

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Summarecon Agung Tbk. bermula pada tahun 1975 oleh Bapak Soetjipto Nagaria bersama rekan-rekan dengan daerah Kelapa Gading sebagai kawasan pertama yang dikembangkan. Hingga kini, daerah Kelapa Gading menjadi salah satu daerah yang terkenal sebagai tempat untuk berbisnis dan juga sebagai tempat tinggal. Fokus perusahaan untuk membangun properti menciptakan berbagai anak perusahaan di berbagai daerah. Sampai saat ini, Summarecon sudah memiliki 9 cabang di seluruh Indonesia. Salah satunya adalah PT Serpong Cipta Kreasi yang merupakan perusahaan bagian dari PT Summarecon Agung Tbk., yang berfokus terhadap pembangunan properti di daerah Serpong yakni Gading Serpong.

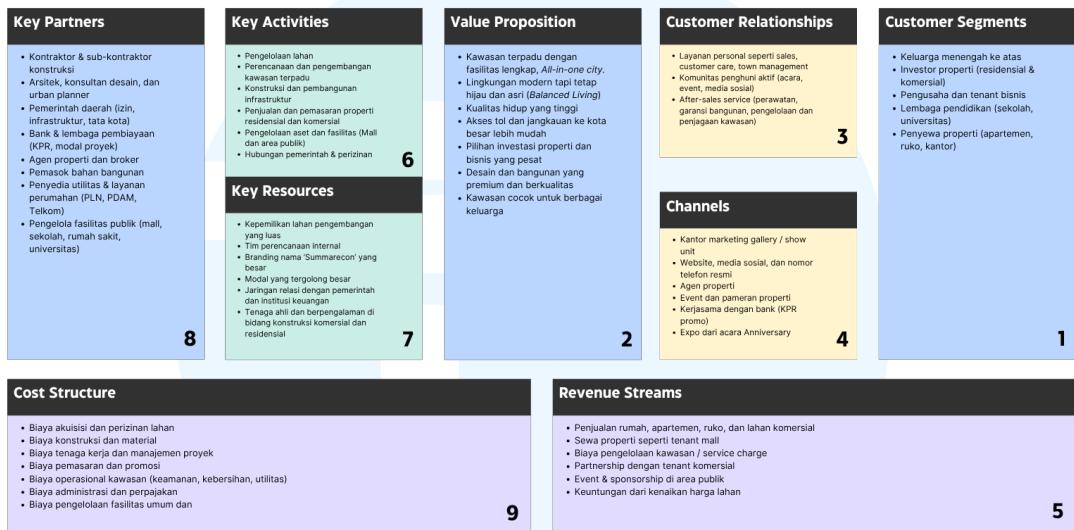
Summarecon sebagai pengembang memiliki tiga bagian yang difokuskan, yakni pengembangan properti, investasi dan manajemen properti, dan bagian rekreasi dan hospitality. Di Summarecon Serpong, pengembangan terfokuskan terhadap properti perumahan dan ruko, serta pengembangan mall dan kawasan komersial. Saat ini, Summarecon Serpong memiliki izin pengembangan seluas 750 hektar dan terus melakukan perluasan daerah untuk menciptakan lingkungan yang lengkap dan terpadu.



Gambar 2.1. Logo Summarecon Agung Tbk.

Sumber: Summarecon (2025).

Business Model Canvas



Gambar 2.2 Business Model Canvas.

Sumber: Observasi Pribadi (2025).

Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kelebihan dan kekurangan sebuah bisnis atau perusahaan secara internal maupun external. Analisis SWOT berguna bagi perusahaan untuk menentukan arah strategi dan juga menentukan hasil realistik bagi perusahaan. Analisis SWOT terdiri dari *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman).

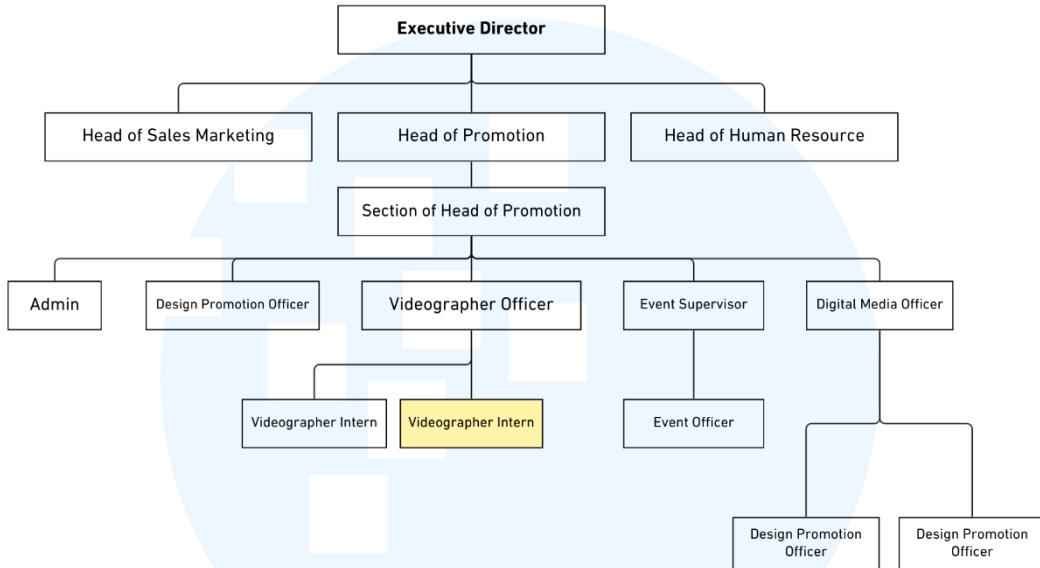
Tabel 2.1 Analisis SWOT Perusahaan Summarecon Serpong.

Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> - Reputasi Summarecon besar dan cukup terkenal di Indonesia - Branding Premium Kawasan Summarecon - Konsep “Township” yang kuat, semua ada di dalam satu kota - Pembangunan berkelanjutan dan punya lini masa yang panjang 	<ul style="list-style-type: none"> - Harga properti yang tergolong tinggi - Kurangnya transportasi umum, bergantung pada penggunaan kendaraan pribadi - Kurang adanya perumahan untuk segmen menengah 	<ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan gaya hidup yang modern dan layak - Konsep digitalisasi dan <i>smart city</i> - Potensi perluasan daerah pengembangan 	<ul style="list-style-type: none"> - Persaingan dengan perusahaan pengembang lain yang semakin kuat di daerah yang sama - Kepadatan penduduk yang terus meningkat - Perubahan perilaku konsumen yang lebih memilih apartemen dibandingkan rumah

Sumber: Observasi Pribadi (2025).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan Summarecon Serpong.

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025).

Dalam struktur perusahaan Summarecon Serpong, pimpinan tertinggi dipegang oleh direktur eksekutif yang bertugas dalam mengawasi seluruh kegiatan yang beruhungan dengan bisnis Summarecon Serpong. Dalam operasionalnya, direktur eksekutif dibantu oleh divisi *sales marketing*, *human resources*, dan riset dan promosi. *Sales marketing* melakukan penyusunan strategi pemasaran dan penjualan, yang bekerja sama dengan divisi riset dan promosi untuk kebutuhan aset dan materi pemasaran secara digital.

Dalam divisi promosi terdapat seorang manajer yang mengepalai divisi promosi dan dibantu dengan seorang asisten manajer. Seorang asisten manajer berfungsi untuk melakukan pengecekan kualitas atas setiap materi promosi yang diberikan dari sub-divisi riset dan promosi. Asisten manajer mengawasi *supervisor event*, *digital media officer*, *design promotion officer*, *videographer officer*, dan admin. Kemudian *Supervisor event* dan *event officer* bertugas untuk mengkoordinasikan, mempersiapkan, dan melaksanakan setiap kegiatan event,

digital media officer bertugas untuk menyusun strategi dan mengeksekusi seluruh kebutuhan sosial media, dan *design promotion officer* dan *videographer officer* bertugas dalam mempersiapkan materi seperti aset, video, dan foto yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan promosi. Seorang *videographer officer* bertugas untuk menyediakan aset video dengan bantuan dari *videographer intern*.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA