

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Summarecon Agung Tbk didirikan pada tahun 1975 oleh bapak Soetjipto Nagaria bersama para rekannya dengan tujuan utama untuk mengembangkan sektor *real estate*, yang ditandai dengan proyek perdananya yang dibangun di kawasan Kelapa Gading (Summarecon.com, 2017). Perusahaan ini berhasil membangun reputasi sebagai salah satu pengembang properti terkemuka di Indonesia melalui pembangunan kawasan kota terpadu. Konsep tersebut diwujudkan melalui pengembangan wilayah perumahan yang dilengkapi dengan beragam fasilitas lingkungan tempat tinggal yang lengkap bagi para penghuninya. Lingkup bisnis Summarecon mencakup pengembangan properti, investasi dan manajemen properti, serta sektor rekreasi dan hospitality. Hingga saat ini, Summarecon telah memperluas pengembangan kawasan kota terpadu di berbagai daerah yaitu Kelapa Gading, Serpong, Bekasi, Bandung, Karawang, Makassar, Bogor, Crown Gading, dan Tangerang.

2.1.1 Profil Perusahaan

Menjadi mitra yang hadir dalam membangun komunitas melalui pengembangan ekosistem kehidupan yang harmonis dan berkelanjutan, merupakan visi yang dimiliki oleh PT Summarecon Agung Tbk. Visi tersebut diwujudkan melalui misi untuk menciptakan inovasi perkotaan yang mampu memberikan nilai tambah secara ekonomi serta meningkatkan kualitas kawasan sekitarnya. Upaya tersebut didukung oleh komitmen tim yang adaptif dan berorientasi pada penyampaian nilai terbaik bagi pelanggan, serta ditunjang dengan kontribusi aktif untuk menciptakan lingkungan yang sehat dan berkelanjutan demi mendukung kemajuan Summarecon secara keseluruhan.

Dalam visi dan misi yang dimiliki oleh PT Summarecon Agung Tbk, terkandung nilai-nilai fundamental yang menjadi *core values* perusahaan, yaitu *CARING* (*Commitment, Agility, Care, Integrity, Collaboration, dan Gratitude*). Nilai-nilai tersebut berfungsi sebagai landasan utama dalam pengembangan perusahaan, dengan makna untuk menjunjung tinggi kepedulian terhadap sesama serta mendorong terwujudnya tindakan untuk berbuat baik.



Gambar 2.1 Care Value PT Summarecon Agung Tbk
Sumber: <https://www.summarecon.com>

Core Value CARING yang dimiliki oleh PT Summarecon Agung Tbk merepresentasikan makna dari setiap unsur huruf yang membentuknya. Pada nilai *Commitment*, terkandung arti sikap tanggung jawab yang tinggi, profesionalisme, loyalitas, serta dedikasi yang kuat. Nilai *Agility* memiliki arti untuk bertindak secara cepat, efektif, dan efisien dalam melaksanakan setiap tugas yang diberikan. Nilai *Care* memiliki arti untuk memiliki sikap empati yang tinggi dalam memberikan pelayanan yang unggul kepada seluruh pemangku kepentingan. Nilai *Integrity* memiliki arti untuk menjunjung tinggi kepercayaan dan kejujuran dalam setiap pelaksanaan pekerjaan. Nilai *Collaboration* memiliki arti untuk bekerja secara bersama-sama melalui komunikasi yang efektif dengan menekankan pentingnya kerja tim (*teamwork*) yang solid guna mendorong terciptanya inovasi untuk memajukan kualitas pekerjaan. Nilai *Gratitude* memiliki arti untuk memiliki sikap saling menghormati dan memberikan apresiasi terhadap untuk membangun hubungan

yang harmonis, saling menghargai kontribusi, serta menciptakan iklim kerja yang positif dan produktif.



Gambar 2.2 Logo PT Summarecon Agung Tbk
Sumber: <https://www.summarecon.com>

Perusahaan Summarecon merupakan bisnis perusahaan properti yang kemudian mengalami perkembangan melalui penerapan konsep *township*. Konsep ini tidak hanya berfokus pada pembangunan perumahan, melainkan juga mencakup pengembangan lingkungan sekitar yang terintegrasi meliputi kawasan hunian, pusat perbelanjaan, fasilitas kesehatan, institusi pendidikan, akomodasi, hingga area komersial seperti ruko. Implementasi konsep *township* tersebut memungkinkan Summarecon untuk memperluas pengembangannya di berbagai wilayah di Indonesia, dengan kantor utama perusahaan di bagian *Corporate* mereka yang berada di kelapa gading.

Seiring dengan meningkatnya keberhasilan berbagai proyek yang dijalankan serta bertambahnya portofolio yang dikelola, Summarecon mendirikan PT Satu Summarecon Sukses sebagai bentuk ekspansi strategis. Perusahaan ini memiliki peran penting dalam pengelolaan informasi serta kegiatan pemasaran untuk produk hunian dan pusat perbelanjaan, sekaligus menjadi bagian dari *New Venture Business* melalui pengembangan inovasi berbasis aplikasi digital. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan kemudahan akses informasi, efektivitas strategi promosi, serta memperkuat loyalitas penghuni dan konsumen Summarecon.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

PT Summarecon Agung Tbk memulai karir perusahaannya pada tahun 1975 dengan mulai mengembangkan kawasan kelapa gading seluas 10 hektar. Perusahaan membentuk kawasan tersebut menjadi Kelapa Gading Permai yang mencakup pembangunan hunian, pendirian Kelapa Gading *Sports Club*, pembukaan pusat perbelanjaan Mall kelapa gading, serta kerja sama dengan Grup Batik Keris dalam pengembangan kawasan hunian terpadu. Sejak tahun 2004, Summarecon mulai memperluas ranah usahanya ke wilayah Gading Serpong dengan area pengembangan seluas 800 hektar. Summarecon melihat peluang dan berhasil membangun lebih dari 50 klaster hunian dan komersial, disertai dengan pengembangan berbagai fasilitas pendukung seperti institusi pendidikan, taman rekreasi, hotel, perbankan, hingga fasilitas kesehatan berupa rumah sakit St. Carolus Summarecon Serpong.

Pada tahun 2005 sampai 2009, Summarecon meraih penghargaan Wirabakti Bumi dari *Real Estate* Indonesia sebagai bentuk apresiasi atas kontribusinya dalam meningkatkan kualitas dan perkembangan kawasan. Selain itu, pada perayaan 30 tahunnya Summarecon juga meluncurkan logo baru beserta visi dan misi perusahaan sebagai wujud pembaruan identitas dan arah strategis perusahaan ke depan. Summarecon melanjutkan ekspansinya dengan menghadirkan kawasan Summarecon Bekasi seluas 270 hektar, kawasan ini menjadi magnet bagi pencari properti maupun investor berkat kelengkapan fasilitas yang disediakan termasuk rumah sakit Permata Keluarga. Reputasi positif tersebut tercermin melalui sejumlah penghargaan, antara lain Properti *Gold Champion* untuk kategori *Residential Property Developer* pada ajang *WOW Brand Festive Day* 2021, serta apresiasi sebagai *The Best Premium Housing in Bekasi* pada *Urban City Awards* 2021.

Pada tahun 2012 hingga 2016, Summarecon memperoleh berbagai penghargaan atas dedikasinya selama 17 tahun dalam industri properti. Beberapa penghargaan yang telah diraih antara lain Juara II *Asia's Best Company & Top Development* dari *Top Brand*, *Best Housing Developer* dari

Corporate Image Award, serta *The Best Innovation in Green Development* dan *Customer Satisfaction* untuk Summarecon Serpong dari Indocement Awards. Selain itu, Summarecon Mal Serpong meraih penghargaan sebagai *Best Shopping Mall for Hospitality & Overall Performance*, sedangkan La Piazza mendapatkan predikat *Best Facilities* dari *Shoppers Insight Shopping Mall Awards*. Seiring dengan berbagai penghargaan yang berhasil diraih, Summarecon juga melakukan sejumlah pengembangan strategis. Perusahaan meresmikan The Kensington Commercial Space di Kelapa Gading serta Fly Over Ahmad Yani di kawasan Summarecon Bekasi. Pada periode yang sama, Summarecon Mall Bekasi resmi dibuka dan kemudian memperoleh penghargaan *Shoppers-Insight Service Quality* dari Markplus Insight. Selain itu, Summarecon meluncurkan beberapa proyek apartemen, antara lain M-Town di Gading Serpong, The Kensington di Kelapa Gading, serta Springlake di Bekasi, yang memperluas portofolio hunian perusahaan.

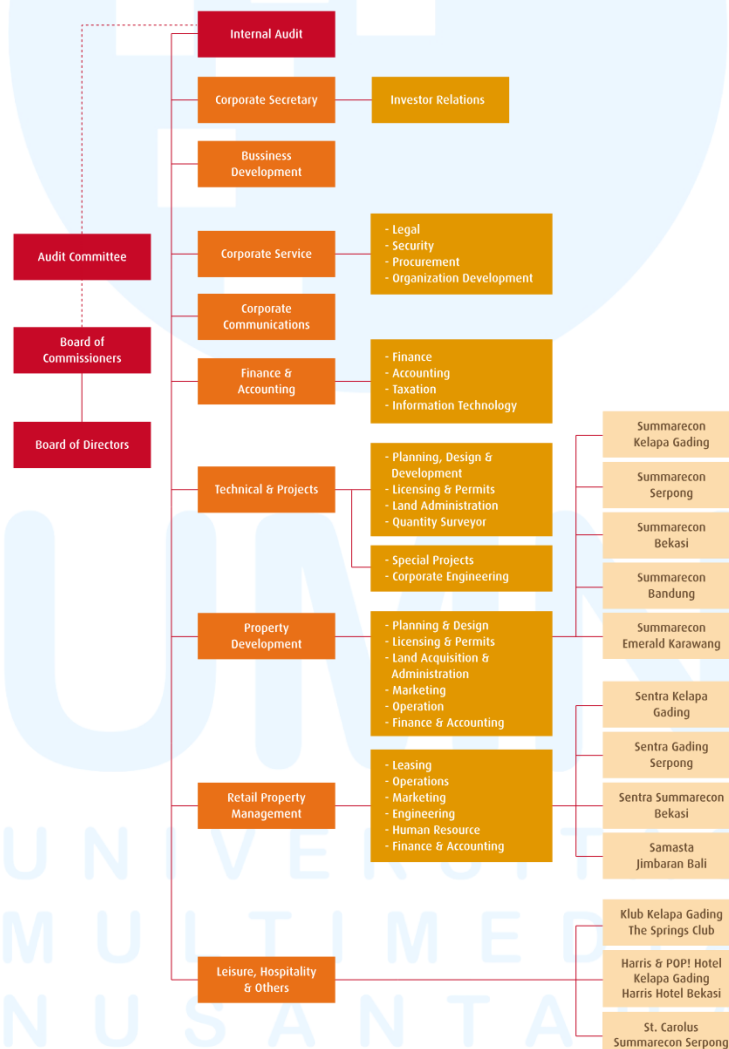
Seiring dengan perkembangan dan pertumbuhannya, Summarecon secara konsisten memperluas pembangunan kota terpadu di berbagai wilayah hingga saat ini. Ekspansi ini tidak hanya mencakup pengembangan kawasan hunian dan komersial, tetapi juga diperkuat melalui empat sektor utama perusahaan yaitu pengembangan properti, investasi properti, rekreasi dan perhotelan, serta manajemen properti. Keempat sektor ini saling melengkapi dan menjadi fondasi penting dalam membangun reputasi Summarecon sebagai pengembang real estate terkemuka di Indonesia, mencakupi kawasan Kelapa Gading, Serpong, Bekasi, Bandung, Karawang, Makassar, Bogor, Crown Gading, serta Tangerang yang menunjukkan komitmen perusahaan dalam menghadirkan hunian dan fasilitas modern di berbagai daerah strategis.

Dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, Summarecon juga berinovasi melalui pengembangan *Summarecon Apps*, yang terdiri atas Summarecon Mall Apps bagi konsumen pusat perbelanjaan dan *Summarecon Home Apps* bagi konsumen properti. Kedua aplikasi ini menawarkan berbagai

fitur seperti reward, voucher, serta layanan digital lainnya yang dirancang untuk memudahkan sekaligus memberikan nilai tambah bagi para pengguna.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Summarecon Agung Tbk tersusun dalam beberapa unit divisi yang memiliki fungsi, peran, serta tanggung jawab masing-masing. Setiap divisi berperan penting dalam mendukung operasional perusahaan, sekaligus memastikan peningkatan kinerja dan pencapaian tujuan secara optimal di seluruh lini bisnis. Adapun pembagian struktur organisasi tersebut adalah sebagai berikut:



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: <https://www.summarecon.com>

Penulis melaksanakan kegiatan magang pada anak perusahaan PT Satu Summarecon Sukses, yang bernaung di bawah unit business development Summarecon. Perusahaan ini berfokus pada pengembangan strategi bisnis, pemasaran, serta inovasi produk dan layanan dalam mendukung keberlanjutan usaha induk perusahaan. Penulis ditempatkan pada divisi pemasaran yang terdiri atas satu orang koordinator dan tiga anggota tim, termasuk penulis. Pada divisi ini, penulis berperan aktif dalam perencanaan, pengelolaan, dan pelaksanaan kegiatan promosi, komunikasi merek, serta upaya pengembangan hubungan dengan konsumen secara strategis dan terarah.

2.3 Portofolio Perusahaan

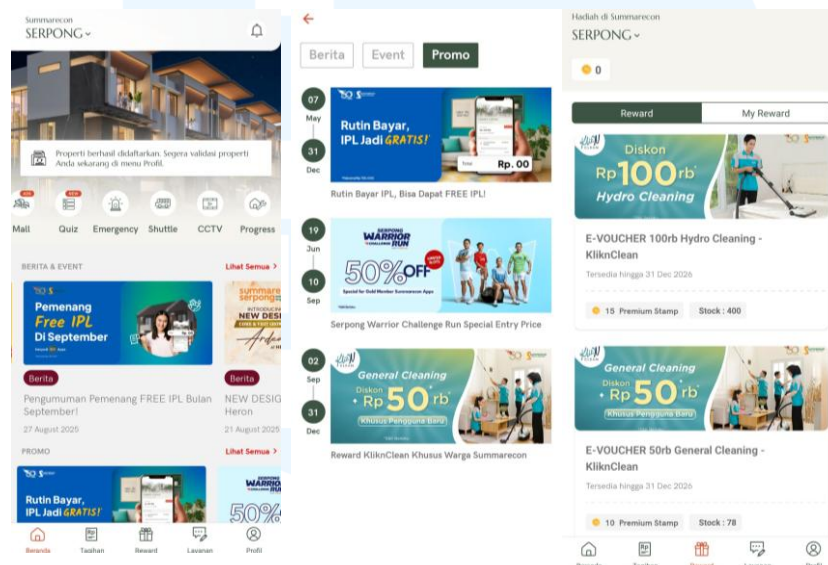
Sejak tahun 1975 hingga saat ini, PT Summarecon Agung Tbk terus menunjukkan perkembangan yang signifikan dengan memperluas cakupan bisnisnya ke berbagai sektor industri dan media pendukung. Perjalanan panjang tersebut telah membentuk reputasi Summarecon sebagai salah satu perusahaan real estate terkemuka di Indonesia. Dalam sektor pengembangan properti dan investasi properti serta penggunaan fitur aplikasi yang dipasarkan, Summarecon memberikan kemudahan akses informasi sekaligus menghadirkan program loyalitas yang ditujukan bagi para penghuni maupun masyarakat sekitar eksistensi Summarecon dapat terlihat, sekaligus menjadi bagian dari perjalanan penulis selama melaksanakan magang di perusahaan.

2.3.1 Pengembangan Properti

Dalam sektor pengembangan properti, Summarecon berfokus pada pembangunan berbagai jenis proyek real estate yang meliputi rumah tinggal, apartemen, kavling perumahan, hingga ruko komersial. Hingga saat ini, Summarecon telah mengembangkan delapan proyek utama yang tersebar di beberapa kawasan strategis di Indonesia.

PT Summarecon Agung Tbk mengembangkan kawasan Serpong dengan izin pengembangan seluas 750 hektar yang kini di kenal dengan daerah Gading Serpong. Dari total lahan tersebut, sekitar 250 hektar telah

dimanfaatkan untuk pembangunan lebih dari 50 klaster perumahan dan kawasan komersial, yang mencakup kurang lebih 11.000 unit rumah, 1.100 unit apartemen, dan 2.000 unit ruko. Selain itu, kawasan ini dilengkapi berbagai fasilitas pendukung, seperti pusat perbelanjaan Summarecon Mall Serpong dengan luas 100.000 m², Pasar Modern Sinpasa, area kuliner terbuka Salsa Food City, pusat otomotif, menara perkantoran Plaza Summarecon Serpong, serta fasilitas lapangan golf dan klub rekreasi. (Summarecon.com, 2017).



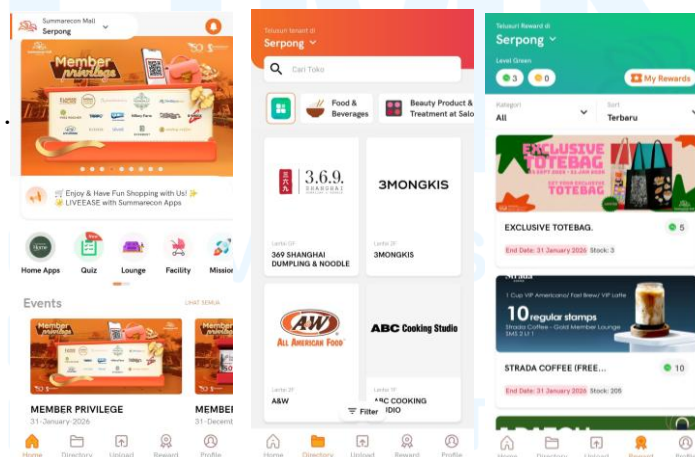
Gambar 2.4 Aplikasi Summarecon Home Apps
Sumber: Aplikasi Summarecon Home Apps

Pada tahap perkembangannya, Summarecon Serpong bergabung ke dalam aplikasi “Summarecon Home” yang dirancang untuk mempermudah para penghuni dalam memperoleh informasi, mengakses program *reward*, melakukan pembayaran IPL serta menikmati berbagai fitur pendukung lainnya yang disediakan untuk penghuni. Melalui aplikasi Summarecon Home, perusahaan menghadirkan berbagai iklan promosi yang bertujuan untuk menarik perhatian penghuni terhadap setiap perkembangan kawasan Summarecon dan memperkuat loyalitas penghuni terhadap perusahaan dengan elemen promosi yang menjual program *mission* atau reward yang mereka tawarkan dengan *key visual* yang didominasi dengan warna biru dan hijau dan *font Plus Jakarta Sans* yang dipromosikan juga di sosial media mereka.

2.3.2 Investasi Properti

Dalam sektor investasi properti, Summarecon memfokuskan pengembangan pada kawasan yang telah dialokasikan sebagai pusat bisnis dengan dukungan fasilitas publik yang lengkap. Summarecon membangun pusat perbelanjaan modern yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemenuhan kebutuhan masyarakat tetapi juga sekaligus sebagai pusat rekreasi dan gaya hidup. Hingga saat ini, Summarecon telah menghadirkan pusat perbelanjaan di beberapa lokasi strategis yang telah menjadi ikon kawasan pengembangan Summarecon.

Dalam proses pengembangannya di kawasan Gading Serpong, Summarecon menghadirkan area komersial seluas 17 hektar yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan penghuni melalui integrasi berbagai aktivitas. Kawasan ini mencakup Summarecon Mall Serpong, pusat kuliner terbuka Salsa Food City, Pasar Modern Sinpasa, serta sentra otomotif Bursa Mobil yang seluruhnya terletak dalam satu kawasan terpadu. Summarecon Mall Serpong juga telah bergabung ke dalam aplikasi “Summarecon Mall”, yang dirancang untuk memudahkan pengunjung dalam mengakses informasi terkait acara, promosi, serta berbagai fitur lainnya untuk dapat meningkatkan loyalitas pengunjung terhadap Summarecon Mall.



Gambar 2.5 Summarecon Mall Apps
Sumber: Aplikasi Summarecon Mall Apps

Melalui aplikasi Summarecon Mall, perusahaan memasarkan pusat perbelanjaannya dengan menghadirkan berbagai elemen promosi yang dirancang secara strategis untuk menarik perhatian pengguna. Elemen promosi tersebut menekankan pada program *mission* dan sistem reward sebagai bentuk upaya meningkatkan keterlibatan pengguna aplikasi. Selain itu, promosi juga mencakup informasi mengenai bentuk kerja sama yang dijalin antara perusahaan dengan berbagai tenant, sehingga pengguna dapat memperoleh gambaran yang jelas terkait keuntungan dan penawaran yang tersedia di setiap pusat perbelanjaan Summarecon.

Seluruh konsep promosi tersebut dikemas dalam sebuah key visual yang dirancang secara konsisten dengan identitas visual perusahaan. Desain promosi didominasi oleh penggunaan warna kuning dan oranye yang dipilih untuk menciptakan kesan energik, atraktif, serta mudah dikenali oleh pengguna. Tipografi yang digunakan adalah Plus Jakarta Sans, yang mendukung keterbacaan informasi serta memberikan kesan modern dan profesional untuk memperluas jangkauan promosi. Materi visual yang telah dirancang tidak hanya ditampilkan pada aplikasi, tetapi juga dipublikasikan melalui media sosial resmi perusahaan sebagai bagian dari strategi komunikasi.

