

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Serpong Cipta Kreasi merupakan anak perusahaan PT Summarecon Agung Tbk. yang didirikan oleh Bapak Soetjipto Nagaria bersama dengan rekan-rekannya pada tahun 1975. PT Summarecon Agung Tbk. memulai pembangunannya di wilayah terpencil kota Jakarta berupa rawa yang berukuran sebesar 10 hektar hingga menjadi kawasan berkembang, Kelapa Gading. Seiring berjalannya waktu, Summarecon menjadi salah satu perusahaan properti terkemuka yang khususnya dikenal sebagai pengembang kota mandiri terpadu atau *township* di sejumlah wilayah Indonesia. Kota mandiri diintegrasikan sebagai perumahan komersial yang didukung dengan fasilitas lengkap sesuai dengan kebutuhan para penghuni. Summarecon berkomitmen dalam mengelola keseluruhan bidang properti yang meliputi konsep arsitektur, perencanaan dan penataan kota, pembangunan infrastruktur, serta teknik dan manajemen proyek konstruksi maupun kota terpadu yang didukung keahlian dan kehandalan karyawan. Karyawan Summarecon berdedikasi kepada para pelanggan dalam mengerahkan pengetahuan dan keterampilannya demi menjamin kepuasan terhadap hasil yang didapatkan.

Setelah membangun kota terpadu di Jakarta Utara, PT Summarecon Agung Tbk., melihat potensi yang besar pada wilayah Serpong, Kabupaten Tangerang. Wilayah yang berada 21 kilometer dari arah barat Jakarta ini, dikelola oleh PT Serpong Cipta Kreasi atau yang lebih akrab dikenal sebagai Summarecon Serpong. Pada tahun 2004, Summarecon Serpong mulai mengembangkan kawasan Gading Serpong seluas 800 hektar menjadi kota mandiri yang memiliki fitur dengan teknologi *modern*, namun tetap asri dan berorientasi terhadap alam. Kota mandiri yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik, melainkan memperhatikan aspek sosio dan psikologis masyarakat. Pengembangan proyek di Summarecon Serpong diawali dengan berdirinya beberapa hunian dan kawasan

utama yaitu Pondok Hijau Golf, Scientia Garden, The Springs, Serpong M-Town, dan Symphonia. Meskipun memiliki konsep yang berbeda-beda, setiap hunian memiliki akses pintu keluar-masuk dengan keamanan yang terintegrasi (*gated community*). Hunian berlokasi strategis sehingga dekat dari jantung kota dan dihubungkan dengan akses jalan yang mulus. Selaras pada komitmen pendiri, Summarecon Serpong membangun kawasan yang berkelanjutan dengan dilengkapi fasilitas seperti sekolah, universitas, perkantoran, rumah sakit, perbankan, hotel, pusat perbelanjaan seperti *mall* yaitu Summarecon Mall Serpong, dan ruko komersial. Ruko komersial banyak diisi oleh industri sandang, pangan, dan hiburan dalam rangka memenuhi kebutuhan sekaligus memajukan usaha masyarakat. Fasilitas tersebut juga memperhatikan peningkatan perekonomian dan penyediaan lapangan kerja baru.

Selain itu, Summarecon Serpong memahami bahwa hunian bukanlah hanya sekadar tempat tinggal. Dengan demikian, Summarecon Serpong menciptakan lingkungan dengan komunitas inklusif dan membangun ruang yang memfasilitasi interaksi sosial antar penghuni. Sebuah lingkungan yang memungkinkan masyarakat untuk saling mendukung dan menghargai sesama di sekelilingnya, termasuk alam ciptaan yang hidup berdampingan dengan manusia. Kehidupan masyarakat yang berjalan secara harmonis dan hubungan yang terjalin baik menjadi penggambaran Summarecon Serpong dalam membangun sebuah rumah. Summarecon Serpong berupaya memberikan pemahaman bahwa rumah merupakan salah satu bentuk pencapaian besar. Rumah dapat dirancang sedemikian rupa agar sesuai dengan preferensi penghuni sekaligus dinikmati hingga masa tua sebagai investasi. Rumah yang ditawarkan juga dapat dikreasikan sesuai dengan gaya dan personalitas penghuni sebagai sebuah hal yang berharga serta memiliki kesan yang mendalam bagi masing-masing individu.

Pemahaman akan kebutuhan aktualisasi diri juga didukung oleh Summarecon Serpong dengan menyediakan fasilitas penunjang aktivitas tumbuh dan kembang. Contohnya seperti *club house* yang berisi kolam renang untuk orang dewasa dan anak-anak serta *children playground* pada setiap hunian, The

Springs Club sebagai tempat yang lengkap untuk berolahraga, serta Scientia Square Park sebagai taman rekreasi dan edukasi dalam menggali potensi diri. Saat ini, Summarecon Serpong telah berhasil membangun kurang lebih 320 hektar dengan lebih dari 50 *cluster* perumahan dan ruko komersial. Terdapat sekitar 200–300 unit rumah di setiap *cluster* yang secara keseluruhan mencapai lebih dari 12.000 unit rumah. Selain itu, terdapat 6.000 unit apartemen, 1.800 kavling perumahan, dan 2.000 unit ruko komersial dalam menunjang kebutuhan penghuni. Melalui pengembangan kota mandiri, PT Serpong Cipta Kreasi atau Summarecon Serpong menyeimbangkan pembangunan tempat tinggal dengan fasilitas pemenuh kebutuhan dan gaya hidup di sekitarnya.

2.1.1 Visi Misi PT Serpong Cipta Kreasi

Sejalan dengan visi dan misi PT Summarecon Agung Tbk., PT Serpong Cipta Kreasi atau Summarecon Serpong memiliki cita-cita untuk membangun dan mengembangkan kehidupan yang indah dengan harmonisasi dan penyelarasan sumber daya secara seimbang. Berdasarkan tujuan tersebut, visi dan misi PT Serpong Cipta Kreasi adalah sebagai berikut.

A. Visi

Menjadi teman sejati yang menemani sepanjang waktu dalam membentuk komunitas yang harmonis sehingga ekosistem kehidupan dapat berjalan dengan baik dan berkelanjutan.

B. Misi

1. Menciptakan inovasi dan terobosan baru terhadap penataan sistem perkotaan yang mampu meningkatkan nilai perekonomian di lingkungan sekitar.
2. Membangun tim yang berfokus dan berkomitmen dalam menyajikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan nilai-nilai yang dianut serta adaptif dalam menghadapi segala bentuk perubahan.

3. Aktif berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang mementingkan sektor kesehatan dan pembangunan yang berkelanjutan.

2.1.2 Nilai-Nilai PT Serpong Cipta Kreasi

Dalam mewujudkan visi dan misi yang telah dipaparkan, PT Serpong Cipta Kreasi berorientasi pada nilai yang telah ditanamkan oleh PT Summarecon Agung Tbk. untuk menghasilkan tenaga kerja yang tidak hanya memiliki kemampuan yang mumpuni melainkan juga berkarakter. Karakter baik diturunkan berdasarkan nilai “*CARING*” yang secara pengertian berarti kepedulian. Nilai “*CARING*” merupakan singkatan dari 6 pilar utama yang mengekspresikan kebaikan dan kepedulian terhadap sesama. Enam pilar utama yang dimaksud adalah *Commitment*, *Agility*, *CaRe*, *Integrity*, *CollaboratioN*, dan *Gratitude*.



Expressing kindness and concern for others

Mengungkapkan kebaikan dan kepedulian terhadap orang lain

Gambar 2.1 Nilai “*CARING*” PT Serpong Cipta Kreasi
Sumber: Laman Resmi PT Summarecon Agung Tbk. (www.summarecon.com), 2024

Nilai tersebut memuat bagaimana integritas diri menjadi cerminan dari kepedulian yang akan dipersembahkan kepada orang lain. Secara lebih rinci, keenam pilar tersebut diungkapkan melalui gambar dan penjelasan berikut ini:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.2 Enam Pilar Nilai “CARING” PT Serpong Cipta Kreasi
 Sumber: Laman Resmi PT Summarecon Agung Tbk. (www.summarecon.com), 2024

1. *Commitment*

Nilai ini menjunjung tinggi tanggung jawab dan profesionalisme kerja dalam memberikan dedikasi penuh terhadap apapun yang sedang dikerjakan. Selalu disiplin dan konsisten dalam setiap tindakan dan memiliki akuntabilitas yang jelas saat membuat keputusan. Mencerminkan komitmen untuk bertindak sesuai dengan citra perusahaan sebagai upaya menjaga standar dalam setiap pekerjaan. Mampu berorientasi terhadap hasil yang terbaik dengan selalu tekun dan teratur. Secara kolaboratif, nilai ini mengarah pada kerja sama tim dan loyalitas terhadap sesama maupun perusahaan.

2. *Agility*

Nilai *agility* menunjukkan ketangkasan dan kelincahan dalam bertindak. Secara cepat, pekerja dapat memilih dan memutuskan tindakan terbaik. Nilai tersebut juga memuat bagaimana proses pengerjaan dilakukan dengan efektif sehingga membuahkan hasil yang efisien. Dalam hal ini, pekerja dituntut untuk memperoleh pembelajaran yang dapat digunakan secara berkelanjutan mengikuti perkembangan zaman. Setiap pekerja harus memiliki kemampuan adaptif dalam menghadapi perubahan dan *skills* yang relevan. Keberanian dalam menghadapi resiko, mengarahkan pekerja agar selalu fokus terhadap apa yang sedang

dikerjakan dan dengan cerdas mengambil tindakan yang benar. Melalui nilai ini, pekerja dapat bertumbuh dan berkembang sesuai dengan kebutuhan.

3. *Care*

Kata “*care*” diartikan sebagai kepedulian yang dalam nilai ini secara khusus ditujukan kepada pelayanan terhadap sesama. Sebagai makhluk sosial, pekerja diharapkan dapat memiliki kehidupan yang seimbang antara diri sendiri dan orang lain. Keseimbangan ini dapat diperoleh dengan menjunjung tinggi rasa saling memiliki dan empati yang diaplikasikan melalui keunggulan layanan yang selalu diberikan kepada pelanggan. Dalam memberikan pelayanan terbaik, pekerja harus memiliki kepekaan atau sensitivitas terhadap permasalahan yang sedang dialami pelanggan, menghadapinya dengan bijaksana, dan memberikan solusi yang tepat. Selalu mementingkan *family values* dan kesejahteraan berbagai pihak.

4. *Integrity*

Pilar integritas mengarah kepada nilai kepercayaan, kejujuran, keadilan, moralitas, etika, ketulusan, dan keikhlasan. Nilai-nilai penting yang wajib diamalkan sebagai dasar dari segala perkataan maupun perbuatan. Integritas juga mengarah kepada kemauan untuk menggunakan seluruh kemampuan yang dimiliki secara maksimal dalam memperoleh hasil yang terbaik. Dalam hal ini, integritas menyangkut kredibilitas dimana pekerja dapat diandalkan untuk mengemban tugas dan tanggung jawab yang diberikan.

5. *Collaboration*

Nilai ini memuat bagaimana bekerja sama di dalam tim dengan menunjukkan sikap toleransi, pemikiran yang terbuka, dan komunikatif. Dengan berkolaborasi, pekerja dapat meningkatkan pengetahuan dan memperoleh berbagai *insight* baru. Nilai ini juga berhubungan dengan kemitraan yang dijalani bersama *stakeholders* di dalam maupun di luar perusahaan sehingga mampu menciptakan inovasi yang kreatif demi

keberlangsungan dan kemajuan perusahaan. Pada saat melakukan kolaborasi, dibutuhkan kekompakan antar anggota tim dan dukungan dari departemen lainnya sehingga dapat tercipta *improvement* yang signifikan.

6. *Gratitude*

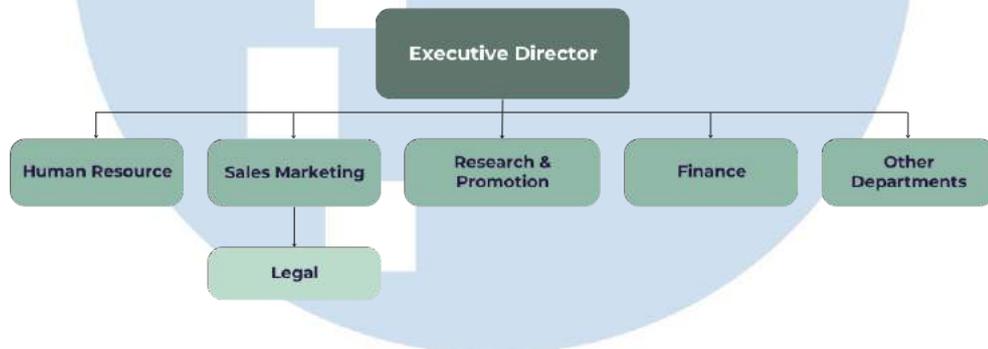
Rasa syukur harus hadir dalam setiap langkah manusia sehingga dapat menjalani kehidupan dengan sepenuh hati. Rasa syukur dalam nilai ini berarti menghormati keberadaan satu sama lain. Sikap yang melibatkan nilai *humility* dan *humanistic* yaitu pendekatan yang mengutamakan kebermaknaan dan kesejahteraan manusia secara keseluruhan. Dengan didasari nilai ini, pekerja harus memiliki rasa terima kasih dan mengakui orang lain sebagai seorang individu yang unik. Perbuatan baik yang dilakukan oleh sesama hendaknya diterima secara positif dan diapresiasi sebagai bentuk menghargai kontribusi yang telah diberikan. Lebih dari itu, rasa syukur dalam hal ini mengajarkan mengenai *compassion* atau sikap berbela rasa. Kemampuan merasakan dan memahami perasaan orang lain serta melakukan hal baik berupa timbal balik kepada lingkungan sekitar. Kehadiran perusahaan di tengah masyarakat yang diterima secara baik harus dibalas dengan tanggung jawab sosial sebagai dengan melibatkan dan mendengarkan kebutuhan komunitas serta mengambil bagian dalam pencapaian tujuan bersama.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Struktur Organisasi PT Serpong Cipta Kreasi

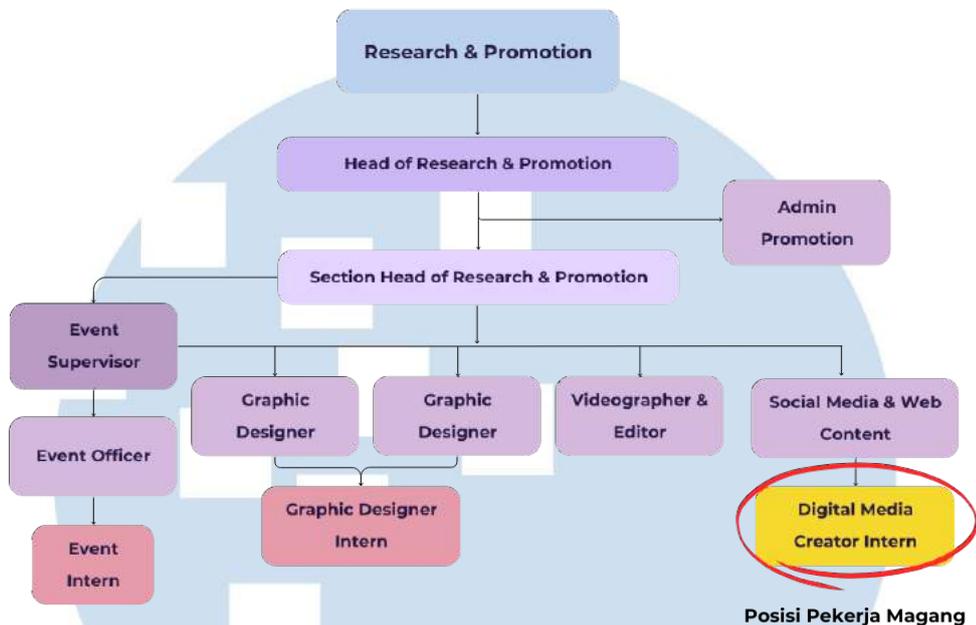
Dalam sebuah perusahaan, terdapat struktural yang bertugas untuk menjalankan fungsi sesuai dengan kebutuhan perusahaan. PT Serpong Cipta Kreasi memiliki berbagai departemen yang bertanggung jawab dalam mengoperasikan seluruh tata dan pengelolaan perusahaan yang bergerak di sektor properti. Penyesuaian terhadap departemen dan jumlah Sumber Daya Manusia (SDM) dilakukan oleh PT Serpong Cipta Kreasi dalam menciptakan lingkup kerja yang efektif dan efisien. Beberapa departemen di PT Serpong Cipta Kreasi digambarkan melalui struktur atau bagan organisasi berikut:



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Serpong Cipta Kreasi
Sumber: Olahan Pekerja Magang, 2024

Salah satu departemen yang berkaitan langsung dengan pemberian informasi, penyelenggaraan acara, pembuatan konten dan pemasangan iklan, serta peningkatan *awareness* hingga mempengaruhi tingkat penjualan adalah Departemen Riset dan Promosi. Departemen Riset dan Promosi PT Serpong Cipta Kreasi berisikan posisi yang berhubungan dengan industri kreatif yang berfungsi untuk melakukan analisis terhadap *target market* dan mengelola seluruh konten maupun acara yang digambarkan dalam bagan berikut ini:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.4 Bagan Departemen Riset dan Promosi PT Serpong Cipta Kreasi
 Sumber: Olahan Pekerja Magang, 2024

Berdasarkan struktur organisasi di atas, kedudukan tertinggi di PT Serpong Cipta Kreasi berada pada *Executive Director*. Terdapat beberapa departemen yang dinaungi yaitu *Human Resource*, *Sales Marketing*, *Research & Promotion*, *Finance*, dan departemen lainnya. Pada departemen *Research & Promotion*, terdapat Kepala Departemen yang didampingi secara langsung oleh seorang Admin Promosi. Kepala Departemen memiliki Kepala Seksi dan *Supervisor Acara*. Dalam pelaksanaannya, terdapat *Event Officer* dan *Event Intern* serta *role* yang melengkapi masing-masing unit yang dibutuhkan seperti *Graphic Designer* dan *Graphic Designer Intern*, *Videographer & Editor* dan *Videographer & Editor Intern*, serta *Social Media & Web Content*. Kedudukan pekerja magang berada di bawah *Social Media & Web Content* yaitu sebagai *Digital Media Creator Intern*.