

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Lippo Malls Indonesia adalah salah satu pengelola pusat perbelanjaan di Indonesia yang dimiliki, dikelola, dan dikendalikan oleh perusahaan properti terbesar di Indonesia bernama PT Lippo Karawaci Tbk. Lippo Malls ini didirikan sejak tahun 1989 dan memiliki kurang lebih 60 mall yang berlokasi di 29 kota besar di seluruh Indonesia. Keberadaan mal ini mencakup kota besar, wilayah metropolitan, dan daerah yang berkembang. Lippo Malls Indonesia berdiri di daerah Jabodetabek, Jawa Barat, Jawa Timur, Sumatera, Sulawesi, Bali, dll. Beberapa nama mal yang menjadi bagian dari Lippo Malls Indonesia seperti Lippo Mall Puri, Lippo Mall Nusantara, Sun Plaza, Lippo Mall Kemang, Lippo Mall Jambi, Palembang Icon Mall, dan mal lainnya (*Lippomalls*, n.d.).

The logo for Lippo Malls, featuring the words "LIPPO MALLS" in a large, bold, black, sans-serif font. The letters are closely spaced and have a clean, modern appearance.

Gambar 2.1 Logo Lippo Malls

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

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. Lippo Malls menjadi salah satu operator mal terbesar di Indonesia yang memiliki ciri khas desain dan konsep yang inovatif serta mengikuti tren terkini. Setiap mal yang dikelola oleh PT Lippo Malls Indonesia tidak hanya menawarkan tempat berbelanja, tetapi juga sebagai pusat hiburan dan rekreasi bagi keluarga. Lippo Malls Indonesia menyediakan berbagai fasilitas, seperti berbagai macam toko ritel, restoran, bioskop, arena bermain, fasilitas olahraga, dll (*Lippomalls*, n.d.).

PT Lippo Malls Indonesia sebagai operator mal di Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

A. VISI

PT Lippo Malls Indonesia memiliki visi *Broadening Horizon* (memperluas cakrawala). Visi ini menjadikan Lippo Malls Indonesia sebagai perusahaan properti terkemuka di Indonesia dan secara regional bertekad untuk menyentuh kehidupan masyarakat luas di semua lini bisnis. Melalui kehadirannya, Lippo Malls Indonesia ingin mengubah kehidupan masyarakat Indonesia, terutama di daerah yang masih sulit dijangkau developer karena pada umumnya mal hanya dibangun di kota besar seperti Jakarta, Bandung, Medan, dan kota besar lainnya (*Lippomalls*, n.d.).

B. MISI

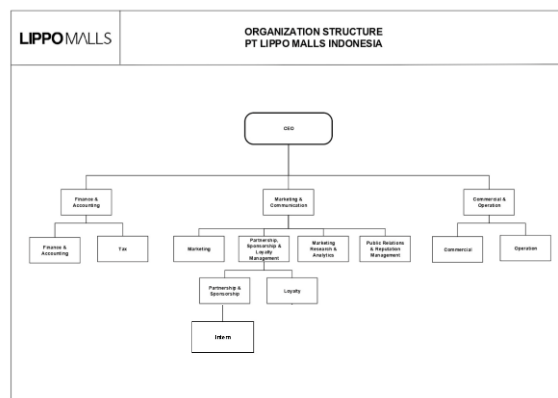
Untuk mewujudkan visi tersebut, PT Lippo Malls Indonesia memiliki misi sebagai berikut:

1. Memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia kelas menengah dan atas di bidang perumahan, pusat perbelanjaan dan komersial, layanan kesehatan, hiburan, infrastruktur dan jasa perhotelan.
2. Memelihara kelangsungan pertumbuhan usaha melalui pengembangan sumber pendapatan secara berkesinambungan (Recurring Revenues) dan kegiatan pengembangan berkelanjutan.
3. Menyediakan lingkungan hidup berkualitas yang meningkatkan pengalaman sosial dan spiritual bagi para pelanggan, serta menyediakan suasana ramah lingkungan terbaik pada setiap proyek pengembangnya.
4. 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.
5. Membantu pendapatan perekonomian daerah dengan cara memberikan stimulus untuk menggerakkan roda perekonomian seperti kegiatan jual-beli yang dilakukan oleh tenant.
6. 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.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Lippo Malls Indonesia merupakan salah satu pengelola pusat perbelanjaan yang beroperasi sejak tahun 1989. Menurut Cornelissen (2020), sebuah perusahaan umumnya memiliki posisi tertinggi yang dinamakan *director of corporate communication* dan dibagi menjadi *market communication*, *employee communication*, *media relations*, *corporate responsibility*, *corporate message*. PT Lippo Malls Indonesia memiliki posisi tertinggi yang diduduki oleh seorang *Chief Executive Officer (CEO)*. Dalam perusahaan, struktur dibagi secara vertikal dan horizontal (Cornelissen, 2020). Struktur vertikal adalah cara organisasi membagi tugas ke dalam beberapa departemen sesuai bidang masing-masing.

Oleh karena itu, struktur vertikal ditunjukkan dengan struktur organisasi PT Lippo Malls Indonesia terbagi ke dalam tiga departemen yang dipimpin oleh masing-masing *chief officer*, yakni *Finance & Accounting*, *Marketing & Communication*, serta *Commercial & Operation*. Departemen *Finance & Accounting* dibagi menjadi divisi *Finance & Accounting* dan *Tax*. Adapun departemen *Commercial & Operation* dibagi menjadi divisi *Commercial* dan *Operation*. Sedangkan, departemen *Marketing & Communication* dibagi menjadi *Marketing*, *Partnership, Sponsorship & Loyalty Management*, *Marketing Research & Analytics*, serta *Public Relations & Reputation Management*. Adanya koordinasi antar departemen, atau antar divisi dalam departemen menunjukkan struktur horizontal



Gambar 2.2 Struktur Organisasi

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Praktik kerja magang yang dilakukan berada di departemen *Marketing & Communication*. Departemen ini bertugas untuk mengelola seluruh kegiatan komunikasi dan pemasaran perusahaan untuk membangun citra, reputasi, dan *engagement* antara perusahaan dengan publik internal maupun eksternal. Dimana, departemen ini merancang dan melaksanakan strategi komunikasi, mengelolah hubungan dengan *stakeholder*, mendukung kegiatan promosi, kampanye merek, *event*, dll serta melakukan koordinasi lintas divisi atau departemen.

2.3 Portfolio Perusahaan

Beriku merupakan *list* kerjasama yang pernah dilakukan oleh Lippo Malls Indonesia pada tahun 2025:

- Kerjasama PT Lippo Malls Indonesia dengan Pinkfon mengadakan *Baby Shark Camp* di Sun Plaza.
- Kerjasama PT Lippo Malls Indonesia dengan Marvel Studios mengadakan *drone show “The Fantastic Four: First Steps”* di Senayan Park.
- Kerjasama PT Lippo Malls dengan *The Conjuring: Last Rites* mengadakan *experince room* di Plaza Medan Fair.
- Kerjasama PT Lippo Malls Indonesia dengan Vision Plus mengadakan *press screening* dan *conference* film “Still Single” di Gajah Mada Plaza.
- Kerjasama PT Lippo Malls Indonesia dengan Junji Ito mengadakan “Junji Ito Rumah Misteri” di Senayan Park.
- Kerjasama PT Lippo Malls Indoensia dengan Nickelodeon mengadapan “Paw Patrol Adventure Bay” di Lippo Mall Puri.
- Kerjasama PT Lippo Malls Indonesia dengan Mandiri melakukan *naming rights* di Alun Alun Lippo Mall Nusantara.
- Kerjasama PT Lippo Malls Indonesia dengan GoTo untuk melakukan *media branding* di beberapa Lippo Malls.
- Kerjasama PT Lippo Malls Indonesia dengan EMCO mengadakan EMCO *Playland* di Lippo Plaza Kramat Jati dan Cibubur Junction.

- Kerjasama PT Lippo Malls Indonesia dengan PlayUp untuk menyediakan layanan pemutaran musik.
- Kerjasama PT Lippo Malls Indonesia dengan Cinepoli mengadakan *meet and greet film* “Assalamualaikum Beijing 2: Lost in Ningxia” di Plaza Medan Fair.
- Kerjasama PT Lippo Malls Indonesia dengan Kapal Pesiarku untuk menyediakan hadiah STYLESFINITY berupa *cruise trip package*.
- Kerjasama PT Lippo Malls Indonesia dengan Kementerian Ekonomi Kreatif mengadakan STYLES Asik Fest Bareng Ekraf di Lippo Mall Nusanatara.

