



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.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Summarecon Agung Tbk. merupakan salah satu perusahaan terkenal di Indonesia yang sudah berdiri sejak tahun 1975, yang didirikan oleh Soetjipto Nagaria. Pertama kali membangun berada di kawasan Kelapa Gading Permai, Jakarta. Semakin berkembangnya waktu, PT. Summarecon Agung Tbk telah mencatatkan sahamnya pada Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan Bursa Efek Surabaya (BES). Selama bertahun-tahun Summarecon membangun reputasinya sebagai salah satu pemain properti terkemuka di Indonesia, terutama dalam mengembangkan properti di kota-kota besar. Pada akhirnya, Summarecon mengalami pengembangan perumahan di atas lahan 10 hektar, dan pada tahun 1978 hingga 1980 perusahaan Summarecon telah membangun banyak fasilitas seperti pasar tradisional dan sekolah.

Perusahaan Summarecon juga ikut serta dalam melakukan *joint venture* untuk mengembangkan kota Gading Serpong, yang memiliki luas 1.500 hektar. Pembangunan terus berlanjut, baik itu apartemen, kompleks perumahan, bursa mobil, Mall dan masih banyak lagi yang masih berlangsung hingga saat ini.

Gambar 2.1 Logo PT Summarecon Agung Tbk



Sumber: Google

2.1.1 Summarecon Mal Serpong

Summarecon Mal Serpong pertama kali didirikan pada tanggal 28 Juni 2007, merupakan salah satu pusat perbelanjaan megah, unik dan dilengkapi dengan bermacam-macam toko brand terkenal dan berkualitas. Summarecon Mal Serpong berdiri di tanah seluas 5000 m². Pada lima tahun yang akan mendatang akan dilakukan pengembangan secara berkala. Dengan berkembangnya pertumbuhan di kawasan Summarecon Serpong, pada tanggal 27 Oktober 2011 Summarecon Mall Serpong (SMS) tahap yang kedua secara resmi dibuka, SMS tahap kedua ini merupakan perluasan dari SMS tahap 1, yang dibangun sesuai dengan rencana. Perluasan SMS 2 dengan konsep arsitektur modern dan ramah lingkungan dilakukan untuk memenuhi berkembangnya kebutuhan masyarakat di wilayah Serpong, serta semakin meningkatnya kunjungan masyarakat akan SMS 1.

SMS tahap 2 memiliki luas kurang lebih 60.000 m², yang terdiri dari 3 lantai dan dipenuhi kurang lebih sebanyak 350 tenant. Dengan adanya pengembangan ini, maka SMS secara keseluruhan memiliki total seluas 11.000 m². Yang dimana SMS tahap 2 ini mampu menyelenggarakan *event* besar, *launching product*. Yang menjadi favorit masyarakat adalah Downtown Walk yang telah menjadi sasaran utama masyarakat yang diperluas dengan penambahan 3 panggung, yaitu Avenue Stage, Unity Stage dan Broadway Stage.

SMS tahap 2 memberikan pilihan berbelanja yang lebih beragam kepada pelanggan, dengan bergabungnya tenant yang terpilih, seperti Centro Dept Store, Uniqlo, SOUQ Pasar Malam, Timezone. Kemudian SMS tahap 1 memiliki tenant terpilih, seperti Farmers Market, Gold's Gym, Gramedia, Paperclip, XXI, STAR. Pemilihan tenant dilakukan secara cermat dan memperhatikan kebutuhan masyarakat. Kenyamanan berbelanja pengunjung SMS juga disempurnakan dengan penambahan area parkir yang dapat menampung sebanyak 4000 kendaraan.

Gambar 2.1.1 Summarecon Mal Serpong



Sumber: Google

Kehadiran SMS pada tahun 2007 terbukti berhasil dengan merubah gaya hidup masyarakat Serpong. Kesuksesan Downtown Walk menjadi ikon gaya hidup masyarakat, bahkan memberikan inspirasi bagi pusat hiburan lainnya. Summarecon mengembangkan kawasan Summarecon Serpong dengan menjadi kawasan yang lebih berarti sekaligus meningkatkan perputaran berbisnis di wilayah Serpong dan memberikan fasilitas terpadu, dengan menghadirkan beberapa tempat seperti berikut:

1. Salsa Food City

Diresmikan pada 23 September 2004 menampilkan desain bangunan yang berkesan santai, sesuai bagi pengunjung yang ingin bersantai untuk menikmati makanan dan minuman bersama teman, kerabat dan keluarga. Salsa Food City mengusung *family food court* yang menyajikan 50 variasi makanan bercitarasa lokal Indonesia. Dengan luas 3.500 m² Salsa Food City menyediakan lebih dari 800 kursi dan terdiri atas 20 restoran, dan 6 *island*. Untuk hiburan setiap malam panggung Salsa Food City menampilkan *live music* untuk menghibur para pengunjungnya dan menambah kenyamanan sambil bersantap di area terbuka.

Gambar 2.1.1 Salsa Food City



Sumber: Google

1. Pasar Modern Sinpasa

Sebuah pasar tradisional yang dikemas dengan konsep modern yang berdiri di tanah seluas 4.000 m² diresmikan pada tanggal 23 September 2004 untuk memenuhi kebutuhan warga di kawasan Summarecon Serpong dan sekitarnya. Pasar Sinpasa ini dibangun dengan konsep yang sangat baik, mengacu pada standar pasar modern yang bersih dan aman. Pasar Sinpasa terdiri dari 142 pedagang dengan kategori kios dan lapak, yang menjual beragam jenis untuk memenuhi kebutuhan sandang, makanan, sembako, obat, bahkan perhiasan emas bagi masyarakat, khususnya di wilayah Summarecon Serpong dan sekitarnya.

Gambar 2.1.1 Pasar Modern Sinpasa



Sumber: Google

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

Menjadi “Crown Jewel” di antara pengembang properti di Indonesia yang secara berkelanjutan memberikan nilai ekonomi yang optimal kepada pelanggan, karyawan, pemegang saham dan pemangku berkepentingan lainnya, serta juga berperan dalam menjaga lingkungan dan tanggungjawab sosial.

2.2.2 Misi Perusahaan

- Fokus untuk memaksimalkan manfaat dan model pengembangan yang terintegrasi termasuk kota terpadu, dengan memanfaatkan keunggulan kompetitif pada setiap sektor yang dijalankan: hunian, pusat perbelanjaan dan komersial lainnya.
- Mengembangkan produk yang bernilai tinggi bagi konsumen, mengembangkan kewirausahaan, menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan senantiasa melakukan perbaikan berkelanjutan.
- Bekerjasama dengan partner strategis dengan menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan profesional. Mengembangkan sumber daya manusia yang berkualitas tinggi, bertanggung jawab, sejahtera, sesuai dengan nilai dan budaya Summarecon.

2.3 Nilai-nilai Summarecon

Summarecon meyakini bahwa faktor kunci dari keberhasilan dalam bisnis properti adalah penerapan tata kelola perusahaan yang konsisten dan berkelanjutan. Tata kelola perusahaan yang baik akan memastikan bahwa aset dan sumber daya perusahaan dikelola secara optimal dan bertanggung jawab.

Nilai-nilai dari Summarecon, adalah “IT IS BEST” yang merupakan kunci keberhasilan dari perusahaan Summarecon:

1. Integrity

PT. Summarecon menjunjung tinggi nilai kejujuran dan peduli serta menjaga rahasia perusahaan.

2. Team work

PT. Summarecon mengutamakan kepentingan tim dan perusahaan dengan saling bekerja sama dan menghargai satu dengan yang lainnya.

3. Improvement

PT. Summarecon memberikan inovasi baru yang berkualitas dan terus belajar untuk lebih berkembang.

4. Service Excellence

PT. Summarecon memberikan kualitas yang terbaik untuk melayani masyarakat.

5. Balance Life and Family Value

PT. Summarecon menjunjung tinggi moralitas yang ada dengan seimbang.

6. Efficient, Effective, Speedy

PT. Summarecon menyelesaikan pekerjaannya dengan teliti dan cepat guna meningkatkan profit perusahaan.

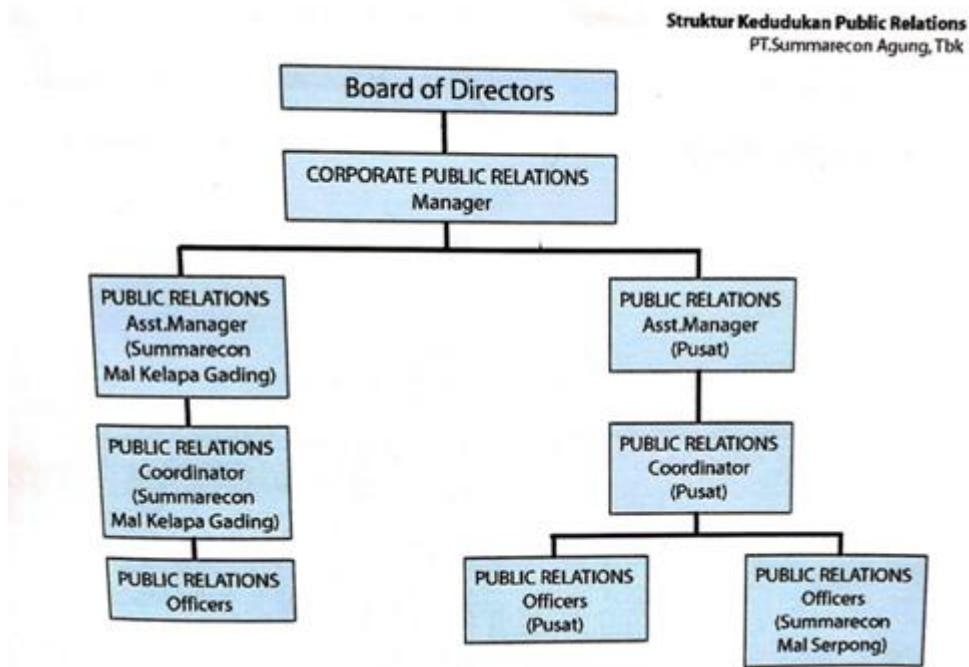
7. Commitment

PT. Summarecon menepati janjinya kepada masyarakat.



2.4 Struktur Organisasi PT Summarecon Agung Tbk

Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Summarecon Agung Tbk



Sumber: PT Summarecon Agung Tbk

2.5 Ruang Lingkup Kerja Divisi Public Relations Summarecon Mal Serpong

Public relations Summarecon Mal Serpong bertanggung jawab atas kegiatan *public relations* di Summarecon Serpong. Aktivitas yang dilakukan public relations meliputi *media partnership*, *advertising*, *media monitoring*, *media gathering*, *news value* dan *community relations*.

Masing-masing dari anggota divisi *public relations* memiliki tugas dan tanggung jawab perorangan. Berikut merupakan beberapa penjelasan tentang pekerjaan yang dikerjakan setiap anggota divisi *public relations* Summarecon Mal Serpong:

- 1) **I Made Regi Julian**, beliau selaku *Head Of Public Relations* yang memiliki tanggung jawab atas aktivitas *public relations* properti Summarecon Serpong dan menjadi ketua koordinator dari divisi *public relations* di Summarecon Mal Serpong.
- 2) **Christina Manihuruk**, beliau selaku *Public Relations Coordinator* yang bertanggung jawab melaksanakan kegiatan media relations dan media sosial Summarecon Serpong.
- 3) **Regina Caeli**, beliau selaku *staff* dari *Public Relations* Summarecon Mal Serpong yang bertanggung jawab penuh atas kegiatan media relations Summarecon Mal Serpong.
- 4) **Koebrani Maalikul**, beliau selaku *staff* dari *Public Relations* Summarecon Mal Serpong yang bertanggung jawab atas media sosial dari Scientia Square Park dan konten dari majalah SMSBLAST.
- 5) **Febiarrito Ramadhan**, beliau selaku *staff* dari *Public Relations* Summarecon Mal Serpong yang bertanggung jawab atas media sosial (Instagram) dari Summarecon Mal Serpong.
- 6) **Christian**, beliau selaku *staff* dari *Public Relations* Summarecon Mal Serpong yang bertanggung jawab atas konten dan website SMS Serpong.
- 7) **Tim magang**, bertugas dalam membantu divisi *Public Relations* berupa pembuatan artikel, *media monitoring*, membuat press realese, *shooting* pembuatan konten untuk majalah SMSBLAST dan *media gathering*.