

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT. Summarecon Agung Tbk didirikan pada tahun 1975 oleh Bapak Soetjipto Nagaria dan rekan-rekannya dalam proses pembangunan serta pengembangan kawasan/properti (Summarecon, 2017). Sebagai salah satu proyek awal mereka, Kelapa Gading sekarang dikenal sebagai salah satu kawasan hunian dan komersial paling berkembang di Jakarta. Selama bertahun-tahun, Summarecon telah dikenal sebagai salah satu pengembang terbesar di Indonesia, terutama di bagian pengembangan kawasan hunian atau *township*. Sejauh ini, Summarecon telah berekspansi pengembangan kawasannya ke Kelapa Gading, Serpong, Bekasi, Bandung, Karawang, Makassar, Bogor, Crown Gading, dan Tangerang. Dalam menjalankan operasional bisnisnya, Summarecon membagi kegiatan usahanya menjadi tiga utama, yaitu *Property Development*, *Property Investment*, dan *Management*, serta *Leisure, Hospitality and others*.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Summarecon Agung Tbk memiliki visi untuk menjadi *partner* yang berperan secara aktif untuk mengembangkan ekosistem kehidupan yang harmonis dan berkelanjutan. Visi tersebut tentu saja disertai dengan misi untuk menciptakan inovasi perkotaan dengan nilai extra. Misi ini tentu saja mampu diwujudkan dengan bantuan tim yang adaptif, berkomitmen, dan fokus pada pelanggan. Selain itu, perusahaan juga menempatkan pelanggan sebagai fokus utama dalam setiap pengembangan yang dijalankan, sehingga setiap inovasi dan layanan yang diberikan bisa memberikan nilai yang optimal buat warga-warganya. Dengan kelengkapan semua aspek yang dibutuhkan untuk menjadi sebuah kesatuan yang baik, Summarecon pun mampu mewujudkan sebuah lingkungan yang sehat dan berkelanjutan.

PT Summarecon Agung menetapkan nilai-nilai yang fundamental sebagai *core values* pada perusahaan, yaitu *CARING* (*Commitment, Agility, Care, Integrity, Collaboration, dan Gratitude*). Nilai-nilai tersebut berperan sebagai fondasi utama dalam pertumbuhan perusahaan, dengan menekankan kepedulian terhadap sesama dan mendorong terwujudnya tindakan positif yang berkontribusi terhadap kebaikan. Nilai inti *CARING* oleh PT Summarecon Agung Tbk mempunyai makna yang terkandung dalam setiap hurufnya.

Pada *Commitment* memiliki makna bertanggung jawab, profesional, loyalitas, dan selalu konsisten dengan apa yang dilakukan. Nilai ini sangat penting karena mendorong untuk menjalankan peran masing-masing sehingga pekerjaan dapat diselesaikan secara maksimal dan penuh tanggung jawab. *Agility* berarti harus lincah dan cepat untuk belajar serta menyelesaikan sesuatu dengan efektif. Selain itu, nilai ini juga memungkinkan untuk menghadapi perubahan dan menyelesaikan berbagai tantangan dengan efektif dan optimal. Nilai *Care* menegaskan untuk peduli pada orang lain dengan memiliki rasa empati yang tinggi. Melalui nilai ini, setiap orang diharapkan bisa memahami kondisi serta kebutuhan orang-orang yang ada disekitar mereka, sehingga tercipta hubungan yang damai dan lingkungan kerja yang positif.



**Expressing kindness
and concern for others**

Mengungkapkan kebaikan dan
kepedulian terhadap orang lain

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

Dengan menjadi contoh yang baik bagi orang lain, kita dapat dipercaya oleh lingkungan kita. Hal tersebut mencerminkan nilai Integrity, yaitu menjunjung tinggi kejujuran, keadilan, serta sikap yang dapat

dipercaya dalam setiap tindakan yang dilakukan. Collaboration adalah nilai yang tidak kalah penting karena mengajarkan kita untuk menjaga hubungan baik agar mampu bekerja sama secara maksimal. Melalui kerja sama yang baik, komunikasi yang aktif, dan kontribusi yang adil, tujuan pun dapat tercapai dengan optimal. Yang terakhir adalah nilai Gratitude, yang memiliki arti untuk selalu hormat dan menghargai orang lain. Tidak lupa juga untuk belajar mengapresiasi mereka atas kerja keras yang selama ini telah mereka lakukan.

Summarecon telah bergerak di bidang properti dengan mengaplikasikan konsep township. Konsep ini mencakup pusat pembelanjaan, fasilitas kesehatan, sarana pendidikan, serta ruko komersial. Upaya ini sesuai dengan visinya untuk menjadi mitra dalam pembangunan komunitas yang harmonis dan berkelanjutan. Melalui konsep ini, Summarecon telah berhasil memperluas areanya ke berbagai wilayah di seluruh Indonesia seperti seperti Summarecon Kelapa Gading, Serpong, Bekasi, Bandung, Emerald Karawang, Mutiara Makassar, Bogor, dan Tangerang. Inovasi-inovasi yang telah dikembangkan diharapkan bisa memberikan nilai tambah bagi masyarakat serta lingkungan disekitarnya.



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

Guna mengembangkan proyek dan portofolio perusahaan, Summarecon mendirikan PT Satu Summarecon Sukses sebagai upaya untuk mengekspansi perusahaannya. Perusahaan ini berperan dalam mengelola informasi serta kegiatan pemasaran untuk produk hunian dan mal, serta menjadi bagian dari New Venture Business sebagai pengembang aplikasi digital. Pengembangan aplikasi ini sejalan dengan tujuan mereka untuk memudahkan warganya dalam memperoleh informasi, mempromosi

produk, serta meningkatkan loyalitas warga Summarecon. Selain itu, keberadaan aplikasi ini juga memungkinkan Summarecon untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan para penggunanya. Dengan demikian, pendirian PT Satu Summarecon Sukses menjadi salah satu langkah yang penting dalam perjalanannya menjadi perusahaan properti yang tidak hanya fokus pada pembangunan fisik, tetapi juga fokus pada user experience nya.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

PT Summarecon Agung Tbk memulai langkah awal perusahaannya pada 26 November 1975 saat Soetjipto Nagaria bersama rekan-rekannya mendirikan perusahaan yang bergerak dalam bidang konstruksi dan properti. Langkah penting pertama yang dilakukan Summarecon pada saat awal mula berdirinya adalah mengubah kawasan rawa yang kurang dimanfaatkan secara efektif oleh Kelapa Gading, Jakarta Utara, menjadi kawasan hunian modern sebesar 10 hektar. Pada proyek Kelapa Gading Permai, selain mengembangkan perumahan, Summarecon juga membuat berbagai sarana pendukung sehingga area tersebut berkembang menjadi kawasan kota yang lebih maju. Dengan pengalaman dan reputasi yang terus dibangun sejak awal berdirinya perusahaan, Summarecon telah berhasil membuat nama untuk dirinya sendiri dalam dunia properti sebagai developer yang terpercaya dan inovatif.

Pada tahun 1990, perusahaan membesarkan posisinya dengan mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia dengan kode saham SMRA. Dikarenakan kawasan Kelapa Gading yang pada saat itu dinyatakan berhasil, Summarecon pun melanjutkan pembangunan kawasan Gading Serpong di Tangerang pada tahun 1993. Kawasan ini dikembangkan dengan konsep township dengan menggabungkan hunian dilengkapi dengan berbagai fasilitas seperti area komersial, pusat pembelanjaan, pendidikan, dan layanan kesehatan. Sejak 2010 sampai sekarang, Summarecon telah melakukan ekspansi dengan kawasan-kawasan baru di seluruh Indonesia seperti

Summarecon Bekasi pada 1976, Bandung pada 2015, Mutiara Makassar pada 2018, Bogor pada 2010, dan Crown Gading pada 2021. Setiap kawasan dibuat unik sesuai dengan sifat lokal masing-masing, namun tetap mementingkan kualitas. Melalui berbagai proyek pengembangan yang dilakukan, Summarecon semakin dikenal sebagai salah satu perusahaan pengembang properti yang terbesar di Indonesia.

Sepanjang tahun 2012 hingga 2016, Summarecon menerima berbagai penghargaan atas pengabdianannya selama 17 tahun di bidang properti. Penghargaan yang dimenangkan antara lain adalah juara II Asia's Best Company & Top Development dari Top Brand. Pada 2021, Summarecon juga membawa pulang penghargaan FIABCI Indonesia REI Excellence Awards dalam 2 nominasi yaitu Gold Winner Residential Low Rise dan Gold Winner Environment. Di rentan waktu yang sama, Summarecon meresmikan The Kensington Commercial Space di Kelapa Gading dan beberapa proyek apartment. Proyek apartment tersebut mencakup M-Town Gading Serpong dan Springlake Bekasi.

Selain bidang properti, Summarecon juga banyak berkontribusi dalam sektor pendidikan. Pada tahun 1992, Summarecon meresmikan Sekolah Islam Al Azhar di Kelapa Gading. Summarecon ingin menetapkan nilai utama yaitu Attitude, Communication, dan Thinking (ACT) pada Sekolah Terpadu Pahoa yang dibangunnya pada tahun 2008. Sekolah Terpadu Pahoa memiliki visi untuk menumbuhkan karakter muridnya, kemampuan komunikasi tiga bahasa (Mandarin, Inggris, Bahasa Indonesia), dan cara berpikir dengan kritis. Pada tahun 2017, Summarecon menyelesaikan Pradita University sebagai perguruan tinggi yang menerapkan konsep Enterprise University, di mana kurikulumnya disusun berdasarkan pengetahuan, pengalaman, kompetensi, serta praktik terbaik dari dunia industri. Summarecon ingin menunjukkan bahwa pengembangan kawasan tidak hanya fokus pada pembangunan fisik, tetapi pengembangan ekosistem pendidikan yang mampu memberikan nilai tambahan bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

Summarecon. Kedua aplikasi ini mulai memiliki pengembangan di tahun 2021 dengan penambahan fitur yang semakin efektif serta kemudahan penggunaan. Pada aplikasi ini, para pengguna bisa mengakses informasi, promo, dan rewards. Terdapat sistem pengukur misi yang dapat membuat pengguna aktif dan ingin berpartisipasi menyelesaikan mission dan memperoleh hadiah-hadiah menarik. Summarecon Apps telah berkembang menjadi platform yang dapat mempermudah interaksi antara Summarecon dengan pelanggan di seluruh kawasan Summarecon.

Struktur Organisasi Perusahaan

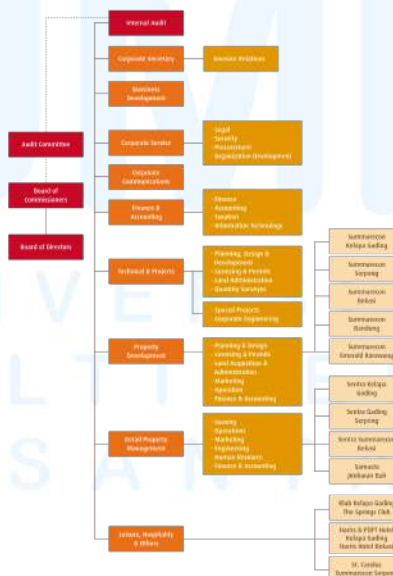
Struktur organisasi PT Summarecon Tbk disusun menjadi sebagai berikut. Setiap divisi memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing. Setiap divisi di perusahaan memiliki sistem operasional yang baik, serta dapat memastikan perusahaan tercapai dengan optimal. Berikut merupakan pembagian organisasi tersebut:

```

graph TD
    Board[Board of Directors] --> President[President]
    Board --> VicePresident[Vice President]
    President --> InternalAudit[Internal Audit]
    President --> CorporateSecurity[Corporate Security]
    President --> Marketing[Marketing]
    President --> CSR[Corporate Social Responsibility]
    President --> Finance[Finance & Accounting]
    President --> Technical[Technical & Project]
    President --> ProjectDev[Project Development]
    President --> SpecialProjects[Special Projects Management]
    InternalAudit --> InternalAuditPositions[Internal Audit Positions]
    CorporateSecurity --> CorporateSecurityPositions[Corporate Security Positions]
    Marketing --> MarketingPositions[Marketing Positions]
    CSR --> CSRPositions[CSR Positions]
    Finance --> FinancePositions[Finance Positions]
    Technical --> TechnicalPositions[Technical Positions]
    ProjectDev --> ProjectDevPositions[Project Development Positions]
    SpecialProjects --> SpecialProjectsPositions[Special Projects Management Positions]
  
```

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Summarecon Tbk disusun menjadi sejumlah divisi yang memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing. Setiap divisi ada untuk memastikan perusahaan memiliki sistem operasional yang baik, serta kinerja dan target perusahaan tercapai dengan optimal. Berikut merupakan pembagian struktur dari organisasi tersebut:



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: <https://www.summarecon.com>

Penulis bekerja di anak perusahaan PT Satu Summarecon Sukses yang berada pada bagian business development Summarecon. Perusahaan ini fokus pada pengembangan aplikasi digital yang dirancang untuk mendukung kebutuhan bisnis dan meningkatkan kualitas layanan perusahaan induk. Divisi marketing memiliki satu orang koordinator dan tiga anggota tim, salah satunya adalah penulis. Penulis memiliki jobdesk untuk mengembangkan dan mendesain strategi pemasaran untuk aplikasi-aplikasi digital. Selain itu penulis juga sering berkoordinasi dengan tim divisi lain seperti tim product dan tim analyst untuk membantu dengan materi-materi tambahan.

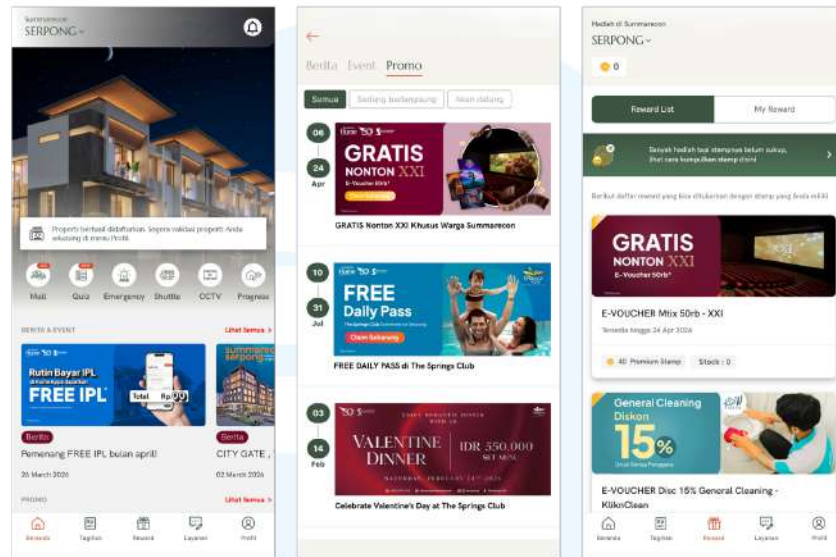
2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai salah satu pengembang properti terbesar di Indonesia, Summarecon telah mengembangkan banyak proyek di berbagai wilayah. Proyek-proyek tersebut mencakup kawasan hunian, pusat pembelanjaan, fasilitas pendidikan, hingga layanan digital yang diciptakan untuk efisiensi warga-warganya. Setiap inovasi yang dibuat oleh Summarecon mampu menciptakan lingkungan yang nyaman, fungsional, dan memiliki nilai extra. Semua upaya ini menunjukkan komitmen dari Summarecon dalam menghadirkan kawasan yang tidak hanya untuk ditinggali, tetapi bisa mendukung aktivitas dan gaya hidup dari warganya. Mulai dari pengembangan dan investasi properti, serta melalui aplikasi yang dikembangkan, Summarecon juga menghadirkan informasi yang gampang diakses dan program loyalitas bagi para penggunanya.

2.3.1 Pengembangan Properti

Pengembangan properti merupakan bisnis utama dari Summarecon. Unit bisnis pengembangan properti ini mengembangkan banyak produk properti, seperti rumah tinggal, apartemen, kavling tanah, dan ruko komersial. Proyek-proyek properti ini merupakan komponen yang krusial dalam pengembangan kawasan township yang mencakup hunian dan area komersial. Selain itu, kawasan ini juga memiliki banyak fasilitas pendukung seperti fasilitas pendidikan, olahraga dan rekreasi, tempat ibadah, serta layanan

kesehatan. Sampai saat ini, Summarecon telah mengembangkan sebanyak sembilan kawasan township.



Gambar 2.4 Aplikasi Summarecon Home Apps
Sumber: <https://www.satusummarecon.co.id/>

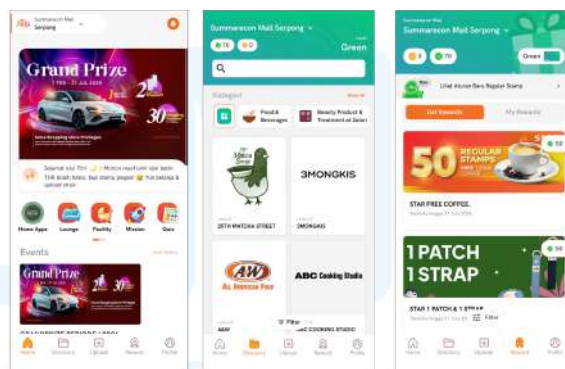
Pada tahun 1975, Summarecon mengembangkan township pertamanya yang sekarang telah berkembang menjadi salah satu kawasan yang maju di Jakarta. Dari total lahan seluas 550 hektar, Kawasan Kelapa Gading sekarang telah memiliki 30.000 unit rumah, 2.850 unit apartemen, serta 2.150 unit ruko sebagai bagian dari kawasan hunian dan komersial. Selain itu, kawasan Summarecon Serpong juga menjadi salah satu proyek dari Summarecon yang sangat berkembang. Dari total lahan 750 hektar, Summarecon telah berhasil memanfaatkan sekitar 250 hektar dalam pembangunan 50 klaster hunian dan komersial. Kawasan ini memiliki 11.000 unit rumah, 1.100 unit apartemen, dan 2.000 unit ruko, serta fasilitas seperti Summarecon Mall Serpong, pasar modern Sinpasa, Salsa Food City, pusat otomotif, Plaza Summarecon Serpong, lapangan golf, hingga leisure club.

Seiring dengan perkembangan teknologi, Summarecon juga mulai mengembangkan layanan digital melalui Summarecon Home Apps untuk melengkapi keperluan para pengguna. Aplikasi ini dirancang untuk mempermudah urusan administratif dan operasional para warga

Summarecon. Melalui aplikasi ini, para pemilik properti bisa mendaftarkan aset propertinya (rumah, ruko, atau apartemen) di bawah Summarecon. Selain itu, terdapat juga fitur yang mempermudah warga dalam pembayaran IPL serta mengajukan izin terkait hunian secara digital tanpa harus datang ke kantor. Melalui aplikasi ini, Summarecon juga memberikan hadiah berupa rewards bagi para penggunanya serta memberikan update mengenai berita-berita terkini. Aplikasi ini didominasi dengan penggunaan warna biru dan hijau dalam penggunaan key visual mereka serta font family Plus Jakarta Sans sesuai dengan *guidelines* yang diberikan.

2.3.2 Investasi Properti

Di setiap kawasan pengembangannya, Summarecon memiliki area khusus untuk berbisnis, di mana terdapat pusat perbelanjaan dengan berbagai fasilitas untuk masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya. Di kawasan tersebut, baik penghuni maupun pengunjung bisa berbelanja, menikmati kuliner, dan melakukan berbagai aktivitas rekreasi dengan nyaman. Sampai saat ini, Summarecon telah mempunyai total area ritel seluas 250.000 m² yang tersebar di Sentra Kelapa Gading dan Sentra Gading Serpong.



Gambar 2.5 Aplikasi Summarecon Mall Apps
Sumber: <https://www.satusummarecon.co.id/>

Pada tahun 2013, Summarecon juga telah menghadirkan pusat perbelanjaan baru seluas 80.000 m² di Sentra Bekasi, sehingga total keseluruhan area perbelanjaan yang telah dimiliki mencapai 380.000 m². Summarecon mengawali pengembangan kawasan komersialnya dengan Sentra Kelapa Gading dengan luas 20 hektar di Summarecon Kelapa Gading.

Summarecon terdiri dari Summarecon Mall Kelapa Gading (MKG), La Piazza, dan GAFOY, menjadi ikon komersial.

Pada tahun 2004, Sentra Gading Serpong diresmikan dan memiliki berbagai fasilitas seperti mal, hotel, lapangan golf, hingga sarana pendidikan seperti Pradita University. Kawasan ini juga memiliki tempat rekreasi seperti SQP Park dan SQP Hub untuk meningkatkan kesejahteraan penduduknya. Di Bekasi, Sentra Summarecon Bekasi hadir sebagai pusat bisnis dan gaya hidup dengan luas sekitar 23 hektar dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas, seperti mal, restoran, hotel, hingga pusat otomotif dan keuangan. Pada 2026, Summarecon membuka SMB 2 dan Wellground dengan konsep Rooftop Sports & Wellness Center.

Seiring dengan perkembangan kawasan komersial yang terdapat di berbagai township mereka, Summarecon pun mulai mengembangkan sebuah inovasi digital yang mampu meningkatkan pengalaman pengunjung. Pengembangan aplikasi ini dilakukan untuk membantu kebutuhan masyarakat modern yang serba mudah, cepat, dan mengutamakan efisiensi dalam mengakses layanan. Summarecon Mall Apps pun hadir sebagai aplikasi loyalitas yang menggabungkan semua pusat pembelanjaan milik Summarecon. Melalui aplikasi ini, pengunjung dapat menikmati berbagai macam fitur, seperti mengakses informasi, mengumpulkan poin, dan memperoleh berbagai macam hadiah atau rewards yang dibagikan oleh pusat pembelanjaan milik Summarecon.

Melalui Summarecon Mall Apps, perusahaan melakukan promosi untuk pusat pembelanjaannya dengan strategi yang fokusnya pada program mission dan sistem rewards. Informasi promosi juga seringkali merupakan hasil kerja sama dengan tenant, sehingga pengguna bisa memahami manfaat yang tersedia di setiap mall. Seluruh visual promosinya dikemas dengan key visual yang konsisten sesuai dengan identitas perusahaan terutama warna kuning dan oranye. Materi promosi ini juga dibagikan bukan hanya melalui aplikasi, tetapi tetap berfokus juga di media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi nya.