

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1. Sejarah Singkat Perusahaan

LippoLand—awalnya dikenal dengan nama PT Lippo Land Development Tbk—merupakan salah satu pengembang properti terkemuka di Indonesia yang memiliki fokus utama dalam pengembangan perumahan, apartemen, kawasan komersial, serta pengelolaan kota mandiri [11], [12]. Sejak awal berdirinya, LippoLand telah memainkan peran penting dalam membentuk lanskap properti di Indonesia dengan menghadirkan berbagai proyek inovatif yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. LippoLand merupakan bagian dari Lippo Group, sebuah konglomerasi bisnis yang telah memiliki pengalaman panjang dan rekam jejak yang kuat dalam berbagai sektor, termasuk properti, kesehatan, pendidikan, ritel, dan layanan keuangan [13]. Dengan dukungan dari Lippo Group, LippoLand memiliki sumber daya yang kuat untuk terus berinovasi dan berkembang di industri properti yang semakin kompetitif.

Saat ini, LippoLand aktif mengembangkan sejumlah proyek strategis di berbagai wilayah Indonesia, seperti Lippo Village Karawaci yang menjadi ikon kawasan terpadu modern di barat Jakarta, Lippo Cikarang sebagai kawasan industri dan hunian di timur Jakarta, serta GMTD Makassar (*Gowa Makassar Tourism Development*) yang difokuskan untuk pengembangan kawasan hunian dan pariwisata di Sulawesi Selatan. Ketiga proyek ini merepresentasikan komitmen LippoLand dalam membangun lingkungan yang berkualitas, inklusif, dan berorientasi masa depan.

Sejarah LippoLand tidak terlepas dari perjalanan panjang Lippo Group dalam mengembangkan sektor properti di Indonesia. Sebelum dikenal dengan nama dan identitas yang baru, LippoLand telah aktif dalam berbagai proyek pengembangan perumahan dan kota mandiri yang kini menjadi ikon di berbagai daerah. Salah satu proyek besar yang menjadi cikal bakal keberhasilan perusahaan adalah pengembangan kawasan properti *landed* yaitu *Lippo Village* di Karawaci, Tangerang. Kawasan ini awalnya dikembangkan sebagai kota mandiri dengan

konsep modern yang mengintegrasikan hunian, pusat bisnis, fasilitas pendidikan, layanan kesehatan, serta area rekreasi dalam satu lingkungan yang terpadu. Selain itu, LippoLand juga telah mengembangkan berbagai produk properti lainnya antara lain: properti *high-rise* meliputi apartemen dan kondominium bertingkat tinggi seperti St. Moritz Jakarta dan Kemang Village. LippoLand juga mengembangkan lahan pemakaman modern dalam kategori *cemetery*, seperti San Diego Hills *Memorial Park* di Karawang. Keberhasilan proyek-proyek ini menjadi salah satu tonggak penting dalam perjalanan LippoLand dan membuktikan kemampuannya dalam membangun kawasan yang dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Sebagai salah satu entitas utama dalam industri properti, LippoLand memiliki visi untuk menjadi perusahaan *real estate* terkemuka dan terpercaya yang secara proaktif mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia serta memajukan kesejahteraan masyarakat. Untuk mewujudkan visi tersebut, perusahaan berkomitmen untuk membangun hunian berkualitas tinggi dengan konsep keberlanjutan serta terus berinovasi dalam pengembangan produk dan layanan. Dalam perjalanannya, LippoLand juga berfokus pada penguatan hubungan dengan pelanggan melalui peningkatan kepercayaan dan kepuasan konsumen.

The image shows the new logo for LippoLand. The word "LippoLand" is written in a bold, dark red, sans-serif font. The letter 'L' is significantly larger than the other letters, and the 'o' is also larger than the 'p's. The 'p's are lowercase, while the 'L' and 'o' are uppercase. The background is a light, faded version of the same logo.

**Gambar 2. 1 Logo Baru Lippo Land**

Gambar 2.1. menampilkan logo baru LippoLand seiring dengan perkembangan industri properti dan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan hunian yang lebih modern serta terjangkau, LippoLand terus melakukan transformasi bisnis. Salah satu langkah strategis yang diambil adalah *rebranding* perusahaan dengan memperkenalkan logo dan identitas baru pada bulan Desember 2024 sebagai bagian dari upaya memperkuat posisi di industri properti. Logo baru yang diperkenalkan mencerminkan komitmen LippoLand dalam menghadirkan inovasi, kualitas, serta keunggulan dalam pengembangan properti. Identitas visual yang baru ini juga

merepresentasikan nilai-nilai perusahaan yang menekankan pada pertumbuhan, keberlanjutan, serta modernitas dalam setiap proyek yang dikembangkan.

Dalam operasionalnya, LippoLand tidak hanya fokus pada pengembangan hunian dan kawasan komersial tetapi juga turut berkontribusi dalam pembangunan infrastruktur dan fasilitas publik yang mendukung gaya hidup modern. LippoLand juga memanfaatkan teknologi dalam pengelolaan properti dan pengembangan layanan bagi pelanggan, termasuk penerapan sistem berbasis digital untuk meningkatkan pengalaman pelanggan serta mempercepat proses administrasi properti. Dengan adanya pendekatan berbasis teknologi, LippoLand dapat lebih responsif terhadap tren pasar serta kebutuhan konsumen yang semakin dinamis.

Ke depan, LippoLand terus berkomitmen untuk menghadirkan solusi properti yang inovatif, berkelanjutan, dan bernilai tinggi bagi masyarakat. Dengan pengalaman yang panjang, sumber daya yang kuat, serta strategi bisnis yang adaptif terhadap perubahan zaman, LippoLand optimis dapat terus berkembang dan berkontribusi dalam membangun lingkungan hunian serta kawasan bisnis yang berkualitas di Indonesia.

#### **2.1.1. Visi Misi**

Visi LippoLand adalah *“To be a leading and trusted real estate company to proactively support Indonesia's economic growth and advancing the well-being of those we serve”* yaitu menjadi perusahaan *real estate* terkemuka dan terpercaya yang secara proaktif mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagai salah satu pengembang properti yang telah memiliki pengalaman panjang dalam industri ini, LippoLand berkomitmen untuk menghadirkan inovasi berkelanjutan dalam pengembangan perumahan, kawasan komersial, serta kota mandiri yang dapat menunjang kebutuhan masyarakat modern. Dengan meningkatnya permintaan akan hunian yang berkualitas serta berkembangnya konsep *smart city*, LippoLand terus beradaptasi dengan tren pasar guna menyediakan lingkungan tempat tinggal yang tidak hanya nyaman tetapi juga efisien dan berkelanjutan.

Untuk mencapai visi tersebut, LippoLand mengusung misi utama dalam membangun rumah berkualitas tinggi yang berkelanjutan yaitu *“To build high quality homes and sustainable living through continuous product improvement and winning Customer's Trust and loyalty & To build a talent-driven organization that grows and coaches our talent to reach their fullest potentials in delivering positive and meaningful impact to others”*, tidak hanya dalam aspek fisik tetapi juga dalam nilai sosial dan lingkungan yang terkandung dalam setiap proyek yang dikembangkan. Peningkatan kualitas produk dilakukan melalui inovasi desain, pemilihan material yang lebih ramah lingkungan, serta penerapan teknologi modern dalam proses konstruksi dan pengelolaan properti. Dengan pendekatan ini, LippoLand tidak hanya berfokus pada kepuasan pelanggan tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan lingkungan yang lebih hijau dan sehat bagi masyarakat luas. Selain itu, LippoLand juga menekankan pentingnya pembangunan kawasan yang memiliki infrastruktur lengkap, termasuk akses transportasi yang mudah, fasilitas publik yang memadai, serta integrasi dengan area bisnis dan rekreasi guna meningkatkan kualitas hidup penghuni.

Kepercayaan dan loyalitas pelanggan menjadi salah satu aspek utama yang dijunjung tinggi dalam operasional perusahaan. LippoLand percaya bahwa keberhasilan jangka panjang hanya dapat dicapai dengan menjaga hubungan yang baik dengan para pelanggan melalui transparansi, profesionalisme, dan pelayanan yang optimal. Oleh karena itu, perusahaan terus meningkatkan standar layanannya dengan menghadirkan pengalaman pelanggan yang lebih baik, mulai dari tahap pemasaran dan pembelian hingga layanan purna jual. Keberlanjutan bisnis LippoLand juga bergantung pada kemampuannya untuk membangun reputasi sebagai pengembang properti yang bertanggung jawab, dengan menempatkan kebutuhan dan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama.

Selain fokus pada produk dan pelanggan, LippoLand juga memiliki komitmen kuat terhadap pengembangan sumber daya manusia. Perusahaan

percaya bahwa talenta yang unggul merupakan aset paling berharga dalam mencapai kesuksesan. Oleh karena itu, LippoLand membangun organisasi yang digerakkan oleh individu-individu berbakat dengan menyediakan pelatihan dan pengembangan profesional bagi karyawan di berbagai level. Program pelatihan ini mencakup berbagai aspek, seperti kepemimpinan, inovasi, dan pemahaman mendalam terhadap tren industri properti. Dengan investasi yang berkelanjutan dalam pengembangan karyawan, LippoLand bertujuan untuk menciptakan lingkungan kerja yang dinamis, produktif, serta mampu mendorong pertumbuhan dan inovasi yang berkelanjutan.

Tidak hanya berorientasi pada aspek bisnis, LippoLand juga menekankan pentingnya memberikan dampak positif bagi masyarakat melalui berbagai program tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*). Perusahaan secara aktif berpartisipasi dalam program-program sosial, seperti pembangunan fasilitas umum, edukasi masyarakat mengenai perumahan berkelanjutan, serta inisiatif lingkungan untuk mengurangi jejak karbon dalam setiap proyek yang dikembangkan. LippoLand meyakini bahwa keberhasilan suatu perusahaan tidak hanya diukur dari keuntungan finansial, tetapi juga dari kontribusi yang diberikan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar.



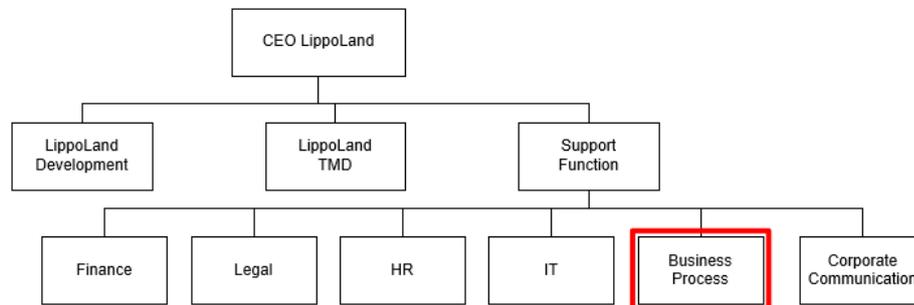
**Gambar 2. 2. CSR Bantuan Banjir Bekasi**

Salah satu bentuk nyata dari pelaksanaan program CSR LippoLand dapat dilihat pada Gambar 2.2, yang menunjukkan kegiatan penyaluran bantuan bagi masyarakat yang terdampak banjir di wilayah Kecamatan Setu, Kabupaten Bekasi. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 17 Maret 2025 dan menjadi bagian dari aksi tanggap darurat perusahaan terhadap musibah banjir yang terjadi pada awal bulan tersebut. Dalam kegiatan ini, unit *Corporate Communication* Lippo Cikarang *Cosmopolis* (LCC) menyalurkan bantuan berupa kebutuhan pokok seperti mie instan, biskuit, susu UHT, dan air mineral kepada para korban banjir. Bantuan ini ditujukan untuk sekitar 500 kepala keluarga yang terdampak banjir. Penyaluran dilakukan secara langsung di wilayah terdampak dengan melibatkan aparat pemerintahan setempat.

Melalui kegiatan seperti ini, LippoLand tidak hanya menunjukkan kepedulian sosialnya sebagai bagian dari komunitas, tetapi juga memperkuat hubungan yang positif antara perusahaan dengan masyarakat sekitar wilayah operasionalnya. Bantuan yang diberikan diharapkan dapat membantu meringankan beban masyarakat terdampak dan memotivasi mereka untuk kembali bangkit membangun kehidupan setelah musibah. CSR ini juga mencerminkan nilai-nilai empati dan solidaritas sosial yang menjadi bagian penting dalam budaya perusahaan.

Melalui visi dan misinya yang kuat, LippoLand tidak hanya bertujuan untuk menjadi pemimpin di industri properti, tetapi juga menjadi agen perubahan dalam menciptakan lingkungan hunian dan kawasan bisnis yang lebih inovatif, berkelanjutan, dan berdampak positif bagi Indonesia. Dengan kombinasi antara inovasi teknologi, peningkatan kualitas produk, pengembangan sumber daya manusia, serta komitmen terhadap tanggung jawab sosial, LippoLand optimis dapat terus tumbuh dan berkembang sebagai perusahaan properti yang terpercaya, inovatif, dan berkelanjutan.

## 2.2. Struktur Organisasi Perusahaan



**Gambar 2. 3. Bagan Struktur Perusahaan LippoLand**

Gambar 2.3. menunjukkan bagan struktur organisasi LippoLand yang dirancang untuk mendukung efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan dengan pembagian tugas yang jelas di bawah kepemimpinan CEO LippoLand. Sebagai pemegang kendali tertinggi, CEO bertanggung jawab atas perumusan strategi bisnis, pengelolaan sumber daya, serta pengambilan keputusan penting guna memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan. Untuk mendukung berbagai fungsi bisnisnya, LippoLand terbagi ke dalam tiga divisi utama, yaitu LippoLand *Development*, LippoLand TMD (*Town Management & Development*), serta *Support Function*, yang masing-masing memiliki peran strategis dalam menjalankan operasional perusahaan secara menyeluruh.

Divisi LippoLand *Development* berfokus pada pengembangan proyek properti, mulai dari perencanaan, konstruksi, hingga pemasaran produk properti yang dihasilkan. Di dalamnya terdapat dua unit pendukung, yaitu *Finance*, yang bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan dan investasi perusahaan guna memastikan kestabilan finansial, serta *Legal*, yang memastikan semua aktivitas bisnis perusahaan berjalan sesuai dengan regulasi hukum yang berlaku, baik dalam hal perizinan, kontrak, maupun kepatuhan terhadap kebijakan pemerintah. Sementara itu, LippoLand TMD (*Town Management & Development*) berperan dalam mengelola kawasan yang telah dikembangkan oleh perusahaan, termasuk pemeliharaan fasilitas, pengelolaan lingkungan, dan layanan kepada penghuni atau

tenant. Divisi ini bertugas untuk memastikan bahwa setiap kawasan yang dikembangkan tetap dalam kondisi optimal, memberikan kenyamanan bagi penghuni, serta meningkatkan nilai investasi properti di bawah naungan LippoLand.

Di sisi lain, *Support Function* memiliki peran krusial dalam mendukung kelancaran operasional perusahaan dengan berbagai fungsi strategis yang melibatkan pengelolaan sumber daya manusia, teknologi, komunikasi, dan proses bisnis. Divisi ini mencakup beberapa unit kerja utama, seperti HR (*Human Resources*), yang bertanggung jawab atas rekrutmen, pelatihan, serta pengembangan karyawan guna memastikan perusahaan memiliki tenaga kerja yang kompeten dan profesional. Selain itu, terdapat IT (*Information Technology*) yang mengelola infrastruktur teknologi dan memastikan sistem informasi perusahaan berjalan dengan baik, mendukung efisiensi operasional melalui penerapan teknologi digital yang modern. *Corporate Communication* juga menjadi bagian dari *Support Function*, yang berperan dalam menjaga citra perusahaan, membangun komunikasi yang efektif dengan berbagai pemangku kepentingan, serta memastikan strategi komunikasi internal dan eksternal berjalan dengan optimal.

Salah satu unit penting dalam *Support Function* adalah *Business Process*, yang memiliki peran utama dalam menganalisis, mengoptimalkan, serta meningkatkan efisiensi proses bisnis di dalam perusahaan. Sebagai bagian dari struktur organisasi yang berfokus pada perbaikan dan efisiensi operasional, *Business Process* berperan dalam memastikan bahwa setiap prosedur dan alur kerja yang diterapkan di LippoLand berjalan secara lebih sistematis, terukur, dan berbasis data. Dengan melakukan evaluasi terhadap berbagai aspek operasional, *Business Process* berupaya mengidentifikasi tantangan dan hambatan dalam workflow perusahaan, serta memberikan rekomendasi yang dapat meningkatkan produktivitas dan efektivitas kerja. Selain itu, *Business Process* juga berkontribusi dalam implementasi teknologi digital yang mendukung automasi dan optimalisasi proses bisnis, sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan secara lebih akurat dan cepat.

Keberadaan divisi *Business Process* menjadi semakin penting dalam menghadapi tantangan industri properti yang terus berkembang. Dengan semakin kompleksnya kebutuhan pasar dan meningkatnya persaingan, perusahaan perlu memiliki proses bisnis yang tidak hanya efisien tetapi juga fleksibel dan adaptif terhadap perubahan. *Business Process* membantu perusahaan dalam menciptakan standar operasional yang lebih baik, meningkatkan kolaborasi lintas divisi, serta memastikan bahwa setiap unit kerja dapat berfungsi secara optimal sesuai dengan tujuan strategis perusahaan. Dengan demikian, unit ini memainkan peran sentral dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis LippoLand, sekaligus menjadi bagian dari upaya perusahaan dalam mengoptimalkan sumber daya dan meningkatkan daya saing di industri properti Indonesia.