

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Summarecon Serpong

Sumber: Laman Resmi PT Summarecon Agung Tbk. (www.summarecon.com), 2024

PT Summarecon Agung Tbk. didirikan pada tahun 1975 oleh Bapak Soetjipto Nagaria bersama rekan-rekannya. Perusahaan ini memulai perjalanannya dengan mengembangkan lahan seluas 10 hektar yang dulunya berupa rawa-rawa di daerah terpencil Jakarta. Berkat upaya para pendiri, kawasan tersebut kini berkembang menjadi Kelapa Gading menjadi salah satu area paling bernilai di ibu kota.

Summarecon telah berkembang selama bertahun-tahun menjadi salah satu perusahaan real estat terkemuka, terutama dalam pengembangan kota mandiri di seluruh Indonesia. Summarecon telah membangun reputasi yang kuat sebagai salah satu pengembang real estat terkemuka di Indonesia selama bertahun-tahun, terutama dalam pembangunan kota mandiri. Perusahaan ini terkenal sebagai pengembang handal yang dapat menyelesaikan berbagai proyek real estat di wilayah Jakarta karena pengalaman, keahlian, dan staf yang berkomitmen. Kawasan ini mudah diakses melalui jalan tol dan kereta api ke pusat kota Jakarta. Summarecon Serpong, yang mencakup 850 hektar, merupakan pusat dari sebuah kota terpadu yang membentang seluas 8.000 hektar.

Sejak tahun 2004, Summarecon Serpong merupakan salah satu unit bisnis Summarecon yang telah sukses mengembangkan lebih dari 50 *cluster* perumahan dan komersial di lahan seluas sekitar 320 hektar. Hingga kini, Summarecon Serpong telah membangun lebih dari 12.000 unit rumah, 6.000 unit apartemen, 1.800 kavling perumahan, serta 2.000 unit ruko. Berbagai fasilitas juga telah dikembangkan, termasuk pusat perbelanjaan Summarecon Mal Serpong seluas 150.000 m², Pasar Modern Sinpasa, pusat kuliner terbuka Salsa Food City, pusat otomotif Bursa Mobil Summarecon Serpong, menara perkantoran Plaza Summarecon Serpong, lapangan golf, klub rekreasi The Springs Club, taman edukasi hijau Scientia Square Park, hingga Universitas Pradita.

Beberapa proyek utama yang telah dikembangkan di Summarecon Serpong mencakup Pondok Hijau Golf seluas 120 hektar, Scientia Garden seluas 200 hektar, The Springs dengan luas 150 hektar, serta Apartemen Serpong M-Town yang berdiri di atas lahan 6 hektar. Selain itu, pada akhir tahun 2017, kawasan baru bernama Symphonia resmi diperkenalkan. Setiap *cluster* perumahan terdiri dari 200 hingga 300 unit rumah dengan sistem keamanan satu pintu (*gated community*) serta dilengkapi berbagai fasilitas, seperti *club house*, kolam renang, dan taman bermain anak. Manajemen *estate* dikelola dengan standar terbaik oleh Summarecon dan dirancang dengan konsep ramah lingkungan serta didukung teknologi modern untuk menciptakan kawasan yang nyaman dan asri. Summarecon juga melengkapi kawasan ini dengan berbagai fasilitas pendukung, seperti institusi pendidikan, area rekreasi, hotel, layanan perbankan, serta rumah sakit St. Carolus Summarecon Serpong.

2.1.1 Visi Misi Perusahaan

Summarecon memiliki visi dan misi untuk menjadi pengembang properti di Indonesia yang terunggul di antara pengembang properti lainnya dengan *tagline* “*Wonderful Life, Wonderful World*”. Summarecon ingin memberikan nilai ekonomi yang terbaik serta berkontribusi dalam menjaga lingkungan dan

melaksanakan tanggung jawab sosial. Dalam mencapai tingkat kompetisi tersebut, Summarecon memiliki visi dan misi tersendiri yaitu:

- a. Visi: “Menjadi teman sepanjang waktu dalam membangun komunitas dengan ekosistem kehidupan yang harmonis dan berkelanjutan”.
- b. 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”.

2.1.2 Nilai Inti PT Cipta Kreasi Serpong



Gambar 2.2 Enam Pilar Nilai “CARING” PT Serpong Cipta Kreasi

Sumber: Laman Resmi PT Summarecon Agung Tbk. (www.summarecon.com), 2024

Konsep dari nilai-nilai yang diterapkan oleh PT Serpong Cipta Kreasi mengandung unsur pesan yang kuat di setiap pilar di antaranya:

1. *Commitment*

Nilai *commitment* yang menekankan pentingnya membangun kepercayaan, menanggulangi rintangan dan pembentukan karakter akan tanggung jawab, profesionalisme, loyalitas, dedikasi, akuntabilitas, introspeksi, konsistensi, dan disiplin sebagai landasan keseriusan dalam menjalankan tugas.

2. *Agility*

Nilai *Agility* menggambarkan kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat melalui sikap tanggap, efektif dan efisien, pembelajaran berkelanjutan, fokus, kecerdasan, keberanian, serta dorongan untuk terus bertumbuh.

3. *Care*

Nilai *Care* mencerminkan rasa kepedulian yang mendalam terhadap keseimbangan hidup, nilai-nilai kekeluargaan, keunggulan dalam pelayanan, kebijaksanaan, empati, kesejahteraan, rasa memiliki, serta kepekaan terhadap situasi krisis.

4. *Integrity*

Nilai *Integrity* menegaskan pentingnya integritas melalui kepercayaan, kejujuran, keadilan, moralitas, etika, keandalan, ketulusan, dan peran sebagai teladan.

5. *Collaboration*

Nilai *Collaboration* menekankan kerjasama tim, inovasi, peningkatan berkelanjutan, kemitraan strategis, sikap berpikiran terbuka, komunikasi yang efektif, serta toleransi dalam bekerja.

6. *Gratititude*

Nilai *Gratitude* atau rasa syukur mengajak setiap individu untuk menghormati, bersikap rendah hati, menjalankan tanggung jawab sosial, bersyukur, mengapresiasi, berpikiran positif, menunjukkan kasih sayang, dan bersikap humanis.

Penetapan nilai-nilai utama dalam konsep *Caring* bertujuan untuk membangun budaya kerja yang kuat, profesional, dan berorientasi pada kesejahteraan bersama. Nilai-nilai ini tidak hanya menjadi pedoman dalam

menjalankan tugas dan tanggung jawab, tetapi juga membentuk karakter individu dalam berinteraksi dengan rekan kerja dan lingkungan sekitar. *Commitment, Agility, Care, Integrity, Collaboration, dan Gratitude* menjadi nilai yang saling melengkapi dalam menciptakan keseimbangan antara kinerja, moralitas, serta hubungan sosial yang harmonis. Dengan menerapkan nilai-nilai ini, sebuah organisasi dapat mencapai keberlanjutan secara konsisten, inovasi, serta lingkungan kerja yang lebih positif dan produktif.

2.1.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk perencanaan strategis dan manajemen strategis dalam organisasi. Alat ini dapat digunakan secara efektif untuk membangun strategi organisasi dan strategi kompetitif. Analisis SWOT adalah kerangka kerja perencanaan strategis yang digunakan dalam evaluasi sebuah organisasi, rencana, proyek, atau aktivitas bisnis. Analisis SWOT memiliki dua dimensi: Internal dan eksternal. Dimensi internal meliputi faktor organisasi, strengths atau kekuatan dan weakness atau kelemahan serta dimensi eksternal meliputi faktor lingkungan yaitu opportunities atau peluang dan threats atau ancaman (Gurel, 2017, hlm. 995).

Berikut analisis SWOT diantaranya:

1. *Strengths*

Perusahaan PT Serpong Cipta Kreasi menempati lokasi yang sangat strategis di kawasan Gading Serpong, Tangerang dan memiliki konektivitas transportasi yang baik dan berkembang pesat sebagai wilayah hunian dan komersial. Keunggulan lokasi ini didukung oleh ketersediaan fasilitas umum yang lengkap seperti pusat perbelanjaan, sekolah, pasar, rumah sakit dan sebagainya. Selain itu, PT Serpong Cipta Kreasi telah membangun reputasi positif di masyarakat melalui kualitas konstruksi bangunan dan layanan pelanggan yang konsisten. Segmen pasar yang disasar juga cukup luas, mencakup kalangan menengah hingga atas dan memiliki kekuatan finansial yang memadai untuk mendukung keberlanjutan proyek serta pengembangan fasilitas yang ada.

2. *Weaknesses*

Perusahaan PT Serpong Cipta Kreasi masih menghadapi kendala berupa keterlambatan dalam pelaksanaan dan penyelesaian beberapa proyek baru yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen dan kredibilitas di mata pasar. Selain itu, hingga saat ini perusahaan belum memiliki tim internal yang secara khusus menangani riset dan analisis terhadap dinamika pasar properti, yang berpotensi dapat menghambat respons terhadap perubahan algoritma pemasaran dan kebutuhan konsumen.

3. *Opportunities*

PT Serpong Cipta Kreasi memiliki potensi besar untuk berkembang dan meningkat dari segi pertumbuhan populasi. Sehingga, hal ini dapat menjadi faktor terhadap peningkatan daya beli dalam sektor properti. Wilayah Gading Serpong menunjukkan potensi besar untuk dikembangkan dengan membuka peluang ekspansi usaha perusahaan di kawasan pariwisata, pusat bisnis dan perkantoran.

4. *Threats*

Perusahaan PT Serpong Cipta Kreasi menghadapi tingkat persaingan yang tinggi dari pengembang properti lain yang telah memiliki pasar yang kuat seperti BSD City, Paramount dan Sinar Mas Land. Tantangan lain yang cukup signifikan adalah keterbatasan lahan di kawasan strategis, yang dapat membatasi wilayah dalam mengembangkan proyek baru di masa mendatang.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur organisasi yang terdapat dalam perusahaan PT Summarecon Agung:

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



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Serpong Cipta Kreasi
 Sumber: Laman Resmi PT Summarecon Agung Tbk. (www.summarecon.com), 2024

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 2.4 Bagan Departemen PT Serpong Cipta Kreasi
 Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Berdasarkan struktur organisasi di atas, kedudukan tertinggi di PT Serpong Cipta Kreasi berada pada *Executive Director* atau pemimpin tertinggi yang bertujuan untuk mengawasi dan mengarahkan seluruh aktivitas perusahaan dan bertanggung jawab atas strategi, kebijakan, dan memastikan semua departemen bekerja sesuai visi dan misi perusahaan. Terdapat beberapa departemen yang dinaungi yaitu *Human Resource*, *Sales Marketing*, *Research & Promotion*, *Finance*, dan departemen lainnya.

U M W N
 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