

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Perusahaan PT Summarecon Agung pertama kali terbentuk pada November tahun 1975 oleh Bapak Soetjipto Nagaria (Summarecon.com, 2017). Pembangunan pertama yang dilakukan Summarecon adalah pada September tahun 1976 yang berlokasi pada Kelapa Gading Permai. Pembangunan pada tahun 1976 menjadi cikal bakal pembangunan daerah Kelapa Gading dan menjadi salah satu proyek dari Summarecon. Sekarang Summarecon telah dikenal untuk pembangunannya pada proyek seperti pada Kelapa Gading, Serpong, Bekasi, Bandung, Karawang, Makassar maupun Bogor. Bisnis grup Summarecon terbagi menjadi 3, yaitu pembangunan properti, manajemen dan investasi properti, rekreasi, *hospitality* (perhotelan), dan lainnya.

Perusahaan ini memiliki tujuan untuk menyejahterakan kehidupan yang baik melalui pembangunan dunia yang diimpikan (Summarecon.com, 2017). Dalam mencapai tujuan perusahaan, Summarecon memiliki visi berupa “menjadi teman sepanjang waktu dalam membangun komunitas melalui ekosistem kehidupan yang harmonis dan berkelanjutan” serta misi “menciptakan terobosan inovasi perkotaan yang dapat meningkatkan nilai ekonomi dari sekeliling kami, membangun tim yang berkomitmen, adaptif dan fokus pada menyajikan nilai untuk pelanggan, serta aktif berkontribusi untuk menciptakan lingkungan yang sehat dan berkelanjutan”. Dalam menjalankan bisnisnya, Summarecon menjunjung nilai dasar berupa CARING dan senantiasa mengungkapkan kebaikan dan kepedulian pada sesama melalui bisnis yang dikelola. CARING merupakan singkatan dari *C (commitment)*, *A (agility)*, *C (care)*, *I (integrity)*, *N (collaboration)*, dan *G (gratitude)*.

Dalam mencapai kesuksesan perusahaan sekarang, Summarecon memiliki tata kelola perusahaan yang konsisten dan berkesinambungan

(idnfinancials.s3.amazonaws.com, 2016). Dengan adanya pengelolaan perusahaan yang baik, Summarecon memastikan keberlangsungan usaha dalam jangka waktu yang lama. Tata kelola perusahaan ini dilandasi dengan etika bisnis dan budaya yang baik dengan diterapkannya nilai “*IT IS BEST @ Summarecon*” yang dijadikan nilai kesuksesan dari perusahaan ini. *IT IS BEST* sendiri merupakan singkatan dari *I (integrity)*, *T (teamwork)*, *I (improvement)*, *S (Service Excellence)*, *B (Balance Life)*, *E (fast, effective, efficient)*, dan *T (Commitment)*.

Perusahaan Summarecon dikenal dengan warna oranye dan hijaunya yang sangat khas. Identitas tersebut terlahir dari pemberian identitas yang kuat. Melalui *identity guidelines* Summarecon dapat dilihat arti dari logo perusahaan yang sangat khas.

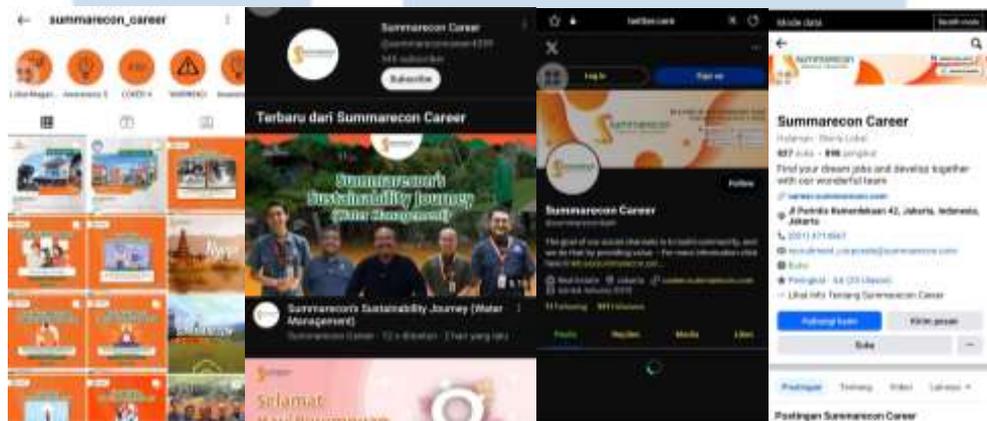


Gambar 2.1 Logo Perusahaan
Sumber: (Dokumentasi Perusahaan)

Bentuk S besar yang mengadaptasi kelembutan dan simbol dari kedinamisan yang melambangkan komitmen Summarecon untuk selalu adaptif terhadap perubahan dalam budaya manusia. Mengingat sejarah Summarecon yang merupakan warisan berharga yang perlu dipertahankan dan menjadi modal kemajuan mendatang disimbolkan dalam penulisan “summarecon” dengan warna hijau tua. Hal ini juga melambangkan stabilitas dan mapan tetapi tetap memiliki keramahan dan sosial yang tinggi. Warna kuning dan oranye merupakan warna yang melambangkan Summarecon itu sendiri. Kuning melambangkan intuisi berbisnis, oranye mengibaratkan tanah dan penggabungan kedua warna itu melambangkan Summarecon yang berbisnis secara optimis dengan mengembangkan lahan baru. Logo ini melambangkan Summarecon sebagai sebuah perusahaan yang berkarya secara intelektual, berinteraksi secara

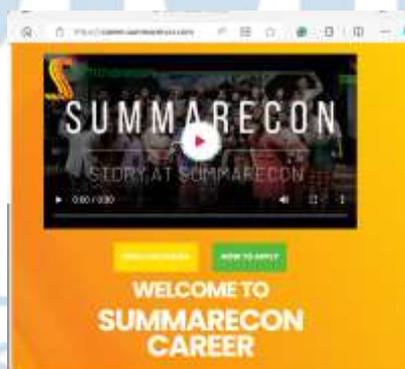
emosional, dan memberikan kontribusi spiritual terhadap perusahaan, karyawan serta masyarakat.

Dalam upaya membantu menghubungkan perekrut dengan pelamar dibuatlah Summarecon Career yang berada pada divisi *recruitment & hiring*. Summarecon Career juga memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, maupun Youtube untuk membantu mengiklankan *job offer* yang dibutuhkan *user*. Pada media sosial di *posting* iklan-iklan *job offer* yang telah diminta oleh *user*. Selain iklan juga ada konten lain seperti kegiatan yang dilakukan karyawan, *trivia*, *special day*, dan artikel.



Gambar 2.2 Media Sosial Summarecon Career
Sumber: (Dokumentasi Perusahaan)

Selain menggunakan media sosial ada beberapa media lain yang digunakan untuk memperlihatkan *employee branding* serta perekrut adalah situs kompeni dan situs lowongan pekerjaan.



Gambar 2.3 Website Summarecon Career
Sumber: (Dokumentasi Perusahaan)

Jika ada pelamar yang tertarik untuk melamar pada Summarecon akan diarahkan untuk kembali mendaftarkan diri melalui *website* *summareconcareer.com*. Setelah mendaftar melalui *website* lalu pelamar dapat menunggu langkah selanjutnya.

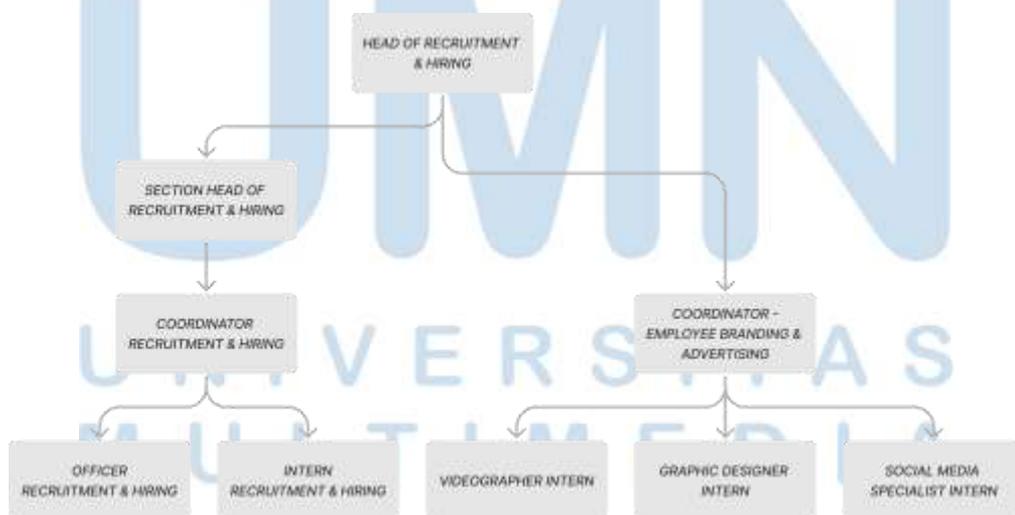


Gambar 2.4 Situs lamaran pekerjaan Summarecon Career
Sumber: (Dokumentasi Perusahaan)

Situs lamaran pekerjaan, Summarecon Career juga memiliki akun pada situs LinkedIn serta Glints. Dari kedua situs ini perekrut dapat mencari dan menghubungi kandidat yang berminat melamar.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Untuk menjalankan sebuah perusahaan dibutuhkan pengelolaan divisi yang baik. Begitu pula pada Summarecon Career memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.5 Contoh Bagan Struktur Organisasi Summarecon Career Branding
Sumber: (Dokumentasi Perusahaan)

Berdasarkan hasil diskusi dengan pembimbing eksternal, berikut ini merupakan struktur organisasi dari Summarecon Career Branding. Diana Lucia, *Head of recruitment & hiring* bertugas mengawasi kerja dari rekruter dan juga *employee branding* Summarecon Career. Divisi *recruitment & hiring* bertugas untuk mencari kandidat pelamar untuk lowongan yang telah diajukan oleh *user*, melakukan *interview* dan juga proses seleksi kepada pelamar. Divisi *employee branding & advertising* bertugas untuk membantu membuat iklan melalui media sosial Summarecon Career untuk mempermudah kandidat dalam mencari posisi yang sesuai.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a circular emblem with a stylized 'U' and 'M' inside, and the letters 'UMMN' in a bold, sans-serif font below it.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A