



### **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 Perusahaan

##### 2.1.1 Sejarah Singkat PT. Summarecon Agung, Tbk.



Sumber: Website Perusahaan

PT. Summarecon Agung, Tbk berdiri sejak tahun 1975 oleh Mr. Soetjipto Nagaria dan rekannya. Pendiri Summarecon berhasil mengubah Kelapa Gading menjadi salah satu yang paling makmur sebagai perumahan dan komersial di Jakarta. Selama bertahun-tahun juga Summarecon berusaha membangun reputasinya sebagai salah satu usaha yang berkembang di properti yang terkemuka, terutama juga dalam bidang pengembangan kota. Summarecon juga mengembangkan kota secara terintegrasi, perkembangan yang juga didukung dengan luasnya tanah dan lengkapnya fasilitas untuk warga kota.

Summarecon juga telah mengembangkan bisnisnya di seluruh *real estate* seperti nilai rantai yang meliputi pencarian arsitektur, desain, teknik, proyek dan manajemen untuk menyusun perencanaan kota, infrastruktur, desain yang lestari, teknologi, kota dan lingkungan, dan juga property management ke dalam pembangunan kota yang sudah dirancang oleh pihak Summarecon. Ada tiga unit usaha dari Summarecon, yaitu *Property* pembangunan dan *Investment, Management Kenyamanan, Hospitality*.

Pada tahun 1975 tepatnya bulan November, Summarecon berdiri sebagai *Incorporation* PT. Summarecon Agung. Pada tahun 1976, Summarecon mulai membangun rumah-rumah masyarakat pada tanah seluas 10 hektar lahan di Kelapa Gading Permai. Pada tahun 1984 bulan Mei, Pembukaan Kelapa Gading Permai yaitu Olahraga Club yang sekarang dikenal sebagai Klub Kelapa Gading. Pada tahun 1990 bulan Maret pembukaan Mal Kelapa Gading tahap 1. Tahun 1991 bulan Maret, Summarecon mengembangkan tanah seluas 1.500 hektar di Gading Serpong Vineland. Tahun 1995 bulan Maret, Mal Kelapa Gading Tahap 2 dibuka dengan menambahkan 33.000 m<sup>2</sup> ritel. Tahun 2000 November Pembukaan Gading Makanan City Summarecon Kelapa Gading. Tahun 2003 bulan April Summarecon melakukan penataan kawasan Kelapa Gading, Mal Kelapa Gading tahap 3 dengan menambahkan 67.000 m<sup>2</sup> ritel.

Tahun 2004 bulan Desember, pembukaan Gading makanan City Summarecon Kelapa Gading. Pada 2005 bulan November, merayakan 30 tahun Summarecon dengan mengubah baru logo, visi dan misi Summarecon. Tahun 2006 bulan November Summarecon melakukan pembukaan Mal Kelapa Gading tahap 4. Tahun 2007 pada bulan Juni, pembukaan Summarecon Mal Serpong tahap 1. 2008 bulan Oktober, pembukaan Plaza Summarecon Serpong. Summarecon pada tahun 2009 tepatnya bulan Desember, meraih award sebagai perumahan terbaik dan mewah dari FIABCI Prix d'Excellence.

Tahun 2010 Bulan Oktober, bulan Agustus tanggal 11 Summarecon sukses dalam unit menjualnya dengan Springs Summarecon Serpong. Summarecon pada tahun 2011 bulan February, melakukan pembukaan Graha Boulevard Summarecon Serpong. Pada 11 Agustus merupakan awal dari St. Carolus Summarecon Serpong. Bulan Oktober melakukan pembukaan di Summarecon Mal Serpong tahap 2.

Pada tahun 2012 January-Desember Summarecon mendapatkan banyak penghargaan *The Best Inovasi Green* pembangunan & kepuasan pelanggan. Summarecon Serpong juga mendapat penghargaan sebagai tempat belanja terbaik mulai dari fasilitas dan kepuasan belanja di mall Summarecon Serpong. Pada tahun 2013 bulan Juni dilakukannya pembukaan Summarecon Mal Kota Bekasi. Tahun 2014 Summarecon Serpong TK Pahlawan memenangkan proyek bergengsi seperti *World Gold* dalam kategori *Sustainable Development* di tahunan FIABCI dunia Prix d'excellence. Pada tahun 2017 Summarecon berhasil memperoleh penghargaan The Golden Properti.

### 2.1.2 Sejarah Singkat The Springs Club



The Springs Club merupakan tempat Club yang ditunjang dengan design yang megah dan klasik serta dengan pelayanannya yang setara dengan hotel berbintang. The Springs Club sudah diresmikan sejak 31 Mei 2014, The Springs juga merupakan tempat yang sangat nyaman untuk keluarga

saat mengisi waktu luang serta memberikan banyak fasilitas yang lengkap dan modern bagi anggotanya.

The Springs Club juga menyediakan tempat santap yang nyaman, dengan menyediakan pilihan membership yang sesuai dengan kebutuhan seperti, fasilitas olahraga yang lengkap, ruang pertemuan untuk wedding (*ballroom*), ruang meeting, party dan gathering yang bergengsi, tempat dimana terjalin relasi sosial dan juga bisnis di antara anggotanya.

### 2.1.3 Logo The Springs Club

Lambang The Springs club dilihat dari filsafat warnanya, warna *orange* dilambangkan sebagai lambang dari logo PT. Summarecon Agung, Tbk. Warna hijau lambang dari warna logo Summarecon Serpong. Warna biru dari lambang The Springs Club melambangkan air, sumber kehidupan, air juga merupakan arti nama dari Springs (mata air). Secara umum, dapat disimpulkan bentuk logo dari The Springs Club menyerupai bunga yang menjadi simbol alam / *nature* yang mewakili The Springs Club.

Pengertian keseluruhan dari logo bahwa The Springs Club dan Summarecon Serpong merupakan wilayah yang dinaungi oleh PT. Summarecon Agung, Tbk. Bentuk bunga yang mengembang, memberikan arti bahwa perusahaan yang selalu berkembang maju di sektor *Real Estate* dan juga *Property*. Bentuk tipografi dari lambang menggambarkan suasana yang modern, mewah, klasik, elegan.

Gambar 2.3 Logo The Springs Club



Sumber: Website Perusahaan

#### **2.1.4 Visi dan Misi The Springs Club**

Adapun Visi dan Misi dari The Springs Club yang dikutip dari *company profile* The Springs Club adalah sebagai berikut :

##### **2.1.4.1 Visi The Springs Club**

Menjadi “Crown Jewel” di antara pengembang property 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.

##### **2.1.4.2 Misi The Springs Club**

1. Fokus untuk memaksimalkan manfaat dari model pengembangan yang terintegrasi, termasuk kata terpadu dengan memanfaatkan keunggulan kompetitif pada setiap sektor yang dijalankan; hunian, pusat perbelanjaan, dan komersial lainnya.

2. mengembangkan produk yang bernilai tinggi bagi konsumen, mengembangkan kewirausahaan, menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan senantiasa melakukan perbaikan berkelanjutan.

3. Mengembangkan Sumber daya Manusia yang berkualitas tinggi, bertanggung jawab, sejahtera, sesuai dengan nilai dan budaya summarecon.

### 2.1.4.3 Budaya Karyawan The Springs Club

#### 1. *Integrity:*

- a. Jujur dan Peduli
- b. Bertanggung Jawab dan menjaga rahasia perusahaan.

#### 2. *Teamwork:*

- a. Mengutamakan kepentingan tim di perusahaan.
- b. Rendah hati, saling menghargai dan komunikatif.

#### 3. *Improvement:*

- a. Terus belajar dan mengembangkan diri.
- b. Perbaikan dan Inovasi diberbagai bidang.

#### 4. *Service Excellent:*

- a. Mengutamakan Kualitas.
- b. Pelayanan sepenuh hati.

#### 5. *Family Value & Balanced Life:*

- a. Seimbang dalam karir, kesehatan dan keluarga.
- b. Menjunjung moralitas, bersyukur dan berdoa.

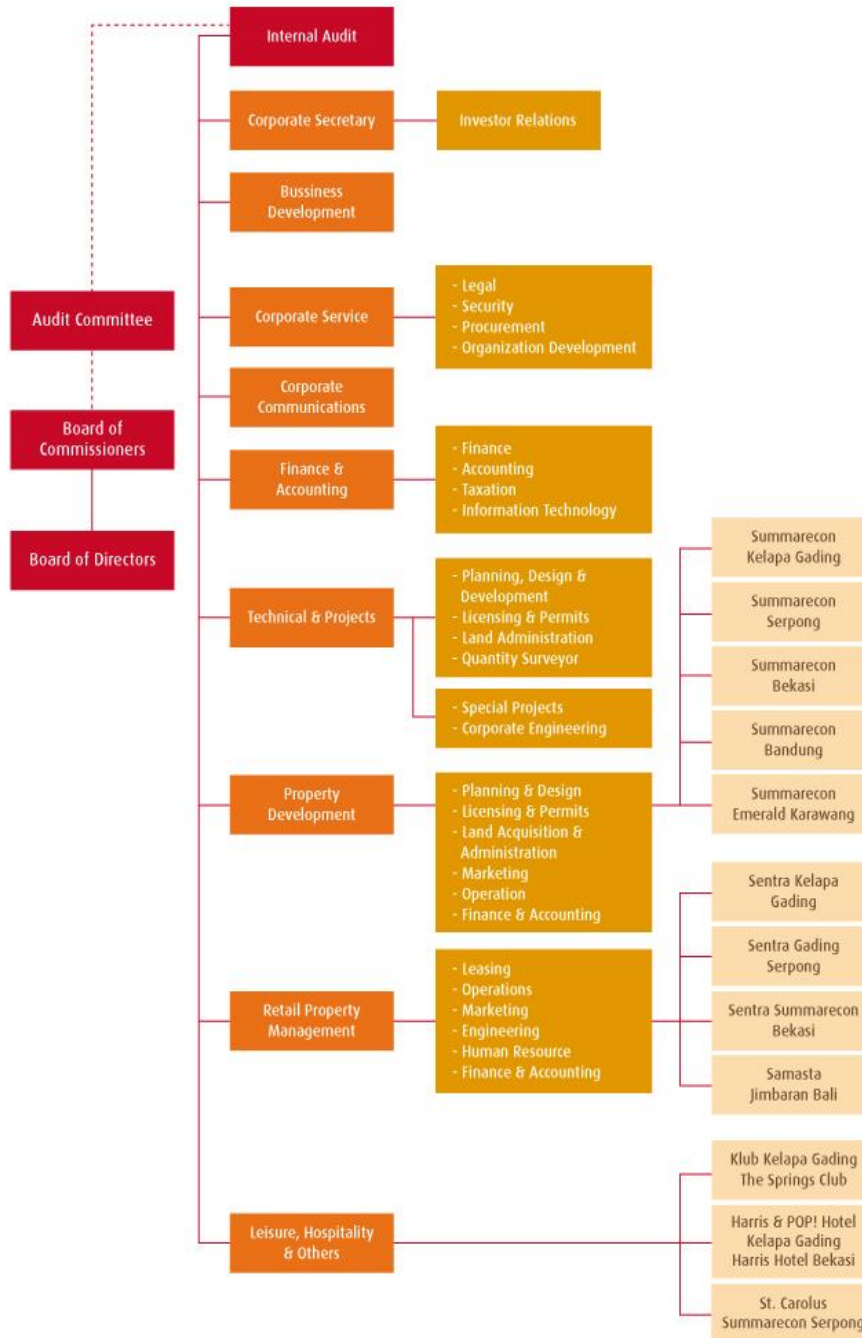
#### 6. *Commitment:*

- a. Menepati janji.
- b. Gigih dalam hati mencapai target.

## 2.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan

### 2.1.5.1 Struktur Organisasi PT. Summarecon Agung, Tbk.

**Bagan 2.1 Struktur Organisasi PT. Summarecon Agung, Tbk.**

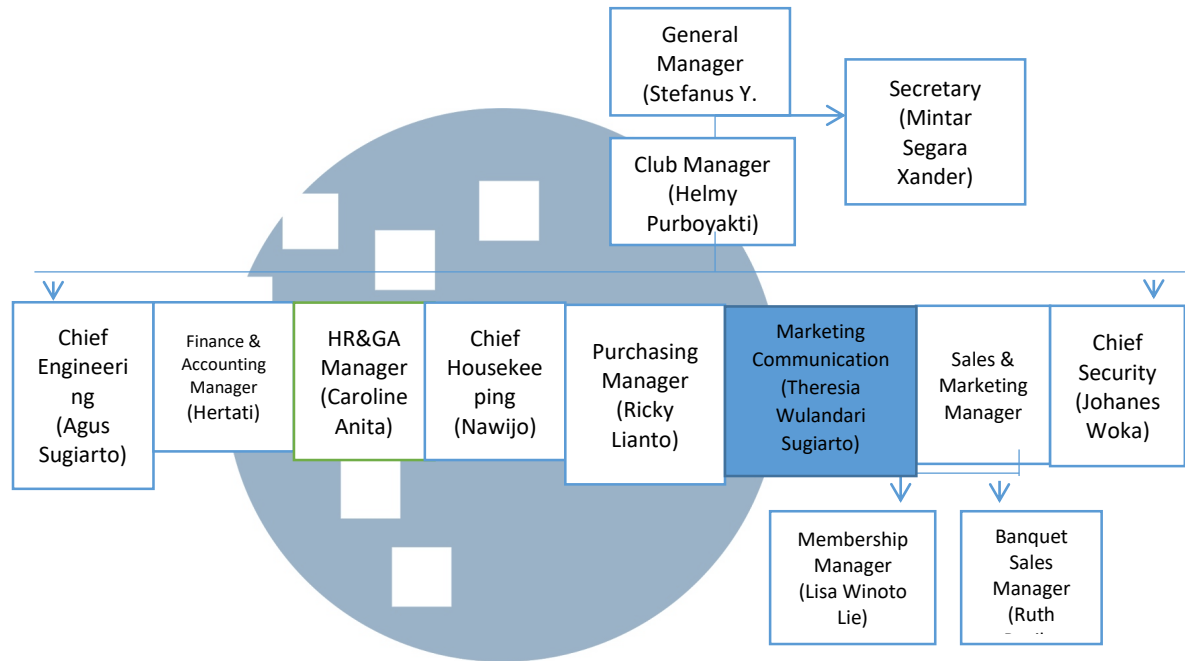


**Sumber: Website Perusahaan**



### 2.1.5.2 Struktur Organisasi The Springs Club

Bagan 2.2 Struktur Organisasi The Springs Club



Sumber: The Springs Club

Setiap Jabatan tentunya memiliki wewenang dan kewajibannya masing-masing. Berikut adalah job description dari masing-masing jabatan:

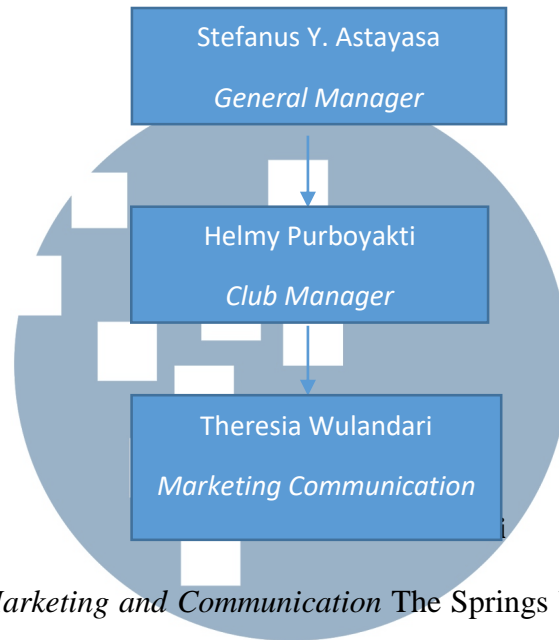
1. *General Manager* bertugas menjadi seorang pemimpin perusahaan, menentukan kebijakan untuk kemajuan perusahaan dan juga merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan juga mengkoordinasi semua aktivitas bisnis yang berjalan di perusahaan.
2. *Club Manager* bertugas untuk memberikan bimbingan dan juga dukungan secara langsung kepada bawahan agar dapat melakukan pekerjaan dengan baik.
3. *Chief Engineering* bertugas dalam membantu dan juga bertanggung jawab pada semua hal yang berkaitan dengan *engineer*.

4. *Finance & Accounting Manager* bertugas dalam mengatur pendapatan dan pengeluaran perusahaan, serta mengatur alur uang dalam perusahaan.
5. *HR&GA Manager*, HR bertugas secara penuh terhadap sumber daya manusia, mulai dari perekrutan karyawan baru hingga urusan kontrak kerja dalam perusahaan. Sedangkan GA bertugas melakukan pengelolaan kendaraan dinas, perawatan gedung, kantor dll.
6. *Chief Housekeeping* bertugas untuk menjaga dan merawat kebersihan kantor.
7. *Purchasing Manager* bertugas dalam melakukan pembelian barang kantor, selain itu juga membuat laporan pembelian dan pengeluaran barang kantor.
8. *Marketing Communication* bertugas dalam memahami produk dari perusahaannya dan memiliki kemampuan dalam bidang pemasaran dan juga komunikasi, selain itu juga ia harus sigap berkoordinasi dengan team untuk menyelesaikan masalah yang ada yang menyangkut nama baik perusahaan.
9. *Sales & Marketing* bertugas dalam menentukan harga jual sebuah produk, serta membuat sistem promosi untuk memastikan tercapainya target penjualan.
10. *Security* bertugas selama 24 jam dalam menjaga dan mengamankan aset perusahaan dari adanya tindak kejahatan. Serta menjaga keamanan perusahaan.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 2.2.1 Ruang Lingkup Kerja Divisi

**Bagan 2.3 Struktur *Marketing Communication***



*Marketing and Communication* The Springs bertanggung jawab untuk mengkomunikasikan dan juga memberikan *image* yang baik kepada Publik. *Marketing Communication* di The Springs bertanggung jawab dalam membangun reputasi perusahaan dan juga bertanggung jawab untuk membangun *brand awareness* melalui berbagai media, seperti dalam halnya media promosi, *social media*, dan juga membuat *event* eksternal yang dapat menghubungkan antara *customer* dengan perusahaan, agar publik menjadi *aware* dengan perusahaan.

Selain itu, *Marketing Communication* juga membangun hubungan baik dengan para media, seperti mengadakan Media Gathering saat ada *event* yang sedang di selenggarakan di The Springs.