

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Summarecon Agung Tbk (“Summarecon”) didirikan pada tahun 1975 oleh Soetjipto Nagaria bersama dengan rekan-rekannya. Tujuannya ialah untuk menjalankan kegiatan pembangunan dan pengembangan properti. Seiring waktu, Summarecon pun dikenal sebagai salah satu pengembang properti terkemuka di Indonesia, terutama dalam bidang pengembangan kawasan terpadu (*township*) yang mengintegrasikan area hunian serta fasilitas komersial untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan masyarakat. Hingga saat ini, Summarecon telah mengembangkan berbagai proyek di beberapa kota di Indonesia, seperti Kelapa Gading, Serpong, Bandung, Bekasi, Bogor, Makassar, Karawang, Crown Gading, serta Tangerang. Kegiatan usaha Summarecon sendiri terbagi menjadi tiga unit bisnis utama, yakni *Property Development*, *Property Investment and Management*, dan *Leisure, Hospitality and Others*.

Dalam mendukung pengembangan unit-unit bisnis tersebut, PT Summarecon Agung Tbk memiliki beberapa anak perusahaan. Salah satunya adalah PT Anugerah Damai Abadi (PT ADA) yang didirikan pada tanggal 17 Juni 2007 dengan fokus utama pada kegiatan perdagangan besar serta penyediaan makanan dan minuman (*food and beverage*), khususnya pada bar dan restoran. Saat ini, PT Anugerah Damai Abadi memiliki 2 brand, yakni The Barrels dan Casa Barrels. Kedua brand tersebut memiliki total 6 outlet (di antaranya 4 outlet The Barrels dan 2 outlet Casa Barrels) yang berlokasi di Summarecon Mall Serpong, Summarecon Mall Bekasi, Summarecon Mall Kelapa Gading, dan Summarecon Mall Bandung.

##### 2.1.1 Profil Perusahaan

PT Summarecon Agung Tbk (“Summarecon”) didirikan pada November 1975 oleh Soetjipto Nagaria bersama rekan-rekannya. Dalam mengembangkan setiap proyeknya, Summarecon didukung oleh berbagai

keahlian industri properti yang meliputi proses pengembangan, perancangan arsitektur, rekayasa teknik, manajemen proyek dan konstruksi, perencanaan tata kota, pembangunan infrastruktur, penerapan teknologi desain berkelanjutan, hingga pengelolaan kawasan dan manajemen properti. Melalui keahlian dan proyek-proyeknya tersebut, Summarecon pun berhasil membangun reputasi sebagai salah satu pengembang properti terkemuka di Indonesia, khususnya dalam pengembangan kawasan *township* (Summarecon Agung, n.d.).



Gambar 2.1 *Core Value* Perusahaan PT Summarecon Agung Tbk  
Sumber: PT Summarecon Agung Tbk (2026)

Dalam menjalankan kegiatannya, PT Summarecon Agung Tbk memiliki nilai inti perusahaan (*core value*) yang menjadi pedoman bagi seluruh karyawannya, yakni CARING (*Commitment, Agility, Care, Integrity, Collaboration, dan Gratitude*) yang bermakna untuk mengungkapkan kebaikan dan kepedulian terhadap orang lain. Pertama, nilai *Commitment* ditunjukkan melalui sikap tanggung jawab, profesionalisme, loyalitas, konsistensi, dan disiplin. Kedua, nilai *Agility* ditunjukkan melalui sikap adaptif, bekerja dengan efektif serta efisien, fokus, pintar, dan pertumbuhan. Ketiga, nilai *Care*

ditunjukkan melalui rasa empati, memiliki keseimbangan hidup, bijaksana, dan kesejahteraan. Keempat, nilai *Integrity* ditunjukkan melalui sifat kepercayaan, kejujuran, moralitas, etika, dan terpercaya. Kelima, nilai *Collaboration* ditunjukkan melalui kerja sama tim, inovasi, peningkatan kinerja secara berkelanjutan, berpikiran terbuka, dan komunikatif. Terakhir, nilai *Gratitude* ditunjukkan melalui rasa hormat, kerendahan hati, apresiasi, kepedulian, dan menjunjung nilai kemanusiaan.



Gambar 2.2 Logo 50 Tahun PT Summarecon Agung Tbk  
Sumber: PT Summarecon Agung Tbk (2026)

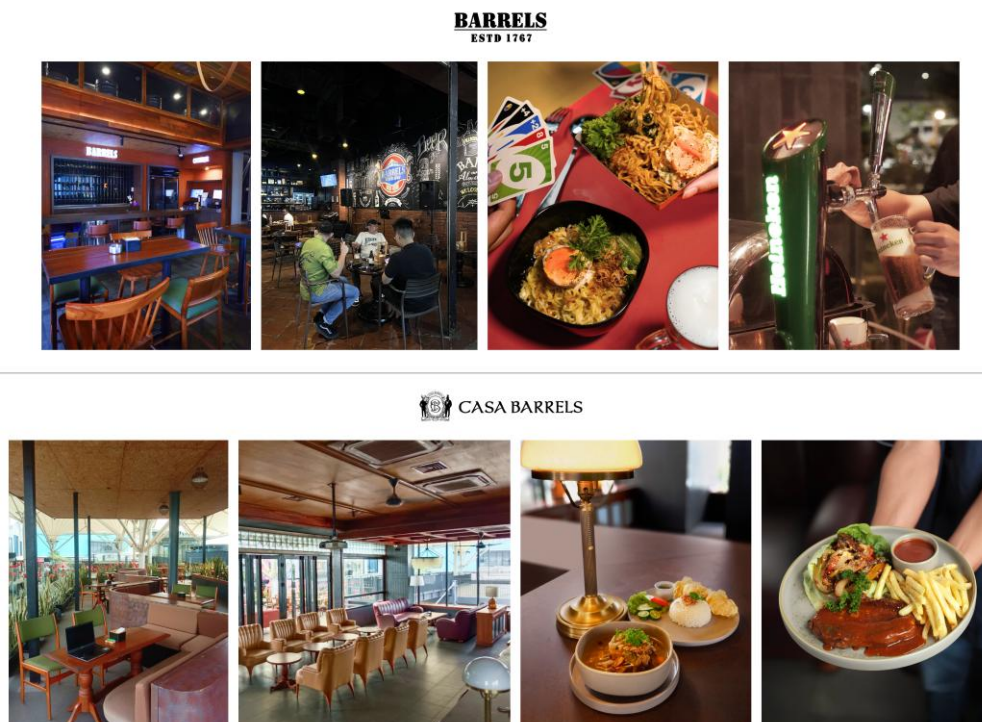
Selain *core value* CARING, PT Summarecon Agung Tbk juga memiliki logo dengan warna yang khas, yakni hijau tua, oranye, dan kuning, dilengkapi *tagline* “Wonderful Life, Wonderful World”. Sejalan dengan *tagline* tersebut, Summarecon memiliki visi untuk menjadi teman sepanjang waktu dalam membangun komunitas dengan ekosistem kehidupan yang harmonis dan berkelanjutan. Dalam upaya untuk mewujudkan visi tersebut, Summarecon menjalankan beberapa misi, antara lain 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. Melalui visi dan misi tersebut, Summarecon bertujuan untuk menumbuhkembangkan kehidupan yang indah dan membangun impian kita tentang dunia yang indah.

### 2.1.2 Sejarah Perusahaan

Perjalanan PT Summarecon Agung Tbk bermula dari pengelolaan lahan rawa seluas kurang lebih 10 hektar yang terletak di pinggiran Jakarta pada tahun 1976. Melalui proses pengembangannya, Summarecon berhasil mengubah area

tersebut menjadi kawasan Kelapa Gading yang kini dikenal sebagai salah satu area hunian dan komersial yang berkembang pesat di Jakarta. Keberhasilan pengembangan tersebut pun mendorong Summarecon untuk terus melakukan ekspansi dengan mengembangkan berbagai kawasan properti baru di banyak kota dan daerah. Pengembangan tersebut mencakup Summarecon Serpong pada tahun 1991, Summarecon Bekasi pada tahun 2010, Summarecon Bandung pada tahun 2015, Summarecon Emerald Karawang pada tahun 2016, Summarecon Mutiara Makassar pada tahun 2018, Summarecon Bogor pada tahun 2020, Summarecon Crown Gading pada tahun 2021, hingga pengembangan terbaru, yakni Summarecon Tangerang pada tahun 2024 (Summarecon Agung, n.d.).

Selain mengembangkan kawasan *township*, Summarecon juga menghadirkan berbagai fasilitas komersial untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan masyarakat. Salah satu bentuk pengembangan tersebut adalah melalui pembangunan pusat perbelanjaan, yakni Summarecon Mall. Hingga saat ini, pusat perbelanjaan yang telah dibangun antara lain Summarecon Mall Kelapa Gading (1990), Summarecon Mall Serpong (2007), Summarecon Mall Bekasi (2013), serta pengembangan terbaru ialah Summarecon Mall Bandung (2024). Untuk meningkatkan daya tarik pengunjung, Summarecon Mall pun menghadirkan beragam tenant ritel, termasuk unit usaha *food and beverage* yang dikelola anak perusahaan di bawah naungan PT Summarecon Agung Tbk, yakni PT Anugerah Damai Abadi.

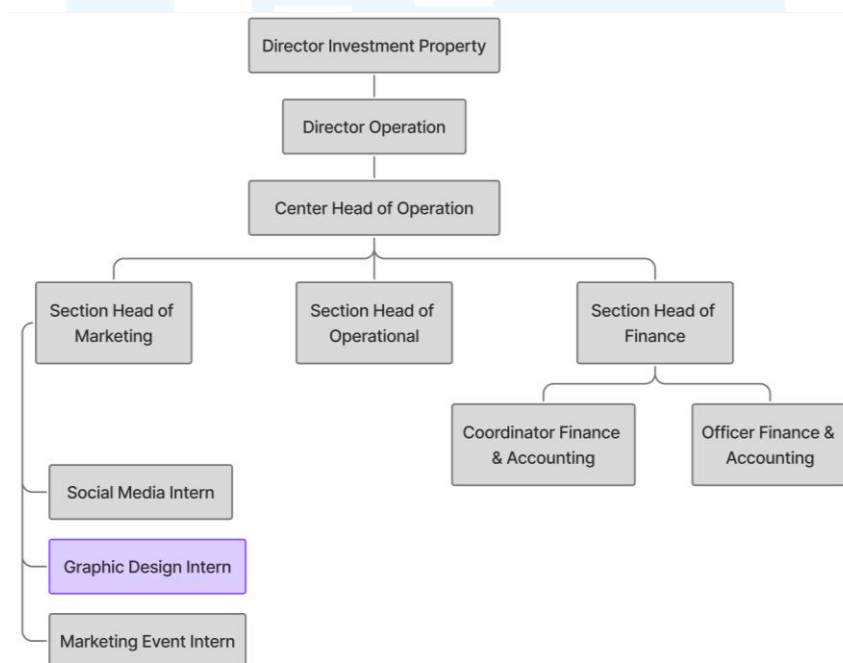


Gambar 2.3 Suasana Outlet serta Produk The Barrels dan Casa Barrels  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

PT Anugerah Damai Abadi (PT ADA) merupakan anak perusahaan yang didirikan pada tanggal 17 Juni 2007. Berbeda dengan induk perusahaannya, yakni PT Summarecon Agung Tbk, perusahaan ini lebih berfokus pada kegiatan perdagangan besar serta penyediaan makanan dan minuman (*food and beverage*), khususnya pada bar dan restoran. Outlet pertama yang dibangun adalah The Barrels yang berlokasi di Summarecon Mall Serpong. Produk yang ditawarkan PT ADA sebagian besar berupa minuman beralkohol, seperti *bottled beer*, *draught beer*, *wine*, *whiskey*, *spirits*, *soju*, dan *cocktail*. Meski demikian, PT ADA juga menyediakan beragam pilihan minuman non-alkohol, seperti *soda*, *mocktail*, *milk tea*, serta kopi. Selain itu, perusahaan juga menawarkan produk-produk makanan yang mencakup makanan ringan (*light bites*) hingga makanan berat, seperti Australian Beef Sirloin, Pizza, Caesar Salad, dan berbagai menu lainnya.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam menjalankan bisnisnya, PT Summarecon Agung Tbk memiliki beberapa anak perusahaan. Salah satunya adalah PT Anugerah Damai Abadi yang menjadi anak perusahaan yang bergerak di bidang *food and beverages*, sekaligus tempat di mana penulis melaksanakan magang. Pada anak perusahaan ini, penulis berada di divisi *Marketing*, dilengkapi oleh satu *supervisor*/koordinator serta tiga anggota tim, termasuk penulis. Struktur dari organisasi ini memiliki peran yang penting, yakni untuk mengatur pembagian tugas serta tanggung jawab, menentukan alur wewenang, dan menjalankan koordinasi yang efektif dalam perusahaan.



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Perusahaan PT Anugerah Damai Abadi  
Sumber: Diolah Penulis Berdasarkan Data PT Anugerah Damai Abadi (2026)

Berdasarkan struktur organisasi perusahaan PT Anugerah Damai Abadi (PT ADA) di atas, setiap posisi menjalankan peran serta tanggung jawab yang berbeda, yakni sebagai berikut:

1. *Director Investment Property* merupakan posisi tertinggi sekaligus pemilik dari PT ADA.

2. *Director Operation* memiliki tanggung jawab untuk mengatur keseluruhan operasional perusahaan dan memastikannya berjalan secara efisien, sesuai standar, serta sejalan dengan tujuan bisnis yang telah ditetapkan.
3. *Center Head of Operation* bertanggung jawab dalam mengelola dan mengawasi seluruh kegiatan operasional perusahaan, mengoordinasikan kerja antar divisi, serta melakukan evaluasi terhadap kinerja tim.
4. *Section Head of Marketing* bertanggung jawab dalam memastikan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan berjalan dengan optimal, memberikan arahan dan *approval* terkait penugasan, serta mengevaluasi kinerja tim.
  - a. *Social Media Intern* bertanggung jawab dalam menyusun *content plan* setiap bulan, mengelola akun Instagram The Barrels dan Casa Barrels, membuat *daily content* beserta dengan *caption*, dan menjalankan *Instagram Ads* untuk konten-konten tertentu sebagai materi promosi.
  - b. *Graphic Design Intern* bertanggung jawab dalam pembuatan *daily content* Instagram, desain *monthly promo* serta *temporary menu*, dan berbagai kebutuhan desain lainnya seperti *motion graphic*, *TV display*, *LED*, poster, serta kebutuhan *event*. Selain itu, *graphic design intern* juga bertanggung jawab untuk menjaga kualitas setiap konten yang dihasilkan agar tetap konsisten secara visual dan sesuai dengan identitas brand.
  - c. *Marketing Event Intern* bertanggung jawab dalam membuat *daily content* Instagram, menyusun materi presentasi 4DX (pertemuan mingguan Summarecon), serta menangani seluruh rangkaian pelaksanaan *event* The Barrels dan Casa Barrels, mulai dari *activation* hingga *event* dengan skala yang lebih besar.
5. *Section Head of Operational* memiliki tanggung jawab dalam memimpin dan mengawasi operasional setiap outlet, juga memastikan

seluruh layanan dan kualitas produk makanan serta minuman telah memenuhi *Standard Operational Procedure* (SOP).

6. *Section Head of Finance* memiliki tanggung jawab dalam mengawasi tim *finance* dalam kegiatan administrasi dan pelaporan keuangan, serta memastikan setiap transaksi telah tercatat sesuai dengan kebijakan dari perusahaan.
  - a. *Coordinator Finance & Accounting* bertanggung jawab dalam mengawasi tim *finance*, memverifikasi dokumen transaksi, serta membantu penyusunan laporan bulanan dan tahunan.
  - b. *Officer Finance & Accounting* bertanggung jawab dalam mencatat serta menyusun laporan keuangan berdasarkan data transaksi perusahaan. Selain itu, posisi ini juga menangani proses reimburs serta kebutuhan pembelian operasional, seperti pencetakan poster outlet.

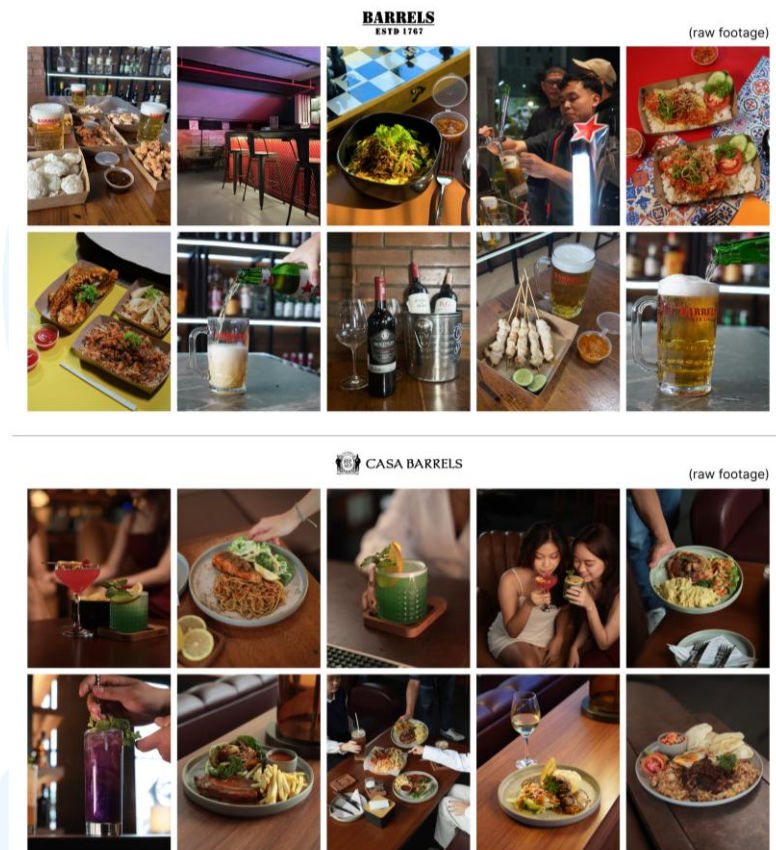
### **2.3 Portofolio Perusahaan**

Sebagai anak perusahaan di bawah naungan PT Summarecon Agung Tbk, PT Anugerah Damai Abadi (PT ADA) berperan dalam menghadirkan unit usaha di bidang *food and beverage* melalui brand The Barrels dan Casa Barrels yang tersebar di berbagai Summarecon Mall. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, PT ADA memanfaatkan media promosi berbasis komunikasi visual untuk meningkatkan *brand awareness* serta menarik minat pengunjung. Media-media tersebut kemudian menjadi bagian dari portofolio perusahaan. Sebagai perusahaan yang cukup aktif dalam kegiatan promosi, PT ADA memiliki portofolio yang beragam, di antaranya *product photoshoot* The Barrels dan Casa Barrels, konten media sosial The Barrels dan Casa Barrels, *event* “Oktoberfest” The Barrels, promosi bulanan The Barrels, serta *event* “All Night All Whisky” The Barrels.

#### **2.3.1 Product Photoshoot The Barrels dan Casa Barrels**

Kegiatan *product photoshoot* dilakukan secara rutin hampir setiap bulan untuk memenuhi kebutuhan konten, khususnya pada media sosial The Barrels dan Casa Barrels. Proses *photoshoot* ini dilakukan di dalam outlet

dengan menyesuaikan karakter dan konsep visual masing-masing brand. Pada The Barrels misalnya, foto yang dihasilkan menonjolkan kesan kasual, *friendly*, dan mudah untuk dijangkau (*approachable*). Sementara itu, foto-foto untuk Casa Barrels menampilkan kesan yang lebih elegan dan feminin.

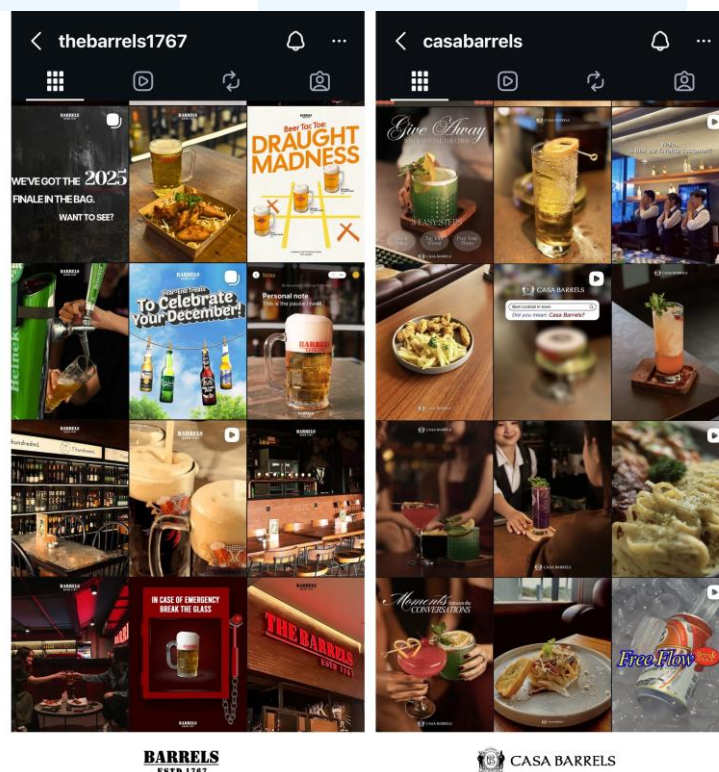


Gambar 2.5 *Product Photoshoot* The Barrels dan Casa Barrels  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Dalam pelaksanaan *product photoshoot* ini, terdapat beberapa hal penting yang perlu diperhatikan agar foto makanan dan minuman yang dihasilkan dapat menggugah selera audiens. Pada The Barrels misalnya, terdapat standar operasional penyajian (SOP) *beer* internasional di mana busa *beer* harus memiliki ketinggian sekitar 2-3 cm. Sementara pada Casa Barrels, lebih difokuskan pada penataan makanan dan kebersihan meja agar hasil dari foto terlihat rapi dan selaras dengan identitas brand.

### 2.3.2 Konten Media Sosial The Barrels dan Casa Barrels

Konten media sosial The Barrels dan Casa Barrels dibagi menjadi tiga kategori utama. Pertama adalah foto sebagai konten pendukung, yang berupa foto makanan, minuman, atau suasana outlet (*ambience*) dari hasil *photoshoot* yang telah dilakukan sebelumnya. Foto-foto ini kemudian di-edit terlebih dahulu menggunakan preset agar warna dan visual yang diunggah konsisten dan sesuai dengan brand. Proses *photo editing* ini juga mencakup perbaikan bayangan/pencahayaan pada foto, penghilangan noda/gangguan pada meja, dan sebagainya agar tampilan lebih menarik, menggugah selera audiens, serta mendorong mereka untuk mengunjungi outlet.



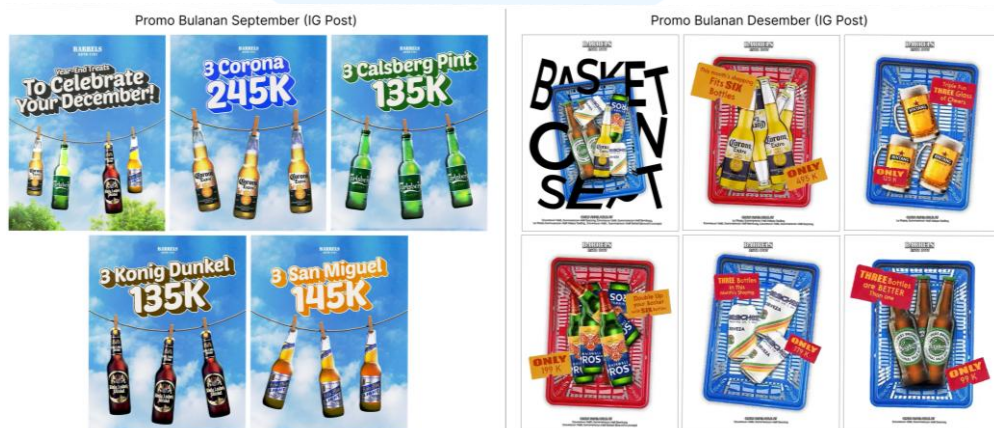
Gambar 2.6 Konten Media Sosial The Barrels dan Casa Barrels  
Sumber: Instagram The Barrels dan Casa Barrels (2025)

Kategori kedua adalah konten poster. Konten ini memadukan foto dengan elemen-elemen pendukung lainnya seperti elemen grafis dan/atau *copywriting* sehingga menghasilkan visual serta pesan promosi yang lebih menarik dan jelas. Terakhir, kategori ketiga mencakup konten *reels* dan *motion*

*graphic*, mulai dari *showcase* makanan/minuman, *event recap/highlight*, hingga *ambience* outlet. Selain ketiga kategori konten tersebut, Instagram The Barrels dan Casa Barrels juga rutin mengunggah konten pada *story*, seperti *story mandatory* (*opening hour* outlet), *repost* konten *feeds* ke *story*, serta promo dan/atau *event* yang sedang berlaku atau akan berlangsung.

### 2.3.3 Promosi Bulanan The Barrels

Setiap bulannya, The Barrels mengadakan promosi bulanan *beer*, baik bentuk botol maupun *draught*. Sebelum promosi ditentukan, seluruh kepala outlet harus melaporkan data penjualan *beer* pada masing-masing outlet dan mengajukan rekomendasi varian *beer* yang cocok untuk masuk ke dalam promo bulanan, baik itu karena *slow-moving* ataupun promo dari *supplier*. Seluruh laporan tersebut kemudian direkap dan dibahas dalam rapat perusahaan untuk menentukan keputusan final terkait *beer* yang akan dipromosikan dalam promosi bulanan.



Gambar 2.7 Poster Promo Bulanan The Barrels  
Sumber: Instagram The Barrels (2025)

Desain dari promosi bulanan ini dirancang dengan strategi *soft-selling* yang juga memiliki *storytelling* untuk menarik perhatian konsumen. Desain promosi ini berbentuk *motion graphic* dengan output yang beragam, yakni Instagram post dan story, serta video yang akan ditampilkan pada TV dan LED outlet. Selain *motion graphic*, promosi bulanan juga dibuat dalam bentuk poster berukuran 50x70 cm yang akan dipasang di depan masing-masing outlet.

Hal ini dilakukan agar pengunjung mall yang sedang berjalan di depan outlet juga menjadi tahu dan mendapatkan informasi mengenai promo bulanan The Barrels.

#### 2.3.4 Event “Oktoberfest” The Barrels

“Oktoberfest” merupakan *event* tahunan yang diselenggarakan oleh Summarecon Mall dan The Barrels. Event ini rutin diadakan setiap bulan Oktober di berbagai lokasi Summarecon Mall, seperti Summarecon Mall Serpong, Summarecon Mall Kelapa Gading, Summarecon Mall Bekasi, dan Summarecon Mall Bandung. Acara ini terinspirasi dari festival rakyat tahunan di Bavaria, Jerman. Karena itu, pengunjung yang telah membeli tiket mendapatkan *free flow drink* dan *all you can eat traditional Bavarian buffet*.



Gambar 2.8 Event Oktoberfest The Barrels  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Selain *free flow* minuman dan makanan khas Jerman, “Oktoberfest” ini juga dimeriahkan dengan beragam kegiatan, mulai dari *games*, pertunjukan musik, hingga berbagai acara lainnya yang dibawa oleh MC. *Event* ini pun tidak hanya terbuka bagi warga lokal saja, tetapi juga untuk pengunjung dari mancanegara. Hal ini membuat “Oktoberfest” sebagai salah satu *event* yang paling dinantikan setiap tahunnya di Summarecon Mall.

### 2.3.5 Event “All Night All Whisky” The Barrels

*Event* “All Night All Whisky” merupakan *event* yang secara khusus diselenggarakan di The Barrels, Summarecon Mall Bekasi pada 28 November 2025. Dengan tiket seharga Rp199.000,00, pengunjung dapat menikmati *free flow* Prabu Whiskey. Selain itu, *event* ini juga menghadirkan berbagai *games* yang menarik. Para peserta yang memenangkan *games* tersebut berkesempatan untuk mendapatkan *voucher* senilai Rp50.000,00 yang dapat digunakan di seluruh outlet The Barrels.



Gambar 2.9 Poster, *Voucher*, dan *Wristband* Event All Night All Whisky  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Selain *free flow whisky* dan *games*, *event* “All Night All Whisky” juga dimeriahkan oleh DJ *Performance*. Penampilan ini ditujukan untuk membangun suasana acara agar lebih hidup, sehingga pengunjung dapat bersantai, berdansa, ataupun hanya sekadar menikmati minuman sambil mengobrol. Acara ini juga turut didukung oleh beberapa mitra, seperti IQOS, Orang Tua (OT), dan Prabu Whiskey.

