



### **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

PT. Summarecon Agung Tbk. (Summarecon) didirikan pada tahun 1975 oleh Bapak Soetjipto Nagaria dan rekan-rekannya. Dimulai dengan mengembangkan sepuluh hektar lahan berupa rawa-rawa di wilayah terpencil kota Jakarta, para pendiri Summarecon berhasil mengubah lokasi yang saat ini dikenal dengan Kelapa Gading menjadi salah satu area yang paling bernilai di Jakarta. Selama bertahun-tahun Summarecon telah membangun reputasi sebagai salah satu pemain properti terkemuka di Indonesia, khususnya dalam pengembangan kota-kota mandiri. Dengan kombinasi pengetahuan, keterampilan, karyawan yang berdedikasi serta komitmen kepada para pelanggan, Summarecon telah dikenal sebagai perusahaan yang terpercaya dan dapat diandalkan dengan kemampuan dan keahlian untuk mengeksekusi dan menghadirkan proyek-proyek pengembangan properti di area sekitar Jakarta. ([www.malserpong.com](http://www.malserpong.com)).

Terletak sekitar 21 km di sebelah barat Jakarta, kawasan Serpong, Tangerang telah dipersiapkan sebagai salah satu kota satelit yang mendukung pertumbuhan ibukota Jakarta, terutama dalam mengakomodasi kebutuhan kawasan hunian sejalan dengan pertumbuhan populasi di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Pada tahun 1993, Summarecon bekerjasama dengan Keris Group untuk mengembangkan sebuah kota mandiri baru, yang kemudian dikenal sebagai Gading Serpong dengan total area seluas 1.500 hektar. Pasca pemisahan Summarecon telah mengembangkan sebanyak empat puluh *cluster* untuk kawasan komersial dan hunian pada lahan seluas dua ratus hektar. Secara keseluruhan Summarecon telah mendirikan 12.000 unit properti untuk kawasan hunian dan komersial, pusat perbelanjaan, pusat automotif, *office tower*, *golf course* dan klub rekreasi.

Summarecon juga telah menyediakan beberapa fasilitas pendukung seperti sekolah, universitas dan perguruan tinggi, pasar modern, klub rekreasi, *golf course and club*, dan rumah sakit. Dengan lahan seluas lima ratus hektar yang tersedia saat ini, Summarecon Serpong telah diatur untuk dapat menyamai bahkan melebihi kesuksesan Summarecon Kelapa Gading dalam waktu dekat. Seiring dengan pesatnya perkembangan wilayah tersebut, Summarecon Serpong dilengkapi dengan Sentra Gading Serpong sebagai pusat bisnis dan komersial terpadu seluas tujuh belas Ha yang dikembangkan sejak tahun 2004, yang terdiri

dari Summarecon Mal Serpong, Pusat Makanan *Salsa Food City* dan Pasar Modern Sinpasa.

### 2.1.1 Summarecon Mal Serpong

Summarecon Mal Serpong (SMS) diresmikan pada tanggal 28 Juni 2007 yang merupakan pusat belanja yang unik, megah dan berbalut kemewahan yang dapat menghantarkan sebuah pengalaman belanja yang lebih menyenangkan dari biasanya bagi masyarakat Serpong, Tangerang dan sekitarnya. SMS berdiri di atas lahan seluas 50.000 m<sup>2</sup> ini adalah pengembangan tahap pertama dengan sistem *full-leased mall*, yang nantinya dalam kurun waktu sepuluh tahun ke depan akan dikembangkan dalam tiga tahap.

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan di kawasan Summarecon Serpong, pada tanggal 27 Oktober 2011 Summarecon Mal Serpong (SMS) Tahap 2 secara resmi dibuka, SMS Tahap 2 merupakan perluasan dari SMS Tahap 1, yang dibangun sesuai dengan rencana awal pengembangan kawasan komersial Sentra Gading Serpong. “Perluasan SMS Tahap 2 dengan konsep arsitektur modern dan ramah lingkungan ini, dilakukan untuk memenuhi berkembangnya kebutuhan masyarakat di wilayah Serpong dan sekitarnya, serta semakin meningkatnya kunjungan masyarakat ke SMS Tahap 1”.

SMS Tahap 2 memiliki luas 60.000 m<sup>2</sup>, terdiri dari tiga lantai dan dipenuhi oleh kurang lebih 180 *tenant*. Dengan adanya pengembangan ini maka SMS secara keseluruhan memiliki total seluas 110.000 m<sup>2</sup>. SMS Tahap 2 hadir menyempurnakan konsep yang telah dikembangkan di tahap sebelumnya, tiga buah atrium secara total melengkapi SMS sebagai area yang dapat dimanfaatkan untuk penyelenggaraan *event* besar, pameran maupun *launching product*. Selain itu, *Downtown Walk* yang senantiasa menjadi destinasi masyarakat, juga diperluas dengan penambahan tiga buah panggung. *Downtown Walk* juga akan dilengkapi fasilitas F&B Pad, yaitu bangunan dua lantai yang menjanjikan *best view* untuk menyaksikan live music dan pertunjukan hiburan lainnya. Perluasan area dan *venue* untuk penyelenggaraan acara yang juga diiringi oleh bertambahnya *event* menarik baik *indoor* maupun *outdoor*. Beberapa *event* unggulan SMS seperti *Downtown Walk Festival*, *Festival Kuliner Serpong*, *Lunar New Year*, *Ramadhan*, *OktoberFest*, *Beaujolais Nouveau Festival*, *Christmas & New Year Celebration* terasa lebih meriah dan spektakuler, dengan adanya lokasi-lokasi baru di pengembangan SMS Tahap 2 ini.

SMS Tahap 2 juga memberikan pilihan berbelanja yang lebih beragam kepada

pelanggan, dengan bergabungnya *anchor tenant* terpilih, seperti *Centro Dept Store*, *Pongs Do It Best*, *Best Denki*, *Eat and Eat* yang dimana para *anchor tenant* di SMS Tahap 2 ini saling melengkapi dengan *anchor tenant* sebelumnya di SMS Tahap 1, seperti *Farmers Market*, *Gold's Gym*, *Gramedia*, *Time Zone*, dan *Star Department Store*. ”Pemilihan tenant kami lakukan secara cermat, dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat, juga trend belanja dan hiburan saat ini”. Kenyamanan berbelanja pengunjung SMS juga disempurnakan dengan penambahan area parkir yang secara keseluruhan SMS memiliki kapasitas parkir mobil hingga 4000 kendaraan.

Kehadiran SMS sejak tahap pertamanya di wilayah Serpong pada pertengahan tahun 2007, terbukti telah berhasil mentransformasi gaya hidup masyarakat Serpong. Kesuksesan Downtown Walk menjadi ikon gaya hidup masyarakat, bahkan memberikan inspirasi bagi pusat hiburan lainnya di wilayah Serpong dan Jakarta. Dengan pengalaman Summarecon mengembangkan Mal Kelapa Gading selama lebih dari dua puluh tahun, maka diyakini SMS pun akan terus berkembang secara bertahap sebagaimana yang terjadi di Kelapa Gading. Pada akhirnya, kehadiran fasilitas ini turut aktif mendukung misi Summarecon dalam mengembangkan kawasan Summarecon Serpong menjadi sebuah kawasan yang bernilai, sekaligus meningkatkan perputaran bisnis di wilayah ini sekaligus memberikan fasilitas terpadu kepada masyarakat Serpong dan sekitarnya.

### **2.1.2 Salsa Food City**

*Salsa Food City* (SFC) diresmikan pada 23 September 2004 menampilkan *design* bangunan yang menarik, unik dan berkesan sangat 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 3.000 m<sup>2</sup> *Salsa Food City* menyediakan lebih dari 180 kursi dan terdiri atas dua puluh resto, dan enam *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

Salsa Food City



### 2.1.3 Pasar Modern Sinpasa

Pasar Modern Sinpasa adalah sebuah pasar tradisional yang dikemas dengan konsep modern yang berdiri di tanah seluas 5.500 m<sup>2</sup> 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, dan bahkan perhiasan emas bagi masyarakat, khususnya di wilayah Summarecon Serpong dan sekitarnya.

Gambar 2.2

Pasar Modern Sinpasa



#### 2.1.4 *The Downtown Walk*

Pesatnya perkembangan mal dikota-kota industri selama beberapa tahun ini sangat berkembang, melihat pertumbuhan yang pesat dan kaum urban yang semakin hari semakin bertambah maka munculah mal yang tidak sekedar mal biasa tetapi memiliki konsep mal yang berbeda dengan yang lain yaitu Summarecon Mal Serpong (SMS) bertempat di Serpong Tangerang, SMS dibangun pada tanggal 28 Juni 2007. SMS adalah pusat belanja dengan konsep mal keluarga, terdiri dari tiga lantai yang menampilkan konsep *fashion, food & entertainment* terpadu.

Selain itu, SMS memiliki konsep unik yaitu "*The Downtown Walk*", *The Downtown Walk* adalah salah satu ciri khas Summarecon Mal Serpong, yang menjadi *trend* bagi komunitas *shopper* dari Serpong bahkan dari Jakarta. Karena *The Downtown Walk* dibuat untuk mengubah pola pikir khususnya masyarakat Serpong yang biasanya jam mal hanya beroperasi hingga jam sepuluh malam saja, akan tetapi dengan adanya *The Downtown Walk*, para pengunjung bisa menikmati malam lebih panjang dengan rekan, teman atau keluarga hingga larut malam.

*The Downtown Walk* memiliki konsep *alfresco* yang nyaman diruang terbuka dengan *tropical garden, vertical garden dan water feature* yang asri. Area ini menjadi bagian eksterior SMS yang menonjolkan keindahan bentuk. Sesuai dengan konsep SMS yaitu *food and entertainment*, *The Downtown Walk* adalah tempat untuk menikmati makanan dan mendengarkan musik. Berbagai macam resto ada disini, para pengunjung pun dihibur dengan penampilan *live music* setiap malamnya dari reguler band hingga artis papan atas. Pada hari Minggu sampai Kamis *live music* di *The Downtown Walk* mulai beroperasi dari pukul 09.00 WIB sampai 24.00 WIB dan Jumat sampai Sabtu beroperasi pukul 09.00 wib sampai 03.00 dini hari. Bahkan melihat antusias positif dari para pengunjung, *The Downtown Walk* juga di perluas hingga ke SMS 2 yang telah melakukan Opening tanggal 27 Oktober 2011 lalu.

*The Downtown Walk* juga dilengkapi dengan jaringan internet (*wifi*) yang bisa digunakan oleh para pengunjung. Fasilitas yang diberikan di *The Downtown Walk*, melengkapi kenyamanan pengunjung sehingga pengunjung betah berlama-lama di *The Downtown* dengan bersantai, mencicipi makanan dari resto-resto yang ada, mendengarkan musik dan *free wifi*. Semua bisa didapati di *The Downtown*. Suasana inilah yang membuat *The Downtown* menjadi lokasi *hang out* yang *cozy*, semakin eksis dan sebagai trend tersendiri



bagi kaum urban Serpong.

Gambar 2.3

The Downtown Walk



### 2.1.5 Lokasi

Gambar 2.4

Lokasi Summarecon Mal Serpong



### 2.1.6 Arti dan Logo Summarecon Mal Serpong

Logo Summarecon Mal Serpong bergambar daun pohon kelapa yang sama seperti Mal Kelapa Gading karena masih berada dalam pusat perusahaan yang sama. Dibawah ini adalah logo Summarecon Mal Serpong.

Gambar 2.5



Logo Summarecon Mal Serpong

### 2.1.7 Visi dan Misi

Setiap perusahaan tentunya memiliki visi dan misi sebagai pedoman untuk mencapai tujuan dan harapan yang diinginkan. Begitu juga dengan Summarecon Mal Serpong yang memiliki visi dan misi sebagai pedoman hidupnya. Visi Summarecon Mal Serpong ingin menjadi “*Crown Jewel*” di antara pengembang properti di Indonesia yang secara berkelanjutan memberikan nilai ekonomi yang optimal kepada pelanggan, karyawan, pemegang saham, serta juga berperan dalam menjaga lingkungan dan menjalankan tanggung jawab sosial. Misi Summarecon Mal Serpong yaitu,

1. Mengembangkan kawasan Summarecon Kelapa Gading, Summarecon Serpong, dan Summarecon Bekasi menjadi semakin lengkap dan inovasi.
2. Memberikan pelayanan terbaik dan terpadu kepada konsumen melalui sistem yang tepat dan ditingkatkan secara terus menerus.
3. Fokus pada pengembangan dan pengelolaan kepada perumahan, apartemen dan pusat perbelanjaan yang baik dan profesional.



4. Bekerjasama dengan *partner* strategis dengan menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan profesional.
5. Fokus dalam pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas, sejahtera serta sesuai dengan nilai dan budaya perusahaan.
6. Meningkatkan pendapatan dan keuntungan perusahaan sesuai target tahun 2010-2015.

### **2.1.8 Nilai-nilai Perusahaan**

Summarecon Mal Serpong terus menanamkan nilai-nilai yang dimilikinya terhadap karyawan-karyawannya. Adapun nilai-nilai Summarecon Mal Serpong adalah :

1. Melayani pelanggan secara efektif dengan sepenuh hati.
2. Mendukung tumbuh-kembangnya kewirausahaan.
3. Memfasilitasi kehidupan yang seimbang.
4. Melestarikan nilai-nilai keluarga.
5. Memberikan kontribusi yang bermanfaat kepada masyarakat dan lingkungan sekitar.
6. Memandu transformasi setiap pelanggan.

U M N