Keramah-tamahan
  Dalam modul ini dibahas mengenai tata cara menyapa dan melayani konsumen yang harus dilakukan oleh seluruh karyawan *frontliners* dari PT Summarecon Agung, Tbk. mulai dari bahasa tubuh hingga kalimat yang harus diucapkan selama melayani konsumen.

Penerapan service excellence..., Wenny Dewanti, FB UMN, 2015

- Ketrampilan Komunikasi

  Dalam modul ini dibahas mengenai cara penyampaian pesan kepada konsumen yang harus ditaati oleh karyawan *frontliners* dari PT Summarecon Agung, Tbk.
- Proaktif dan Antisipatif

  Dalam modul ini dibahas bagaimana karyawan *frontliners* dari PT Summarecon Agung, Tbk. harus sigap dan tidak acuh tak acuh dalam melayani konsumen.
- Menangani Keluhan Pelanggan

  Dalam modul ini dibahas mengenai bagaimana cara karyawan *frontliners* PT Summarecon Agung, Tbk. dalam menangani keluhan-keluhan yang diberikan oleh pelanggan dengan baik dan benar baik dari bahasa tubuh maupun cara penyampaian solusi atas keluhan pelanggan tersebut.

2.4.6 *Mystery Guest*

Mystery Guest merupakan salah satu cara dalam melakukan *disguised observation* untuk memperoleh data *marketing research*. Menurut Naresh K. Maholtra (2008:230), *disguised observation* merupakan kegiatan observasi dimana para respondennya tidak mengetahui bahwa dirinya sedang diobservasi sehingga responden dapat berperilaku secara alami. Observer dapat menggunakan cermin satu arah, kamera tersembunyi, atau alat-alat tersembunyi lainnya. Observer bisa juga menyamar sebagai konsumen atau petugas sales atau peran lain sesuai dengan kebutuhan.

Penerapan service excellence..., Wenny Dewanti, FB UMN, 2015