

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

PT. Summarecon Agung Tbk (Summarecon) merupakan perusahaan yang didirikan pada tanggal 26 November 1975 dan bulan September tahun 1976 mulai bergerak di bidang properti dengan mengembangkan hunian rumah yang berlokasi di Kelapa Gading. Kemudian, pengelolaan kawasan *residential* ini juga diimbangi dengan pengelolaan hunian ekonomi dengan dibangunnya ruko yang melingkupi sepanjang jalan *boulevard* di daerah Kelapa Gading. Daerah Kelapa Gading juga diperkaya oleh pembangunan pusat hiburan berupa Summarecon Mal Kelapa Gading pada Maret, 1990. Didirikannya kawasan Summarecon di Kelapa Gading mendorong PT. Summarecon Agung untuk mengembangkan bisnisnya ke daerah Serpong, Tangerang. Dengan adanya pengembangan kawasan residensial, Summarecon Serpong juga didorong dengan kehadiran Sentra Gading Serpong sebagai pusat bisnis yang terdiri dari Summarecon Mal Serpong (SMS), Pasar Modern Sinpasa dan Salsa Food City. Ketiga entitas tersebut berada langsung di bawah naungan PT. Lestari Mahadibya.



Gambar 2.1. Logo Summarecon Mal Serpong
Sumber: www.malserpong.com, 2021

Sampai saat ini, PT. Summarecon Agung Tbk masih berupaya untuk mengembangkan kawasan-kawasan baru. Summarecon ingin mengembangkan berbagai kawasan dan membentuk sebuah industri terpadu yang dapat menjadi sebuah kota mandiri. Melanjuti kesuksesan yang sudah didapatkan dari SS (Summarecon Serpong) dan SKG (Summarecon Kelapa Gading), PT. Summarecon Agung juga sudah memulai mengembangkan bisnisnya di kawasan Bekasi yang sebelumnya sudah diresmikan bulan Maret 2009. Kemudian, dilanjutkan dengan lahirnya Summarecon Bandung pada

November 2015 yang juga akan membuka pusat hiburan Summarecon Mal Bandung pada Oktober 2022.

2.2 Visi, Misi, Tata Kelola dan Lokasi

2.2.1 Visi

Bertujuan mencapai tingkat “*Crown Jewel*” dari bisnis *developer* properti dari Indonesia dan terus berlanjut mendistribusikan nilai ekonomi kepada *customer*, karyawan, dan para pemangku kepentingan lainnya. Summarecon juga untuk memiliki dan melaksanakan tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan.

2.2.2 Misi

1. Berfokus untuk mengoptimasi beragam manfaat dari *integrated development model*, termasuk mengembangkan kota mandiri melalui pemanfaatan keahlian ekonomi pada masing-masing industri; *shopping center, residential* dan bentuk komersial lainnya.
2. Mengembangkan produk yang memiliki *value* tinggi kepada *customer*, melakukan pendekatan terhadap berbagai *entrepreneurship*, menerapkan aturan-aturan tata kelola korporasi yang baik dan *sustainable development*.
3. Men-*develop* sumber daya manusia yang penuh kualitas, punya tanggung jawab, bersahaja, sesuai dengan kultur dan *value* dari perusahaan

2.2.3 Tata Kelola Perusahaan

PT. Summarecon Agung memercayai kalau faktor penting dari keberhasilan perusahaan yang berfokus pada bisnis di bagian properti yaitu adanya upaya untuk habituasi dan konsistensi dalam mengelola perusahaan. Apabila pengelolaan perusahaan dikerjakan dengan efektif, maka bisa diyakini aset serta sumber daya perusahaan dapat didistribusikan dan diolah dengan

efektif, dengan tanggung jawab penuh, sehingga bisa dipastikan perusahaan dapat bertahan dan berkembang hingga masa yang akan datang.

Summarecon juga memiliki nilai perusahaan yaitu “**IT IS BEST**” sebagai panduan operasional perusahaan:

I berarti *Integrity* (Kejujuran, tanggung jawab, dan dapat dipercaya)

T berarti *Teamwork* (Kerjasama)

I berarti *Improvement* (Kemajuan)

S berarti *service excellent* (Pelayanan yang baik)

B berarti *Balance Life* (Kehidupan yang seimbang)

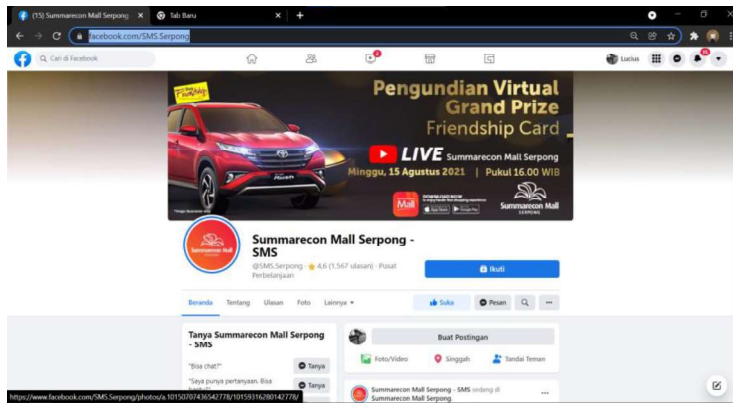
E berarti *Fast, Effective, dan Efficient* (Cepat tangkas, efektif, dan efisien)

S berarti *Family Value* (Menjunjung nilai-nilai kekeluargaan)

T berarti *Commitment* (Komitmen)

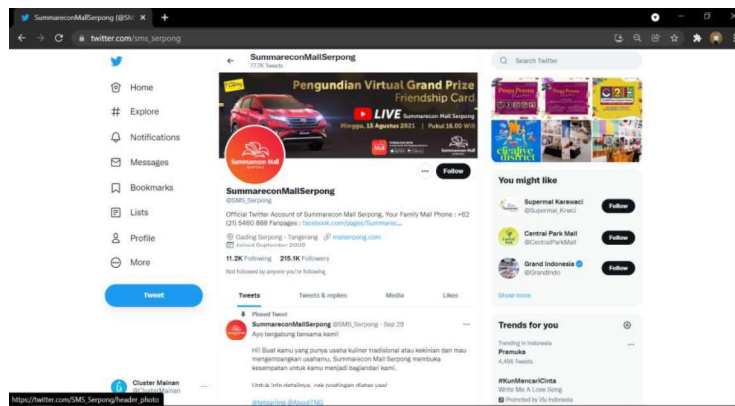
2.2.4 Lokasi Perusahaan

Summarecon Mal Serpong terletak di Jl. Boulevard Raya Gading Serpong, Pakulonan Bar., Kec. Klp. Dua, Tangerang, Banten. Selain itu, pengunjung juga bisa mendapatkan berbagai informasi mengenai SMS dan memberikan kritik melalui situs resmi dan *social media* SMS yang dapat diakses dari *social media* SMS yaitu <http://www.malserpong.com/>, https://www.instagram.com/sms_serpong/, https://twitter.com/sms_serpong, <https://www.facebook.com/SMS.Serpong>,



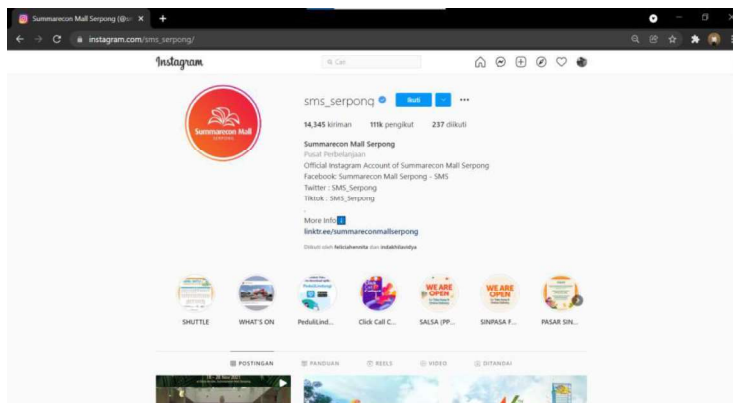
Gambar 2.2.1. Facebook SMS

Sumber: Facebook.com/SMS.Serpong, 2021



Gambar 2.2.2. Twitter SMS

Sumber: Twitter.com/sms_serpong, 2021



Gambar 2.2.3. Instagram SMS

Sumber: Instagram.com/sms_serpong, 2021



Gambar 2.2.4. Website SMS
 Sumber: www.malserpong.com, 2021

2.3 Area Tanggung Jawab PT. Lestari Mahadibya

2.3.1 Summarecon Mal Serpong (SMS)

SMS merupakan pusat perbelanjaan dan hiburan yang dibangun oleh PT. Summarecon Agung. Mal ini sudah diresmikan sejak 28 Juni 2007 untuk menghadirkan pengalaman berbelanja yang lebih nyaman untuk masyarakat Serpong, Tangerang, dan sekitarnya. Mal yang berdiri di atas lahan dengan luas 50.000 m², direncanakan pada waktu 10 tahun mendatang akan dikelola dalam 3 tahap. SMS dibangun dengan konsep interior/ eksterior ramah lingkungan dan kekinian. SMS merupakan pusat perbelanjaan yang mengintergrasikan antara *lifestyle* modern bernuansa kemewahan sebagai pengalaman baru berbelanja dan pusat hiburan sehari-hari masyarakat Serpong.

Dilengkapi dengan lebih dari 600 *tenant*, SMS juga mengembangkan berbagai fasilitas yang mampu meningkatkan kepuasan konsumennya. SMS memiliki berbagai fasilitas seperti IMAX , XXI, Farmers Market dal lain-lain.

Kehadiran SMS bertujuan sebagai sarana hiburan dan pusat transaksi ekonomi di lingkungan Gading Serpong. SMS yang sudah berusia 14 tahun, dapat dianggap sukses dalam membentuk ikon baru untuk wilayah Tangerang, Hal ini dapat dibuktikan dengan pengadaan *event-event* ikonik seperti OktoberFest dan Festival Kuliner Serpong yang banyak dikenal oleh

masyarakat Serpong. Ke depannya dalam merespon kebijakan PPKM, SMS juga akan mengadakan *virtual shopping* bersama SMS. Tidak hanya itu, kehadiran kawasan Downtown di SMS juga menjadi destinasi hiburan bagi masyarakat di area Tangerang yang kemudian ikut menginspirasi kehadiran pusat perbelanjaan lainnya di daerah Tangerang dan sekitarnya.

Dalam penerapan PPKM saat ini, seluruh pusat perbelanjaan yang ada di Indonesia harus beradaptasi dan wajib menerapkan beragam protokol kesehatan yang berlaku demi kenyamanan dan kesehatan pengunjung dan karyawan.

2.3.2 Salsa Food City

Salsa Food City merupakan industri *food & beverages* yang bertepatan tempat makan keluarga dengan dipenuhi lebih dari 20 *tenant* yang menyajikan cita rasa nusantara. Salsa Food City berusaha membangun *vibes family food court* dengan adanya acara *live music* dengan nuansa *semi-outdoor*. *Food court* yang sudah berdiri sejak tanggal 24 September 2004 ini memiliki lahan dengan luas 3.500 m² dan memiliki lebih dari 800 kursi serta 6 *island*. Dalam situasi pandemi Covid-19 dan penerapan PPKM, Salsa Food City telah memberlakukan kebijakan protokol kesehatan serta mengatur tata letak meja dan kursi demi kenyamanan pengunjung

2.3.3 Scientia Square Park

Scientia Square Park hadir sebagai pusat hiburan modern dengan nuansa alam yang dilengkapi dengan beragam fasilitas aktivitas keluarga, edukasi anak dan hiburan. Taman ini dibangun dengan luas lahan 7,500 m² dan hadir sebagai sarana hiburan lainnya bagi masyarakat Serpong, Tangerang. Scientia Square Park ingin menyajikan pusat hiburan dengan ruang terbuka hijau untuk menjalankan berbagai kegiatan alam yang seru dan menarik bagi keluarga.

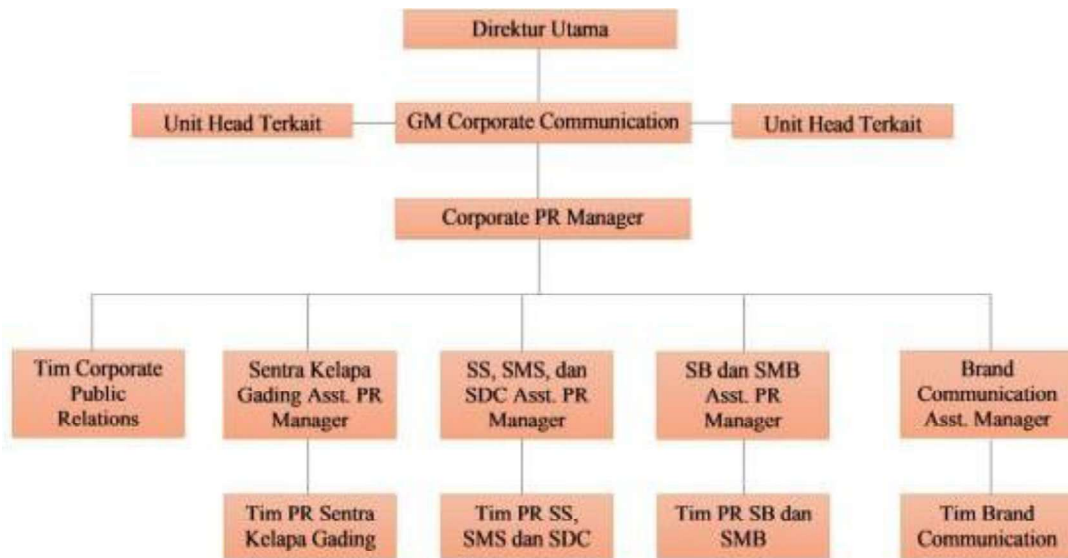
Scientia Square Park dilengkapi dengan berbagai aktivitas keluarga menarik seperti, *Tepee Barn* yang dipenuhi beragam jenis hewan (*scottish*, keledai, alpaca, *bull*, *mini horse*). Tidak hanya itu, Scientia Square Park juga memiliki *Rabbit Farm* yang memberikan kesempatan bagi keluarga untuk

berinteraksi bersama kelinci, *koi feeding*, *petopia* taman bermain anjing-anjing lucu peliharaan Scientia Square Park, menariknya pengunjung juga dapat membawa anjing milik mereka sendiri untuk bermain bersama anjing-anjing lainnya yang ada di Scientia Square Park. Selain itu, Scientia Square Park juga dilengkapi dengan fasilitas olahraga seperti *Skate Park*, *Wall Climbing*, dan lainnya.

2.4 Struktur Organisasi

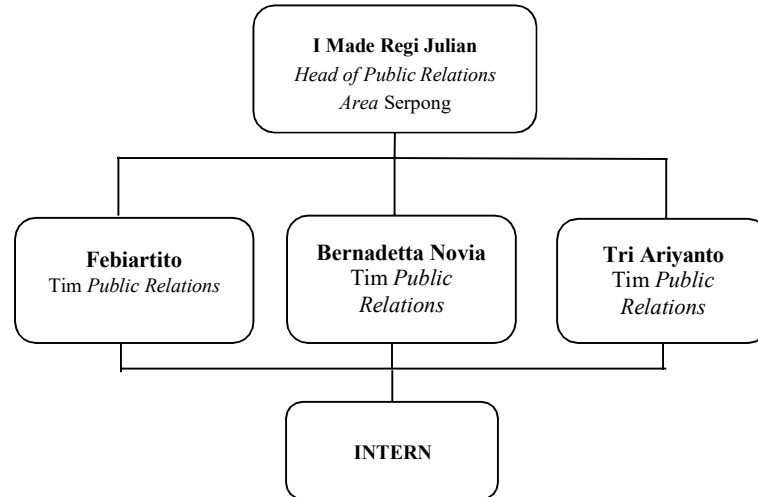
2.4.1 Struktur Organisasi PT. Summarecon Agung. Tbk

Berikut merupakan struktur organisasi PT.Summarecon Agung .



Gambar 2.4.1 Struktur Summarecon Agung
Sumber: HRD Summarecon Mal Serpong, 2021

2.4.2 Struktur Departemen Public Relation PT. Lestari Mahadibya



Gambar 2.4.2 Struktur Divisi Public Relations PT. Lestari Mahadibya
Sumber: Departemen PR SMS, 2021

Posisi *intern* bertanggung jawab di dalam departemen *public relations* PT. Lestari Mahadibya dan dengan arahan langsung dari *Head of public relations*. Namun, tanggung jawab *intern* dapat didelegasikan secara langsung oleh anggota tim *public relations* serta *Head of public relations*.

Berikut merupakan ruang lingkup dari divisi *Public Relations* PT.Lestari Mahadibya (Summarecon Mal Serpong),

Nama: I Made Regi Julian

Jabatan: Head of Public Relations Area Serpong

Job Desk: Bertanggung Jawab dan memantau aktivitas PR area Serpong

Nama: Febiartito Ramadhan

Jabatan: Tim Public Relations

Job Desk: Bertanggung Jawab dalam kegiatan *media relations* SMS.

Nama: Bernadetta Novia

Jabatan: Tim *Public Relations*

Job Desk: Bertanggung Jawab untuk *social media* Scientia Square Park.

Nama: Tri Ariyanto

Jabatan: Tim *Public Relations*

Job Desk: Bertanggung Jawab untuk *social media* milik SMS.