

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil dan Sejarah Singkat Perusahaan

2.1.1. Profil Perusahaan

Menurut Bisnis.com, Lippo Malls merupakan anak perusahaan dari grup Lippo dan kini memiliki lebih dari 70 mal yang tersebar di hampir seluruh Indonesia. Selain itu, Lippo Malls ini juga merupakan operator mal yang terbesar di Indonesia atau “rajanya” mal di Indonesia. Grup Lippo memiliki jaringan bisnis yang luas yang meliputi bisnis properti, rumah sakit, media massa dan investasi. Beberapa lini bisnisnya juga sudah tercatat dalam Bursa Efek Indonesia dan Singapura. Total luas kotor mal Lippo mencapai 3,4 juta meter persegi. Dan menurut data dari Bisnis.com, 97% penduduk Indonesia mengunjungi mal Lippo setiap tahunnya.

2.1.2. Sejarah Perusahaan

PT Lippo Karawaci Tbk merupakan perusahaan yang sudah lebih dari 20 tahun bergerak di bidang properti di Indonesia. Perusahaan ini merupakan perusahaan terkemuka dalam industri *real estate* di Indonesia dan menjadi perusahaan properti terbuka terbesar berdasarkan aset dan pendapatan. Seiring dengan pengembangan kota-kota mandiri tersebut, Lippo Karawaci menjadi perusahaan dengan *landbank* yang besar dan terdiversifikasi di Indonesia menurut cdn-indonesia-investment.com. Lippo Karawaci terus berintegrasi dalam memberikan dampak positif dalam menyentuh seluruh aspek kehidupan masyarakat luas. Salah satu dampak positif yang diberikan adalah membangun mal-mal ritel perseroan yang memadukan hiburan, belanja, dan rekreasi guna memenuhi selera dan tuntutan gaya hidup masyarakat yang terus berkembang.

Pada tahun 2004, PT Lippo Karawaci Tbk sudah mengembangkan usahanya yang mencakup *Urban Development, Large Scale Integrated Development, Retail Malls, Hospitals, Hotels and Leisure* serta *Feebased Income*. Kemudian dilanjutkan dengan mengembangkan sebuah model bisnis yang terintegrasi dengan *recurring income* yang kuat untuk mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan. Dalam memenuhi perkembangan gaya hidup konsumen kelas menengah di Indonesia, PT Lippo Karawaci memiliki anak perusahaan yang bertujuan untuk mengurus *retail and shopping* yang ada di Indonesia, yaitu PT Lippo Malls Indonesia. Perusahaan berhasil mengembangkan dan mengelola pusat perbelanjaan yang tersebar di seluruh Indonesia. Hingga saat ini, PT Lippo Malls ini menjadi pengelola mal terbesar di Indonesia menurut market.bisnis.com.

PT Lippo Malls Indonesia merupakan bagian dari PT Lippo Malls Indonesia Retail and Trust (LMIRT) yang merupakan pelopor dan satu-satunya *Retail Estate Investment Trust* (REIT) di Indonesia yang terdaftar di Singapore Exchange. LMIR Trust berinvestasi dan memiliki *real estate* terkait ritel yang menghasilkan pendapatan berkualitas di kota-kota utama di Indonesia. Perusahaan ini memiliki komitmen untuk memberikan perhatian kepada para sektor properti ritel yang ada di Indonesia. Hal ini bertujuan untuk menjaga pengisian dan keseimbangan properti dan diversifikasi *tenant* melalui manajemen aset mal ritel dan tempat secara proaktif. Secara umum, PT Lippo Malls Indonesia berfokus pada 2 tujuan, yaitu mengelola manajemen dan membantu pengembangan mal dari awal hingga memiliki *value* yang dapat diperjualbelikan. Sedangkan di lain sisi, LMIRT lebih berfokus pada *holding investor*. Berdasarkan data yang diambil pada tahun 2014, PT Lippo Malls Indonesia telah mengelola 17 mal ritel berkualitas tinggi dan memiliki 7 tempat ritel besar di dalam mal lainnya yang ada di Indonesia.

2.1.3. Visi dan Misi Perusahaan

PT Lippo Malls Indonesia ini memiliki visi dan misi sebagai berikut:

2.1.3.1. Visi

Lippo Malls Indonesia memiliki visi *Broadening Horizon* (memperluas cakrawala) yang artinya menjadi perusahaan properti terkemuka di Indonesia dan secara regional dengan tekad untuk menyentuh kehidupan masyarakat luas di semua lini bisnis. Melalui visi ini, Lippo Malls Indonesia ingin mengubah kehidupan masyarakat Indonesia melalui kehadirannya terutama di daerah yang masih sulit di jangkau karena umumnya para developer hanya membangun mal di kota- kota besar seperti Jakarta, Bandung, Medan, dan kota besar lainnya.

2.1.3.2. Misi

Berikut ini adalah misi yang dimiliki oleh PT Lippo Malls Indonesia:

- Memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia kelas menengah dan atas di bidang perumahan, pusat perbelanjaan dan komersial, layanan kesehatan, hiburan, infrastruktur dan jasa perhotelan.
- Memelihara kelangsungan pertumbuhan usaha melalui pengembangan sumber pendapatan secara berkesinambungan (*Recurring Revenues*) dan kegiatan pengembangan berkelanjutan.
- Menyediakan lingkungan hidup berkualitas yang meningkatkan pengalaman sosial dan spiritual bagi para pelanggan, serta menyediakan suasana ramah lingkungan terbaik pada setiap proyek pengembangannya.
- Sebagai pengelola mal terbesar di Indonesia yang memiliki lebih dari 70 mal di Indonesia, Lippo Malls Indonesia ingin membangun mencapai angka kepemilikan mal sebanyak 100 mal di Indonesia.
- Membantu pendapatan perekonomian daerah dengan cara memberikan stimulus untuk menggerakkan roda perekonomian seperti kegiatan jual-beli yang dilakukan oleh *tenant*.

- Dengan kehadiran Lippo Malls Indonesia dapat menciptakan lapangan kerja sebanyak-banyaknya seperti yang sudah dilakukan selama ini. Setiap mal dapat mempekerjakan minimal sekitar 5 ribu orang termasuk *management office* dan *tenant*.

2.1.3.3. Logo Perusahaan

Pemilihan nama dan logo perusahaan mengacu pada perusahaan yang sudah didirikan selama 40 tahun, yaitu Lippo Group. Nama "Lippo" memiliki arti tersendiri yang belum diketahui banyak orang, yaitu *Li* yang berarti *energy* dan *Pao* yang berarti *treasure*. Arti dari nama tersebut menjadi inti dari filosofi bisnis pengusaha besar generasi pertama di Indonesia. Filosofi tersebut adalah menemukan sinergi antara perjalanan hidup manusia dengan sumber-sumber keuangan. Logo Lippo merupakan gabungan antara huruf "L" dan "P" yang merupakan huruf pertama dari dua kata pembentuk Lippo yang kemudian menjadi stilisasi dari *infinityloop*. Selanjutnya, perbedaan antara logo Lippo dengan Lippo Malls adalah penambahan tulisan atau keterangan dari lokasi mal seperti (Kemang, Puri, dan lainnya) yang berada di bawah tulisan Lippo Malls untuk menunjukkan lokasi Lippo Malls.

Gambar 2. 1 Logo Lippo Malls Indonesia



2.1.4. Penghargaan dan Pencapaian PT Lippo Malls Indonesia

Tabel 2. 1 Tabel Penghargaan PT Lippo Malls Indonesia

Bulan	Awards
Oktober 2005	<i>Euromoney Real Estate Award</i>
Juli 2006	<i>IMAC Award</i>
Oktober 2006	<i>Investor Award</i>
Desember 2006	<i>Indonesia Property Watch Award</i>
Oktober 2007	<i>LIQUID Real Estate Award</i>
Oktober 2008	<i>Euromoney Real Estate Award</i>
Juni 2009	<i>SWA-100 The Wealth Creator Award</i>
Oktober 2009	<i>Euromoney Real Estate Award</i>
Oktober 2010	<i>Euromoney Real Estate Award</i>
Oktober 2010	<i>Frost & Sullivan Awards</i>
November 2010	<i>The FIABCI Indonesia Prix D Excellence Awards</i>
Januari 2011	<i>Fortune (Indonesia) Most Admired Companies 2011 Award</i>
September 2011	<i>Asian Hospital Management Award</i>
Oktober 2011	<i>Euromoney Real Estate Award</i>
November 2011	<i>South East Asia Property Award</i>

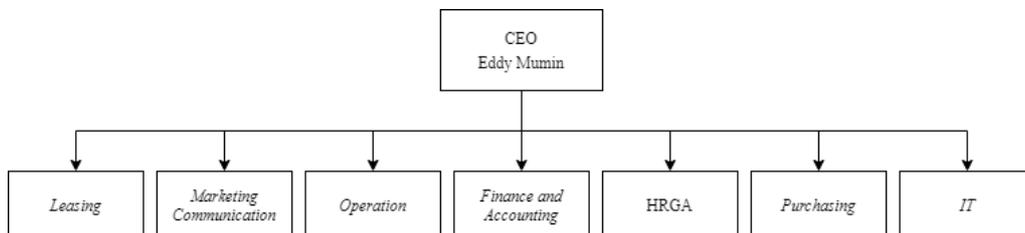
November 2011	<i>The St. Moritz received the South East Asia Property Award as Best Condo Development (Indonesia)</i>
Mei 2012	<i>Lippo Cikarang received 'Top Performing Listed Companies 2012' Award</i>
Desember 2013	<i>The 2013 iProperty.com People's Choice Award "Most Popular in Indonesia" (from iProperty.com Singapore)</i>
Mei 2014	<i>Lippo Cikarang received Top Performing Listed Companies 2014 for category Market Capitalization below Rp 10 trillion (from Investor Magazine)</i>
Mei 2015	<i>Lippo Cikarang received Top Performing Listed Companies 2015 for category Market Capitalization below Rp 10 trillion (from Investor Magazine)</i>
Januari 2016	<i>Top Property Award 2016</i>

	<p>Lippo Karawaci received <i>Top Property Award 2016 in Recognition of Outstanding Performance in Achieving the Top Property for St Moritz Makassar Superblock project from Property-In, a well known property magazine in Indonesia</i></p>
<p>Januari 2017</p>	<p>Lippo Cikarang received <i>100 Fastest Growing Companies 2017 for property companies with assets Rp 5- 10 trillion from Infobank Magazine</i></p>
<p>Juli 2018</p>	<p>Lippo Cikarang received <i>Indonesia Best Public Company 2018 in the category Property, Real Estate and Building Construction from Warta Ekonomi Magazine</i></p>
<p>Oktober 2019</p>	<p>Lippo Karawaci received <i>Best in Indonesia Awards 2019 for the category Best in Business and Company from Pusat Prestasi Indonesia</i></p>
<p>November 2019</p>	<p>Lippo Cikarang received</p>

	<p><i>Certificate Appreciation from West Java Governor as its partner in developing West Java province through company's CSR programs in the year 2019</i></p>
<p>Februari 2020</p>	<p><i>Lippo Karawaci received Tax Payer Award from KPP Tangerang Banten Tax Office as a sign of appreciation for the company's tax payment in 2019</i></p>

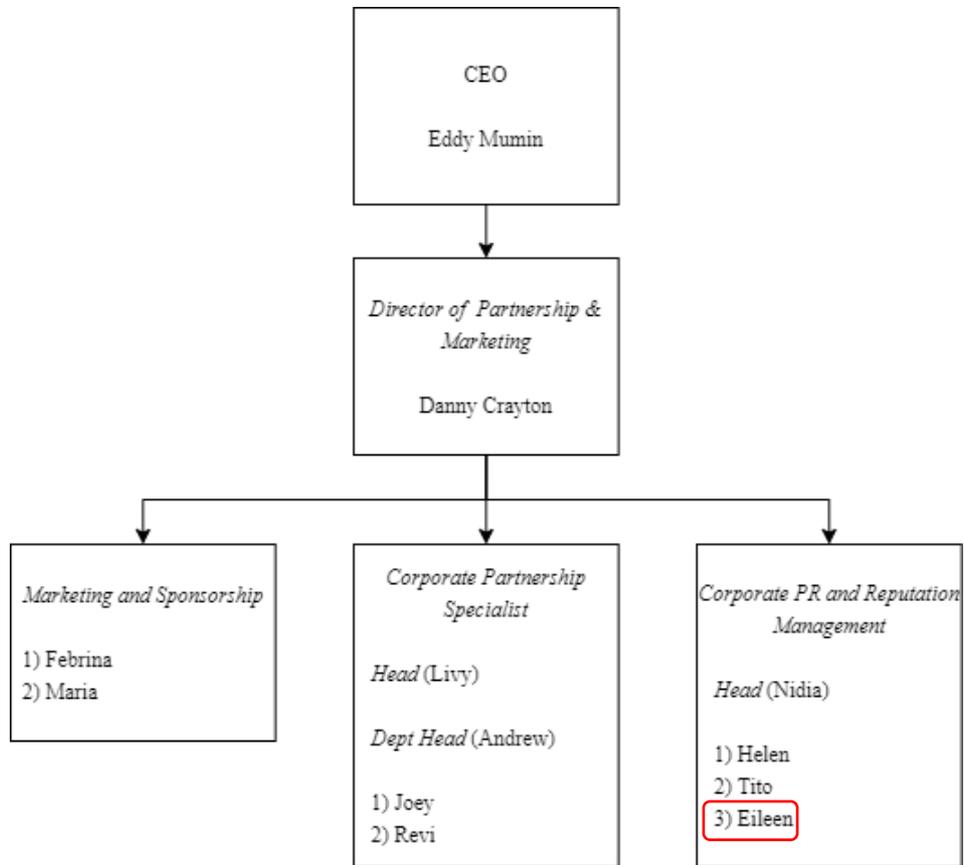
2.1.5. Struktur Organisasi

Bagan 2. 1 Struktur Organisasi PT Lippo Malls Indonesia



Sumber : PT Lippo Malls Indonesia

Bagan 2. 2 Struktur Organisasi Divisi *Marketing Communication*



Sumber: PT Lippo Malls Indonesia

Lingkup kerja penulis adalah setelah penulis mendapatkan *brief* dari *head of team social media*, maka penulis akan membuat *planning* terkait dengan *brief* kemudian memberikan *planning* kepada divisi yang terkait seperti tim *Design* untuk eksekusi, dan tim *Marketing & Sponsorship* jika diperlukan.