

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Lippo Malls Indonesia merupakan anak perusahaan dari grup Lippo, induk dari beberapa perusahaan dibawah naungan Lippo adalah PT Lippo Karawaci Tbk, termasuk PT Lippo Malls Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh dari buku keluaran terbatas “30 Tahun Perjalanan PT Lippo Karawaci Tbk” (2020), PT Lippo Karawaci Tbk merupakan perusahaan yang sudah lebih dari 20 tahun bergerak di bidang properti di Indonesia. Perusahaan ini merupakan perusahaan terkemuka sekaligus yang pertama dalam industri *real estate* dan properti di Indonesia. Saat ini, PT Lippo Karawaci Tbk menjadi perusahaan properti terbuka dan terbesar berdasarkan aset dan pendapatan. Seiring dengan pengembangan beberapa kota mandiri di Indonesia, Lippo Karawaci terus berintegrasi dan menjadi perusahaan dengan *landbank* yang besar serta terdiversifikasi di Indonesia menurut idnfinancials.com. Selama perkembangannya, Lippo Karawaci memberikan banyak dampak positif dengan menyentuh hampir semua aspek kehidupan masyarakat luas. Salah satu dampak terbesarnya adalah dengan 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 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 setiap langkah memenuhi perkembangan gaya hidup dari kelas bawah, menengah dan atas di seluruh Indonesia, PT Lippo Karawaci Tbk memiliki anak perusahaan yang khusus mengurus *retail and shopping* yang ada di Indonesia, yaitu PT Lippo Malls Indonesia. Perusahaan ini berhasil mengembangkan dan mengelola pusat perbelanjaan yang tersebar di seluruh Indonesia. Hingga saat ini, PT Lippo Malls Indonesia menjadi pengelola mal terbesar di Indonesia.



Gambar 2.1 Logo PT Lippo Karawaci Tbk
(Sumber: Dokumen Internal Perusahaan)

Menurut PT Lippo Malls Indonesia *Retail and Trust* (2020), 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. LMIRT berinvestasi dan memiliki *real estate* terkait ritel yang menghasilkan pendapatan berkualitas di berbagai kota 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 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. Di lain sisi LMIRT lebih berfokus pada *holding investor*. Berdasarkan data yang diambil dari internal Lippo, 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.



Gambar 2.2 Logo Lippo Malls Indonesia Retail Trust
(Sumber: Dokumen Internal Perusahaan)

2.2 Profil Perusahaan

PT Lippo Malls Indonesia merupakan anak perusahaan dari grup Lippo dan kini memiliki lebih dari 70 mal yang tersebar hampir di seluruh Indonesia. Selain itu, PT Lippo Malls Indonesia juga merupakan operator mal terbesar di Indonesia. Grup Lippo memiliki jaringan bisnis yang luas meliputi properti, rumah sakit, media massa dan investasi. Beberapa lini bisnisnya juga sudah tercatat dalam Bursa Efek Indonesia dan Singapura. Berbagai penghargaan pun telah diperoleh Lippo sebagai hasil kesuksesannya dalam menjadi pemimpin di beberapa industri terkait. Total luas kotor mal Lippo mencapai 3,4 juta meter persegi. Menurut data internal, 97% penduduk Indonesia mengunjungi mal Lippo setiap tahunnya (sebelum pandemi).



Gambar 2.3 Logo PT Malls Indonesia
(Sumber: www.lippomalls.com)

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 energi dan *Pao* yang berarti harta. Arti dari nama tersebut menjadi inti dari filosofi bisnis pengusaha besar generasi pertama di Indonesia, Bapak Mochtar Riady. Filosofi tersebut adalah menemukan sinergi antara perjalanan hidup manusia dengan sumber-sumber penghasilan. Logo Lippo merupakan gabungan antara huruf “L” dan “P” yang merupakan huruf pertama dari dua kata pembentuk Lippo yang kemudian menjadi stilasi dari *infinityloop* (Wawancara Data Pribadi, 27 November 2020). 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 Indonesia untuk menunjukkan lokasi Lippo Malls.

2.3 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi dari PT Lippo Mall Indonesia adalah sebagai berikut. Lippo Malls Indonesia memiliki visi *Broadening Horizon* atau memiliki terjemahan “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 lainnya.

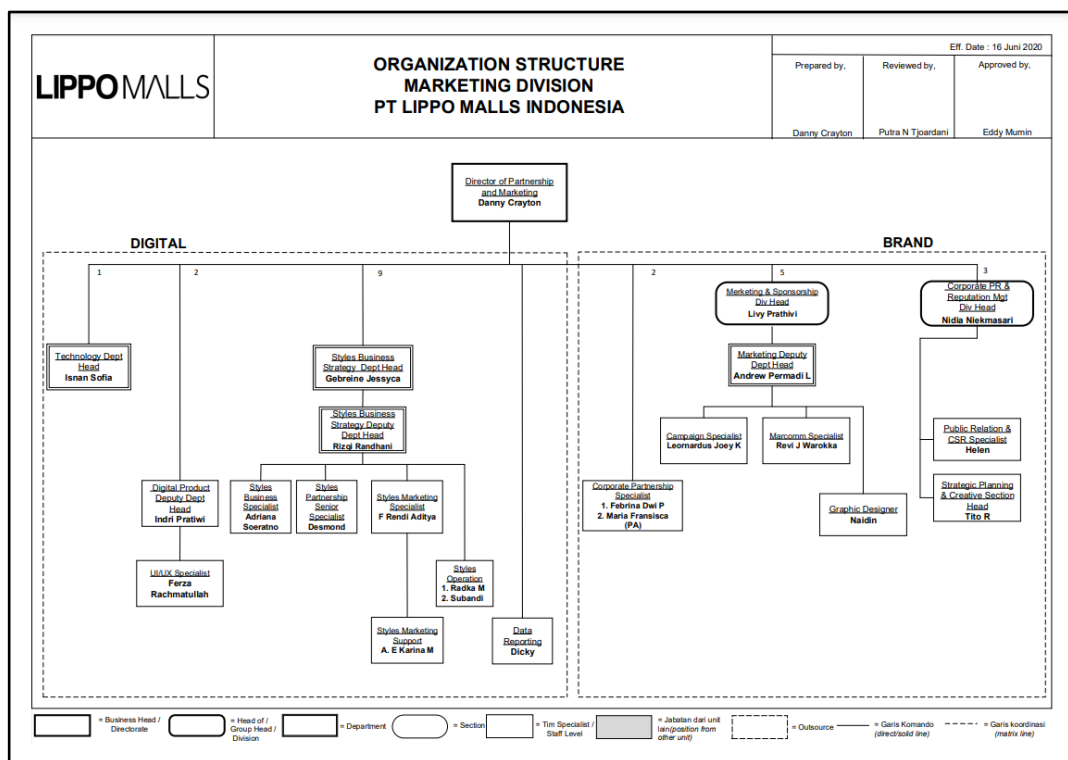
Demi mewujudkan visi tersebut, PT Lippo Malls Indonesia memiliki misi-misi sebagai berikut. Memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia kelas menengah dan atas di bidang perumahan, pusat perbelanjaan dan komersial, layanan kesehatan, hiburan, infrastruktur dan jasa perhotelan.

1. Memelihara kelangsungan pertumbuhan usaha melalui pengembangan sumber pendapatan secara berkesinambungan (Recurring Revenues) dan kegiatan pengembangan berkelanjutan.
2. Menyediakan lingkungan hidup berkualitas yang meningkatkan pengalaman sosial dan spiritual bagi para pelanggan, serta menyediakan suasana ramah lingkungan terbaik pada setiap proyek pengembangannya.
3. 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.
4. Membantu pendapatan perekonomian daerah dengan cara memberikan stimulus untuk menggerakkan roda perekonomian seperti kegiatan jual-beli yang dilakukan oleh tenant.
5. 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.

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Layaknya sebuah perusahaan, PT Lippo Malls Indonesia memiliki struktur organisasi dan dikepalai oleh *head dept* di setiap divisinya untuk di bagian divisi *marketing*.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Lippo Malls Indonesia (Sumber: Dokumen Internal Lippo Malls Marketing Division)

Gambar 2.3 menggambarkan struktur organisasi di PT Lippo Malls Indonesia yang dikepalai oleh Bapak Danny Crayton sebagai *Director of Partnership and Marketing*. Sesuai bagan struktur, pada PT Lippo Malls Indonesia bagian divisi marketing terbagi menjadi 2 divisi utama yaitu divisi *Digital* yang

terbagi lagi menjadi *Technology*, *Digital Product*, *Styles Business* dan *Data*, lalu *Brand* yang terbagi menjadi *Corporate Partnership Specialist*, *Marketing & Sponsorship* dan *Corporate PR*. Penulis berada di divisi *Digital Product* yang dikepalai oleh Indrie Pratiwi dan memiliki anggota divisi Pak Ferza Rachmatullah sebagai programmer. Selanjutnya pada divisi *Brand* terbagi lagi menjadi *Corporate Partnership*, *Marketing & Sponsorship* dan *Corporate PR & Reputation*. Secara sinergi, kelima sub divisi ini bekerja sama dalam bagian *Marketing Division*.