

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo PT Summarecon Investment Property

Sumber: <https://summarecon-smip.com/>

Logo PT Summarecon Investment Property terdiri atas simbol berbentuk huruf “S” yang dipadukan dengan tulisan “summarecon” berwarna hijau serta tagline “Wonderful Life, Wonderful World”. Simbol huruf “S” dengan perpaduan warna kuning dan oranye melambangkan semangat, kreativitas, optimisme, serta pertumbuhan yang berkelanjutan. Sementara itu, warna hijau pada tulisan “summarecon” mencerminkan komitmen perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang nyaman, asri, dan berkelanjutan bagi masyarakat. Tagline *Wonderful Life, Wonderful World* menggambarkan visi perusahaan untuk menghadirkan kualitas hidup yang lebih baik melalui pengembangan kawasan terpadu yang tidak hanya berfokus pada pembangunan properti, tetapi juga pada terciptanya lingkungan yang mendukung aktivitas sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat.

PT Summarecon Investment Property adalah salah satu perusahaan di bawah naungan PT Summarecon Agung Tbk. yang merupakan perusahaan pengembang properti terkemuka di Indonesia yang memiliki rekam jejak panjang dalam membangun dan mengembangkan kawasan terpadu berkualitas tinggi. Perusahaan ini merupakan bagian dari kelompok usaha Summarecon yang dikenal luas dalam industri properti nasional. Kehadirannya mencerminkan komitmen

perusahaan dalam mengembangkan sektor properti investasi, khususnya pada pengelolaan dan pengembangan aset-aset komersial yang memberikan nilai tambah bagi masyarakat maupun investor.

Perjalanan bisnis Summarecon berawal dari pengembangan kawasan Kelapa Gading di Jakarta Utara, yang pada masa awalnya masih berupa kawasan rawa dan belum berkembang. Dengan visi yang kuat, kawasan tersebut berhasil diubah menjadi salah satu pusat hunian, bisnis, dan gaya hidup paling penting di Jakarta. Keberhasilan transformasi Kelapa Gading menjadi fondasi penting bagi penguatan identitas Summarecon sebagai pengembang yang mampu menciptakan nilai tinggi dari kawasan yang sebelumnya belum produktif.

Dalam perkembangannya, Summarecon tidak hanya fokus pada pembangunan hunian, tetapi juga mengembangkan berbagai aset investasi properti seperti pusat perbelanjaan, area komersial, perkantoran, hotel, dan fasilitas pendukung lainnya. Melalui pengembangan properti investasi ini, PT Summarecon Agung Tbk berperan penting dalam memperkuat portofolio bisnis perusahaan, terutama pada sektor properti yang memberikan pendapatan berulang (*recurring income*). Hal ini menjadikan perusahaan memiliki posisi strategis dalam mendukung pertumbuhan bisnis Summarecon secara berkelanjutan.

Salah satu aset yang sangat dikenal masyarakat adalah Summarecon Mall Kelapa Gading, yang berkembang menjadi salah satu pusat perbelanjaan terbesar dan paling populer di Jakarta Utara. Keberadaan mall ini bukan hanya menjadi pusat aktivitas ekonomi, tetapi juga menjadi simbol keberhasilan Summarecon dalam mengelola properti investasi secara profesional. Selain itu, berbagai kawasan pengembangan lain seperti Summarecon Mall Serpong, Scientia Square Park, Summarecon Mall Bekasi, Summarecon Mall Bandung, Samasta Lifestyle Village Bali, Summarecon Villagio Outlets, dan beberapa property lain yang berada di bawah naungan PT Summarecon Investment Property juga menunjukkan bagaimana perusahaan terus memperluas cakupan bisnis investasinya di berbagai wilayah strategis di Indonesia.

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang properti investasi, PT Summarecon Investment Property memiliki peran besar dalam menciptakan nilai ekonomi jangka panjang melalui pengembangan aset yang produktif dan berdaya saing tinggi. Keunggulan perusahaan terletak pada kemampuannya memadukan fungsi komersial, estetika kawasan, dan kenyamanan lingkungan dalam setiap proyek yang dikembangkan. Dengan strategi tersebut, perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan bisnis semata, tetapi juga berupaya menghadirkan lingkungan yang mendukung kualitas hidup masyarakat.

Hingga saat ini, PT Summarecon Agung Tbk dan PT Summarecon Investment Property terus memperkuat posisinya sebagai bagian penting dari industri properti Indonesia. Dengan dukungan pengalaman panjang, reputasi yang kuat, serta visi pembangunan berkelanjutan, perusahaan ini diharapkan mampu terus berkembang dan memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan sektor properti investasi di Indonesia.

2.2 Visi dan Misi

2.2.1 Visi Perusahaan

PT Summarecon Investment Property, memiliki visi yang sama dengan PT Summarecon Agung Tbk. yang menjadi landasan dan kompas arah dalam setiap langkah strategis dan operasional perusahaan. Visi perusahaan adalah:

"Menjadi pengembang properti terpercaya dan terkemuka di Indonesia yang menciptakan kawasan terpadu berkualitas tinggi untuk kehidupan yang lebih baik."

Visi ini mencerminkan komitmen perusahaan yang mendalam untuk tidak hanya sekadar membangun properti secara fisik, tetapi lebih dari itu, untuk menciptakan lingkungan hidup yang berkualitas, nyaman, dan memberikan dampak positif bagi seluruh penghuni dan pengguna kawasan yang dikembangkan. Argenti (2014) menegaskan bahwa visi yang jelas dan kuat merupakan fondasi dari komunikasi korporat yang efektif, karena visi tersebut menjadi narasi utama yang menghubungkan perusahaan dengan seluruh pemangku kepentingannya.

2.2.2 Misi Perusahaan

Untuk mewujudkan visi tersebut, Summarecon mengemban beberapa misi yang menjadi panduan operasional dan strategis perusahaan, yaitu:

Pertama, mengembangkan kawasan terpadu yang berkualitas tinggi dengan memadukan hunian, komersial, dan fasilitas pendukung yang lengkap sehingga menciptakan ekosistem yang mandiri dan nyaman bagi penghuninya. Berger (2018) menyatakan bahwa pengembangan kawasan terpadu yang komprehensif merupakan tren global dalam industri properti modern yang mencerminkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan hidup manusia di era urban.

Kedua, memberikan layanan dan produk properti yang inovatif, berkualitas, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama dalam setiap aspek bisnis. Komitmen terhadap kepuasan pelanggan ini tercermin dalam setiap detail desain, konstruksi, dan pengelolaan properti yang dilakukan oleh perusahaan (Muhibah & Yunus, 2020).

Ketiga, mengelola dan mengembangkan bisnis secara profesional, transparan, dan bertanggung jawab dengan mengedepankan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance). Ekosetio (2021) mencatat bahwa komitmen terhadap GCG merupakan faktor penting yang membedakan perusahaan properti terkemuka dari para pesaingnya dan menjadi salah satu kunci kepercayaan investor.

Keempat, menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan bagi pemegang saham, mitra bisnis, karyawan, dan masyarakat melalui pengelolaan sumber daya yang efisien dan bertanggung jawab. Lukman dan Solihin (2018) menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi yang berkelanjutan merupakan indikator kuat dari kesehatan dan kematangan bisnis jangka panjang.

Kelima, berkontribusi positif terhadap pembangunan sosial dan lingkungan melalui program-program tanggung jawab sosial perusahaan yang terencana dan berdampak nyata bagi komunitas di sekitar area pengembangan. Oliver (2004)

menegaskan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bagian integral dari komunikasi korporat yang membangun reputasi dan kepercayaan publik secara jangka panjang.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

2.3.1 Bagan Struktur Organisasi Summarecon Mall Kelapa Gading

Berikut adalah bagan struktur organisasi Summarecon Mall Kelapa Gading yang menggambarkan hierarki dan pembagian divisi secara visual:



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Summarecon Mall Kelapa Gading

Sumber: Olah Data Pribadi Penulis

2.3.2 Penjelasan Struktur Organisasi Summarecon Mall Kelapa Gading

Summarecon Mall Kelapa Gading sebagai salah satu pusat perbelanjaan premium terbesar di Jakarta dipimpin oleh seorang **Center Director** yang memegang otoritas tertinggi dalam pengelolaan seluruh aspek operasional, manajerial, dan strategis mall. Posisi *Center Director* SMKG saat ini dijabat oleh **Willy Effendy**, seorang profesional berpengalaman yang bertanggung jawab atas keseluruhan kinerja dan arah pengembangan Summarecon Mall Kelapa Gading. Sebagai pemimpin puncak di tingkat mall, *Center Director* bertugas

memastikan bahwa seluruh divisi bekerja secara sinergis dan terkoordinasi untuk mencapai target bisnis yang telah ditetapkan, sekaligus menjaga standar kualitas layanan dan pengalaman pengunjung yang menjadi ciri khas MKG (Berger, 2018).

Selain berperan sebagai *Center Director*, Ir. Willy Effendy selaku *Center Director* MKG juga bertugas membantu sebagai *Deputy Chairman I JF3*. *Deputy Chairman* berperan dalam melakukan pengawasan terhadap setiap divisi agar seluruh kegiatan dapat berjalan sesuai target dan jadwal yang telah ditentukan. Keberadaan posisi ini sangat penting karena menjadi penghubung antara pimpinan tertinggi dengan seluruh unit pelaksana, sehingga proses komunikasi dan pengambilan keputusan dapat berjalan lebih efektif. Menurut Sari et al., (2023) struktur organisasi yang menerapkan koordinasi dan komunikasi yang baik mampu meningkatkan efektivitas kerja dan mempercepat penyelesaian tugas dalam organisasi.

Dalam menjalankan fungsi kepemimpinannya dalam struktural JF3 Fashion Festival yang merupakan bagian dari *special event*, *Center Director* dibantu oleh divisi *marketing* dan *coordinator special event* yang bertanggung jawab atas fungsi dan kinerja divisinya. Adapun penjelasan dari kedua divisi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Head of Marketing

Head of Marketing juga merupakan *Deputy Chairman II JF3* yang bertanggung jawab atas seluruh kegiatan pemasaran, promosi, dan publikasi Jakarta Fashion and Food Festival (JF3). Posisi ini memiliki peran penting dalam meningkatkan citra dan reputasi JF3 serta menarik minat masyarakat untuk berpartisipasi dalam berbagai rangkaian kegiatan yang diselenggarakan. Tugas utamanya meliputi penyusunan strategi promosi, pengelolaan komunikasi pemasaran, dan koordinasi dengan berbagai pihak untuk memastikan kegiatan promosi berjalan secara efektif. Menurut Sofian et al., (2026) komunikasi yang efektif dalam struktur organisasi dapat meningkatkan koordinasi dan mendukung pencapaian tujuan organisasi.

2. Coordinator Special Event

Koordinator *Special Event* bertanggung jawab dalam merencanakan, mengoordinasikan, dan mengawasi seluruh rangkaian kegiatan khusus yang menjadi bagian dari JF3. Posisi ini memiliki tugas untuk menyusun konsep acara, membuat jadwal kegiatan, melakukan koordinasi dengan vendor dan pihak eksternal, serta memastikan setiap kegiatan berjalan sesuai dengan rundown yang telah ditentukan. Koordinator *Special Event* juga berperan sebagai penghubung antara tim pelaksana dengan manajemen dalam menyampaikan perkembangan kegiatan dan berbagai kebutuhan yang diperlukan selama pelaksanaan acara. Menurut penelitian mengenai komunikasi organisasi, koordinasi yang efektif antarpihak dalam organisasi sangat berpengaruh terhadap keberhasilan pelaksanaan suatu program atau kegiatan (Sari et al., 2023).

3. Intern (Mahasiswa Magang)

Intern merupakan bagian pendukung dalam struktur organisasi JF3 yang memiliki peran membantu pelaksanaan tugas operasional dan administratif pada masing-masing divisi. Koordinator *Special Event* di MKG adalah *supervisor* dari penulis. Sehingga alur koordinasi dapat dengan mudah dilakukan. Tugas yang dilakukan meliputi penyusunan dokumen, pengelolaan data, koordinasi dengan pihak internal maupun eksternal, pembuatan laporan, serta membantu pelaksanaan kegiatan selama event berlangsung. Meskipun berada pada tingkat operasional, posisi ini memiliki kontribusi yang besar terhadap kelancaran pelaksanaan program karena menjadi pihak yang terlibat secara langsung dalam berbagai aktivitas teknis di lapangan. Menurut Permana dan Abdullah (2018), setiap posisi dalam struktur organisasi memiliki keterkaitan satu sama lain sehingga keberhasilan organisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan seluruh anggota dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya secara terkoordinasi.