

Tidak harus kaya dan terkenal untuk memiliki unit di San Diego Hills

WE
CARE

- ✓ Harga terjangkau
- ✓ Bisa dicicil
- ✓ Keamanan 24 jam

"The City of God on the hills, where there is Life"

Call: (021) 574 5501 / 8911 4080


SAN DIEGO HILLS
— MEMORIAL PARK AND FUNERAL HOMES —

(24 jam)
081 7001 7003


LIPPO
PT LIPPO KAWANAN Tbk

www.sandiegohills.co.id

MOTIVATION >>> SUCCESS STORY >>> HAPPENING >>> TOP SALES

Best motivation business magazine only for the best Land in the country? Empower is the answer.

empowered

EDISI 33 | Januari - April 2014

TOP 25 SALES 2013

Lippoland Club Member
2 Sept 2013 - 12 Maret 2014

MANY MORE INSIDE:

- + Success Story
- + New Product
- + Happenings

etc.

SUCCESS STORY:

"Nasehat Ampuh Sang Maestro"

Simpan setelah di baca karena anda pasti membutuhkannya | Internal Magazine

RELIABLE AND RESPECTABLE

Lippo Land Club

goes to Japan

Dedicated For The Best Performers 2014

- Tour ke Japan 6 hari / 4 malam
- Hadiah termasuk biaya Airport Tax, tetapi tidak termasuk biaya fiskal
- Keberangkatan dari Jakarta
- Periode Keberangkatan Maret 2015
- Hadiah TIDAK dapat diuangkan atau dipindah-tangankan
- Hadiah ke-2 hanya untuk suami/istri, anak kandung, orangtua kandung, mertua, kakak/adik kandung (dengan melampirkan surat KK serta batas usia peserta minimal 8 tahun dan maksimal 65 tahun)

KETENTUAN :

- Penjualan net-net status DP 10 %
- Penjualan diatas 13 – 24 Milyar mendapat 1 Hadiah (Tiket)
- Penjualan diatas 24 – 35 Milyar mendapat 2 Hadiah (Tiket)
- Penjualan diatas 35 Milyar mendapat 2 Hadiah (Tiket) + uang saku Rp 10 juta

PERIODE KOMPETISI :

Tanggal lunas DP 10% mulai 1 Jan.2014 sampai dengan 31 Des.2014 (untuk KPR/KPK/KPA di hitung dari tanggal cair KPR/KPK/KPA)

INFO DETAIL HUBUNGI :

Andre di (021) 68925088 atau Club General Manager anda



Suziany Japardy

President Club

Menciptakan Momentum Ditengah Pertumbuhan

Kita segera memasuki triwulan pertama di tahun 2014. Tak terasa waktu bergerak begitu cepat, apalagi di LLC yang punya begitu banyak agenda penting. Di LLC selalu ada begitu banyak peluang menjanjikan bagi orang-orang yang punya semangat tinggi untuk mencapai tingkat kehidupan yang lebih baik. Di tempat ini, semua orang selalu dipacu oleh keadaan dan lingkungan kerja yang kondusif untuk giat menggali dan memanfaatkan berbagai potensi terbaik dalam dirinya. Semua orang punya kesempatan meraih prestasi membanggakan sekaligus bonus menggiurkan yang sebelumnya tak pernah bisa dibayangkan.

Jalan-jalan keluar negeri adalah salah satunya. Semua member LLC berlomba-lomba menjual sebanyak-banyaknya agar bisa ikut keluar negeri sebagai kesempatan untuk melihat dan belajar banyak hal untuk meningkatkan kualitas diri masing-masing. Setelah perjalanan ke Korea tahun lalu, diawal tahun 2014 para marketing hebat, para member LLC mendapat kesempatan belajar banyak tentang pengalaman melayani di Eropa. Perjalanan ini tidak sekedar hanya jalan-jalan, senang-senang, tapi sebuah kesempatan emas untuk belajar dan mengalami sendiri budaya melayani ala Eropa. Wawasan penting bagi marketing yang ingin berhasil, dan LLC memfasilitasinya dengan mengajak pada member terbaiknya melihat dunia, belajar dari berbagai negara.

LLC yang disupport langsung oleh Lippo Group sangat beruntung karena selalu punya produk properti unggulan yang membuat para membernya punya banyak kesempatan untuk berhasil. Jika belum berhasil di produk ini, bisa jadi sukses saat menjual produk yang lain. Hal tersebut memungkinkan karena setiap member LLC dibekali keahlian olah para profesional serta didukung penuh manajemen dan tim back office yang berdedikasi dan berpengalaman. Semua orang di LLC, tanpa terkecuali punya kesempatan yang sama untuk berhasil dan menikmati kehidupan yang lebih baik.

LIPPOLAND CLUB

- Sales Office St.Moritz
3rd Puri Indah Raya Blok U1 CBD
Jakarta Barat
P/F: (021) 5835 8617
- Sales Office Kemang Village Residence
2nd, 36.P. Antasari, Kemang
P: (021) 7191275
F: (021) 7191275
- Administration Office
Sudirman Tower Condominium
Tower C lantai 2
Jl. Garnisun Dalam no. 8,
Karet Semanggi
Jakarta Pusat 19510
P: (021) 57901066,
F: (021) 57901066 ext. 2300
www.lippolandclub.com
www.lippokarawaci.co.id

BOARD OF ADVISORS

Tjokro Libianto, Ivan S. Budiono
Suziany Japardy

PUBLISHING COORDINATOR

Joko Sulistyono

PHOTOGRAPHY

Unclemoi Photography | P: (081) 80730 3371
www.unclemoi.com

PUBLISHING CONSULTANT

Creativseven | P: (021) 3190 1029
www.creativseven.com



"Kesuksesan bukanlah kunci dari kebahagiaan. Sebaliknya kebahagiaan adalah kunci dari kesuksesan. Bila kau menyukai apa yang kau lakukan dan merasa bahagia melakukannya, maka kau pasti sukses."

- Bob Dylan -

Bicara tentang proyek baru, Lippo jagoannya. Langkah Lippo selalu terdepan. Setelah sukses mengembangkan berbagai proyek prestisius yang sangat diminati pasar di Jakarta dan sekitarnya, Lippo kini mulai menunjukkan "kehebatannya" dengan membangun properti eksklusif di berbagai penjuru tanah air, Makassar salah satunya. Mengusung brand St. Moritz, proyek properti prestisius ini seperti sudah diduga sebelumnya meledak dipasaran. Dalam waktu beberapa jam saja saat launching 80% unitnya ludes terjual. Dengan keberhasilan ini sekali lagi Lippo membuktikan, LLC membuktikan mampu berkolaborasi dengan hebat. Produk hebat di satu sisi dan kemampuan menjual yang hebat di sisi yang lain telah menjadikan Lippo dan LLC partner terbaik, terdepan dan sangat disegani di bisnis ini.

Proyek baru tak hanya dibangun Lippo di luar kota. Jakarta dan sekitarnya yang menjadi magnet pasar properti terbaik di Indonesia juga tetap digarap dengan serius. Pembangunan Embarcadero di Bintaro serta Holland Village di Cempaka Putih yang juga sangat sukses membuktikan kemampuan Lippo mencreate proyek baru bahkan di lingkungan yang tadinya "dianggap kurang menjual". Keahlian, pengalaman dan reputasi Lippo nyatanya membuktikan sebaliknya.

Bulan Mei, kita akan segera launching office tower Holland Village. Ini kesempatan berharga, peluang yang sangat bagus karena antusiasme masyarakat yang luar biasa. Buktinya sampai saat ini jumlah pesanan telah jauh melampaui yang tersedia. Holland Village pasti akan segera mengulang sukses St Moritz Makassar yang 75% sudah habis terjual, Embarcadero yang terletak di Bintaro sektor 9 juga terjual 80%. Melihat rekam jejak sukses tersebut semua member LLC sudah selayaknya selalu semangat dan fokus. Menjual, menjual dan terus berusaha menjual.

Dimanapun Lippo membangun, dengan segera akan diikuti yang lain. Kita adalah trendsetter, maka pantang bagi kita untuk berpangku tangan. Kompetitor akan selalu mengejar, namun dengan tekad dan kerja keras, dengan teamwork solid yang bekerja fokus, kita akan selalu terdepan. Ayo, jangan pernah diam dan loyo, bergerak terus, kejar impian, tak ada kamus terlambat. Di LLC semua orang bisa menciptakan momentumnya sendiri asal fokus dan tak kenal menyerah. Ini waktu yang tepat untuk membuktikan, kalau tidak sekarang kapan lagi? ****



COVER STORY

Talent:
Purwadi Heri Judianto
Place:
Show Unit, St. Moritz

- 03 Content & Foreword
Suziany Japardy, President Club
- 06 Intro
Kepuasan Pelanggan
- 08 Success Story
Purwadi Heri Judianto
- 10 Success Story
Loren Yaspi
- 12 Success Story
Endah
- 14 Happenings
Lippoland Club Event
- 18 Chart
Top 25 Member, Top 10 CGM & Rising Stars

THE EXCELIS
at Lippo Karawaci Office Park



8 IN 1 INTEGRATED BUSINESS COMPLEX



SHOPHOUSES DEVELOPMENT IN **PROGRESS**
INSTALLMENT UP TO **36x**
5.5 METER FLOOR-TO-FLOOR HEIGHT *
LIMITED UNIT AVAILABLE

*GROUND FLOOR ONLY

Lippo Village
The Incomparable City

☎ 5835 8617 | 5790 1066

THE NEW
PHASE II

RH
ROLLING HILLS
AT LIPPO VILLAGE

LIVING ROOM
TYPE 218



High Return on Investment | Premium Building Specification | Situated 5-Meters Above The Street Level
Walking Distance to Club House | Grand Double Gate | Underground Infrastructure | Surrounded by International School |
Exquisite Tropical Garden and Grand Fountain

Lippo Village
The Incomparable City

☎ 5835 8617 / 5790 1066

LIPPO HOMES
Your Future Home



Kepuasan Pelanggan

Memastikan kepuasan pelanggan merupakan suatu *standard* minimum yang harus diupayakan setiap usaha (yang fokus kepada pelanggan) karena kepuasan pelanggan itu adalah awal dari pelanggan yang loyal. Ya, ini baru awal, bukan kunci utama. Pelanggan yang puas belum serta merta menjadi pelanggan yang loyal. Bisa jadi mereka juga mempunyai pengalaman memuaskan di tempat lain. Mereka belum menjatuhkan pilihan mereka kepada usaha kita atau yang lain. Pelanggan yang puas masih sampai pada level tidak mempunyai keluhan atau masalah terhadap usaha kita.

Walaupun kepuasan pelanggan HANYA satu potongan *puzzle* dari terciptanya pelanggan yang loyal, kepuasan pelanggan, tentu saja, sangat esensial. Apalah gunanya kita memberikan aneka ragam kejutan dan segala macam program untuk menjadikan pelanggan kita loyal, tetapi kita justru gagal memas-

tikan kepuasan mereka secara *day-to-day*? Itulah mengapa kepuasan pelanggan TETAP sangat penting untuk kita pastikan. Untuk memastikannya, kita perlu mengerti komponen apa saja yang menyusun pengalaman pelanggan secara keseluruhan dan bagaimana pelanggan menyusun komponen-komponen itu.

Apa saja komponen yang menyusun pengalaman pelanggan secara keseluruhan? Pengalaman pelanggan tersusun ketika mereka menuju dan berada di tempat kita (*Place*), menggunakan produk kita (*Product*), menjalani rangkaian proses kita (*Process*), "berhubungan" dengan orang-orang kita (*People*), dan mengalami masalah yang ada hubungannya dengan kita (*Problem*). *Place, Product, Process, People, dan Problem (5P)* adalah komponen penyusun pengalaman pelanggan. Mari kita telaah satu per satu seluruh komponen itu.

Kita mulai dengan *Place*. Pelanggan mulai pengalamannya dengan komponen ini ketika mereka ingin membeli barang

atau jasa kita. Mereka melakukan perjalanan menuju tempat kita. Lama atau cepat waktu tempuh, bagus atau buruk akses menuju tempat kita, jauh dekat jarak tempuh, dan mudah tidak menemukan tempat parkir mempengaruhi pengalaman awal pelanggan. Kemudian mereka akan memasuki tempat usaha kita. Kebersihan, warna cat, desain interior maupun eksterior, kebersihan serta kesejukan udara, suara-suara yang terdengar di tempat kita, dan lain sebagainya menambah "bentuk" pengalaman para pelanggan kita. Tanpa sadar – juga secara sadar, tergantung seberapa kuat kesan baik maupun buruk tempat yang mereka dapat – pelanggan kita itu membentuk opini-opini tertentu tentang (tempat) usaha kita. Kita sekarang tahu mengapa pemilihan lokasi dan penataan tempat sangat penting dalam bisnis.

Kemudian pelanggan akan mulai mencari barang atau pelayanan yang hendak mereka beli. Mulai dari ada tidak produk yang mereka inginkan, *packaging* (catatan: untuk jasa *packaging* bisa berarti bagaimana informasi tentang jasa itu disajikan), ketersediaan pilihan, harga, sampai kualitas dari barang atau jasa itu akan dinilai oleh pelanggan, dan kemudian membentuk opini mereka tentang usaha kita.

Selama mereka berada di tempat kita dan mencari barang atau jasa yang mereka inginkan, tentu mereka akan terlibat dalam beberapa rangkaian aktifitas tertentu untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan. Mereka menjalani proses-proses. Proses paling kecil yang paling sering terlewat oleh kalangan pemilik usahapun sudah bisa mempengaruhi opini dan pengalaman pelanggan. Ingat kembali saat ketika kita mengunjungi suatu pusat perbelanjaan dan harus menarik satu *trolley* dari rangkaianannya. Mana pusat perbelanjaan yang kita sukai terkait kemudahan menarik *trolley* ini? Tidakkah kita pernah berpikir bahwa seharusnya manajemen pusat perbelanjaan ini melakukan sesuatu untuk mempermudah kita menarik *trolley*? Mungkin kita pernah membeli kosmetik, atau susu formula, dimana kita hanya membawa kotak kosong ke kasir, membayar, kembali ke lorong *display* kosmetik atau susu formula tadi, menunjukkan bukti pembayaran, dan baru diberi kotak yang ada isinya. Apa yang kita pikirkan waktu itu? Bisa jadi kita juga pernah duduk menunggu giliran di satu bank dan tidak pernah tahu kapan giliran kita tiba, selain mengetahui berapa nomor antrian kita. Masih terasa jengkelnya kan? Bukan hanya proses "birokrasi" yang berbelit yang bisa menurunkan kepuasan pelanggan, proses-proses *simple* seperti contoh di atas sudah cukup untuk mempengaruhi penilaian pelanggan terhadap bisnis kita.

Bila *Place, Product, dan Process* yang kita punyai masih mempunyai beberapa kekurangan, *People* adalah andalan kita untuk menyempurnakan kekurangan-kekurangan itu. Kita memerlukan orang-orang yang sangat fokus kepada pelanggan untuk membantu usaha kita karena *People* seharusnya menjadi pembeda. Kompetitor kita bisa mendirikan tempat usahanya tepat di samping kita atau bahkan di lokasi yang jauh lebih baik lagi, mereka bisa menyamai penataan tempat kita, menjual barang atau jasa yang sama dengan kita, atau mengembangkan sistem proses yang serupa dengan kita, tetapi mereka tidak bisa memiliki orang-orang kita (paling tidak sampai mereka bisa meyakinkan orang-orang kita untuk pindah kesana) pada usaha mereka. Contoh orang-orang hebat yang bisa membantu usaha kita untuk memenangkan persaingan bisa dibaca pada artikel-artikel saya sebelum ini.

Bisnis tak selamanya berjalan lancar. Pelayanan kita tak selalu bisa diterima baik oleh pelanggan. Selalu ada masa ketika masalah menjadi masalah kita. Karena itu komponen *Problem* adalah komponen pengunci dari keseluruhan pengalaman pelanggan. Bila pelanggan mengalami masalah seperti apakah kemampuan kita menyelesaikan masalah tersebut? Secara rata-rata, dengan rentang skor dari 0, untuk sangat buruk dan tidak ada harapan, sampai 10, untuk luar biasa hebat, berapa skor kepuasan pelanggan terhadap pengelolaan masalah yang pernah kita berikan? Sebagai suatu usaha, maka memiliki sistem serta kebiasaan pemecahan masalah yang prima adalah banteng terakhir kita. Terlebih lagi, masalah sebenarnya adalah sebuah kesempatan untuk secara segera menjadikan seorang pelanggan loyal. Ingat, kalimat pernyataan sebelum ini benar hanya jika (karyawan) kita memiliki kemampuan memecahkan masalah yang luar biasa.

Setelah kita mengerti kelima komponen penyusunan pengalaman pelanggan, kita perlu memahami bagaimana cara mengukur "kepuasan" lima komponen tersebut dalam bisnis kita. Ini berarti kita juga perlu tahu bagaimana pelanggan mengukur lima komponen tadi. Ternyata sederhana sekali, pelanggan mengukur 5P kita dengan seluruh indra yang mereka punyai, persis sama seperti bagaimana mereka menjalani dan menilai hidup mereka.

Pelanggan menilai *Place, Product, Process, People, dan Problem* dengan menggunakan penglihatan, pendengaran, penciuman, perabaan, pengecap, dan tentu saja perasaan mereka. Pelanggan akan "menangkap" segala macam warna, bau, suara, material, rasa, dan sensasi-sensasi lain ketika mereka bersinggungan dengan lima komponen itu. Segala sesuatu mulai dari jauh dekat lokasi kita, kebersihan tempat, bau yang ada tempat kita, kondisi barang atau jasa kita, warna seragam orang-orang kita, bau badan (ma'af), bau mulut, cara bicara, sampai sikap mereka ketika menyelesaikan masalah, semua itu, akan "ditangkap" oleh indra pelanggan. Kemudian, "hasil tangkapan" tadi sedikit demi sedikit akan membentuk persepsi mereka tentang usaha kita.

Mempertimbangkan hal-hal di atas, maka cara terbaik untuk mengukur 5P kita adalah dengan melibatkan sebanyak mungkin orang untuk berperan sebagai pelanggan dan mulai, secara jujur, melakukan observasi terhadap 5P tadi. Temukan hal-hal yang bisa mengirim pesan buruk kepada indra pelanggan dan segera perbaiki. Identifikasi hal-hal yang bisa mentransformasikan pesan baik kepada pelanggan dan jadikan ini standar minimum yang harus selalu dipraktikkan agar kepuasan pelanggan bisa selalu dipastikan.

Kepuasan pelanggan, sekali lagi, adalah satu potongan *puzzle* dari upaya menciptakan pelanggan yang loyal. Untuk menjamin kepuasan pelanggan secara konsisten kita perlu memperhatikan segala sesuatu yang berkaitan dengan pengelolaan tempat (*Place*), produk (*Product*), proses (*Process*), orang-orang (*People*), dan masalah (*Problem*) di bisnis kita. Sering-seringlah mengajak tim kita untuk berjalan-jalan dan berpikir sebagai pelanggan, melakukan observasi pada 5P tadi agar usaha kita selalu mampu menampilkan 5P yang terbaik bagi pelanggan. Hal ini yang akan menjamin terciptanya kepuasan pelanggan yang lebih konsisten, sebagai awal dari terciptanya pelanggan-pelanggan yang loyal pada usaha kita.

Purwadi Heri Judianto

"Nasehat Ampuh
Sang Maestro"

Jika kamu punya cangkir dan orang perlu cangkir, kemudian kamu jual cangkir itu, itu *marketing* biasa. Jika kamu punya cangkir dan orang nggak perlu cangkir tetapi kamu yakin sehingga orang itu mau beli cangkir tersebut, itu juga *marketing* biasa. Tapi kalau kamu nggak punya cangkir dan orang nggak perlu cangkir, tetapi kamu bisa jual cangkir ke dia, itu baru broker hebat". Mochtar Riadi

Purwadi Heri Judianto, Ir Pertanian jebolan Universitas Brawidjaya, Malang, Jawa Timur ini nampaknya menghayati betul nasehat yang dipesankan salah satu konglomerat hebat Indonesia, pendiri dan pemilik Grup Lippo, Mochtar Riadi mengenai filosofi broker. Nasehat tersebut tidak hanya dicamkannya, tapi juga dijalankan

dengan ketekunan dan sikap yang pantang menyerah.

Purwadi mengawali karirnya dengan bekerja di Bank Panin dilanjutkan di Bank Lippobank pusat selama 10 tahun. Mengawali karir sebagai kabag kredit *review*, *consumer banking* hingga posisi terakhir sebagai manager penjualan aset macet bank. Ditengah kesibukannya sebagai karyawan bank, Purwadi selalu tergoda untuk ikut jualan properti. Keinginan itu selalu datang dan semakin menguat dari hari ke hari. Dorongan yang kuat tersebut pula yang akhirnya membuatnya memutuskan untuk ikut jualan properti Lippo Karawaci dan Bukit Sentul.

"Produk properti Lippo yang pertama kami berhasil saya jual adalah Apartemen Istana Harmoni di tahun 1995. Waduh, luar biasa senengnya, karena komisinya jauh lebih

besar dari gaji saya sebulan. Setelah itu saya jadi ketagihan, keinginan untuk serius menekuni profesi ini tak bisa dibendung lagi. Maka ketika datang tawaran pensiun dini dari Lippobank langsung saya ambil, dan segera memutuskan gabung di LLC. Saking gilanya sama properti, sampai-sampai teman-teman saya menyebut saya muka ERA (ERA dimaksud adalah salah satu agen properti di Indonesia. Red), ha, ha, ha", ungkapnya diiringi tawa berderai.

Dalam perjalanannya kemudian, pekerjaan ini ternyata jauh lebih menyenangkan dari apa yang dibayangkannya. Purwadi mengaku tak hanya mendapatkan penghasilan yang tidak terbatas, tapi sekaligus mampu mewujudkan kehidupan yang jauh lebih berkualitas. Ia dengan leluasa bisa mengatur waktu dan pemanfaatannya. Pagi-pagi ia bisa mengantar anak-anaknya berangkat sekolah dengan santai tanpa tergesa-gesa, setelah itu ia masih sempat jalan kaki menyalurkan hobinya dan bisa mengatur janji ketemu *customer* setelahnya.

"Hal yang lebih menyenangkan karena dengan pekerjaan ini, saya jadi punya waktu untuk menengok dan melepas rindu dengan kedua orang tua saya yang tinggal di daerah. Saya menyediakan waktu selama 1 minggu setiap dua bulan sekali untuk mereka. Kenikmatan lainnya, saya bisa jumat'an bareng anak saya yang masih SD. Satu hal lagi yang paling spektakuler, kami sekeluarga bisa punya jadaliburan keluar negeri yang dibayari kantor. Fasilitasnya jangan tanya, rasanya tak sanggup bayangkan bisa saya dapatkan kalau harus bayar sendiri. Insya Allah hal ini bisa setiap tahun kami lakukan, amin. Saat ini saya merasa berada di *track* yang tepat dan dapat mengatur waktu sesuai prioritas saya yaitu, yang pertama untuk Tuhan, yang kedua untuk keluarga dan yang ketiga untuk bisnis/pekerjaan", ungkap lelaki yang bercita-cita satu hari bisa punya sawah yang luas serta toko untuk menjual lukisan ini dengan penuh syukur.

Lihat apa yang diperoleh Purwadi dari hidupnya yang berkualitas tersebut. Berbagai prestasi berhasil dia raih sejak pertama bergabung di LLC. Di tahun 2007, saat pertama masuk LLC ia menjadi salah satu dari 10 besar *new comer*, yang saat itu berhak mendapatkan masing-masing satu sepeda motor. Setelah itu prestasi dan hadiah yang diterimanya terus meningkat. Pergi ke Korea bersama keluarga dan lainnya. Sebuah kejutan baru saya dicapai Purwadi. Ia berhasil menjual 1 lantai *office* Thamrin Tower, produk perkantoran paling mahal dan prestisius di jalan Thamrin, Jakarta.

"Ini pencapaian yang luar biasa bagi saya. Menyenangkan dan terharu sekali saat Tuhan mengijinkan saya menjual 1 lantai gedung perkantoran Lippo Thamrin senilai Rp 60 miliar dengan bantuan Direksi dan CGM. Komisinya luar biasa besar dan dibayarkan tepat waktu. Hanya dua minggu setelah pencairan kredit, komisi langsung dibayarkan penuh, lunas. Dulu saya pernah menjual setengah lantai gedung perkantoran termahal di Jakarta saat itu yang dibangun *developer* lain. Komisinya dibayar dengan dicicil selama dua tahun dan harus terus ditagih. Terasa betul bedanya dengan LLC. Karena itu saya yakin telah berada di tempat yang tepat dan terbaik", tuturnya dengan mata berbinar.

Berkat kesuksesan ini, Purwadi tak hanya mendapatkan komisi besar, ia juga diganjar perjalanan ke Spanyol, Monaco, Italia, Swiss, Perancis bersama keluarga...wow wow....wow, sungguh fantastis. Purwadi tentu bangga dapat membahagiakan orang-orang yang selalu mencintai dan mendukungnya. Poppy istrinya, serta gadis dan gading putra-putrinya pun pasti bangga melihat prestasi yang diraihny saat ini.

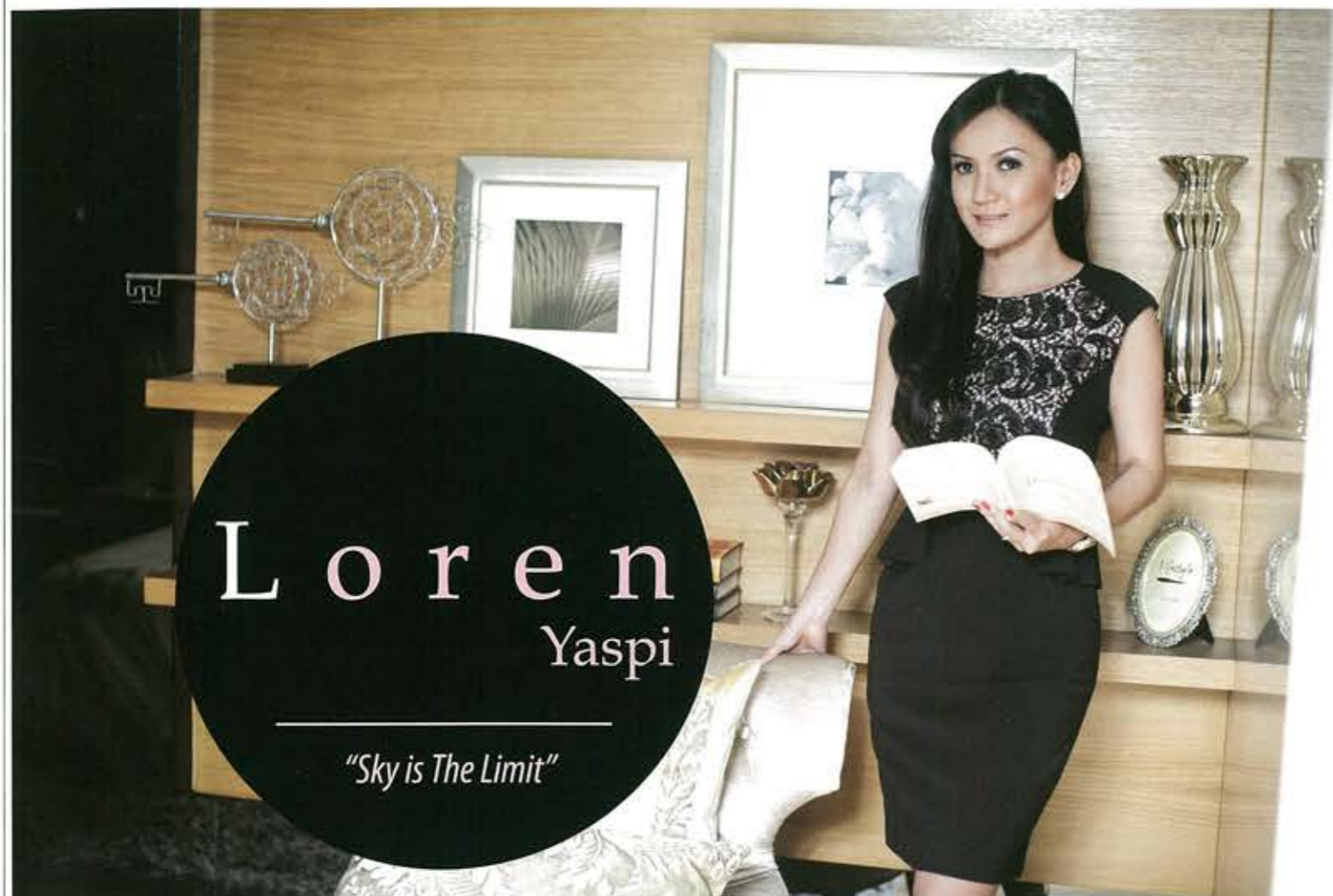
Lalu apa resep sukses Purwadi menjalankan bisnis ini? "Saya ulet, banyak senyum dan tidak putus asa saat ditolak. Jangan heran kalau saya muncul lagi paling lama enam bulan setelah ditolak. Prinsip saya kita nggak boleh rugi. Ibarat pembeli yang sudah masuk toko, pembeli harus berhasil kita yakinkan untuk membeli walaupun cuma beli peniti. Saya juga sudah terbiasa *maintenance customer* sehingga sering terjadi *repeat selling*. Saya punya pengalaman mengesankan dari pembeli yang pernah membeli produk Lippo Karawaci ditahun 1995. Saat itu saya ingat anak-anaknya masih kuliah. Ajaibnya ditahun 2009, anak-anaknya yang kini sudah bekerja membeli empat unit produk St Moritz. Sungguh nggak ada ruginya kalau kita selalu menjaga hubungan baik dengan *customer*, meskipun dia sudah tidak belanja lagi," *sharingnya* kepada para *member* lain.

Di akhir wawancara, Purwadi menyampaikan apresiasi dan rasa terimakasih yang tulus kepada seluruh *team* di LLC. "LLC makin hebat, terutama saat dikomandani ibu Suziany Japardi yang reputasinya telah saya kenal waktu beliau memimpin di Lippobank. Tak ketinggalan bantuan dan bimbingan tulus CGM saya ibu Endah. Tanpa mereka saya tidak akan menjadi seperti saat ini, terima kasih atas bantuann dan bimbingannya yang tulus." ***



Loren Yaspi

"Sky is The Limit"



I really passionate in the projects of Lippo Group. And I also would like to dedicate my special thanks to Mr.Mochtar Riady, Ms.Suziany Japardy, Ms. Melinda Susman & family, and also all Board of Directors & Management of Lippo Group who make me enable to learn, explore and spread my wings in property field", ungkap peraih gelar BSBA (Bachelor Science of Business Administration) dari GS FAME Philippine School of Business Administration yang bergabung dengan LLC sejak 29 Mei 2008 atas ajakan Meilinda Susman, CGMnya sekarang.

Sebelum bergabung dengan LLC, wanita yang hobi travelling dan sport ini sebelumnya pernah bekerja di Far East Organization, Agung Podomoro Group dan World Ventures. Ia tertarik bergabung di LLC karena telah mengenal reputasi Lippo sebagai salah satu pebisnis properti penting di Indonesia yang sangat concern menjawab tumbuh pesatnya pasar properti di Indonesia.

Loren yang kini telah dikaruniai putra, Darren Kartawidjaya berusia 15 bulan juga menjadikan keleluasaan waktu bekerja sebagai salah satu alasannya bergabung di LLC. Manajemen yang bagus serta tentu ke-

beradaan produk-produk properti Lippo yang luar biasa menguntungkan bagi investor dan end user serta mudah dijual semakin memantapkan pilihannya.

"Kondisi semakin membaik setelah beberapa tower di Kemang Village Residences telah berhasil di handover dan Lippo Mall Kemang Village beroperasi dan ramai. Banyak hal mengesankan yang semakin memantapkan niat saya serius dan fokus di LLC. Kemampuan Lippo menjual habis produk-produknya bahkan di saat launching (sold out 100%), semakin membuka mata saya, bahwa bisnis ini, bahwa Lippo memang hebat. Saya semakin tercengang saat menyaksikan dan menjadi bagian dari launching Lippo Thamrin Office tanggal 24 Oktober 2013 lalu. The Big project senilai sekitar Rp 700 miliar bisa habis terjual kurang dari 6 jam. Saya kehabisan kata-kata untuk mengungkapkan ketakjuban," ungkap istri Dalvin Kartawidjaya ini dengan mimik serius.

Dalam perjalannya, Loren belajar banyak dan semakin menyadari bahwa kesuksesan tak hanya ditentukan oleh faktor keberuntungan semata, tapi lebih karena ada tekad dan visi yang mendasarinya. Ia pun memahami betul bahwa batas kekuatan kita adanya di pikiran, karena itu pula

wanita kelahiran Jakarta, 20 Maret 1981 ini, selalu berusaha berpikir dan bermimpi besar. "I always Think BIG & Dream BIG because I believe eventually the BIG Think will happen to me at His time", ungkapnya tegas.

The BIG think really happen to her. Saat launching Lippo Thamrin Office yang berlokasi di pusat bisnis nomor satu di Jakarta, di jalan Thamrin pada bulan Oktober 2013, Bummm. Loren berhasil menjual Lippo Thamrin Office senilai kurang lebih Rp 50 miliar. What a big think.

Apa resepnya? Loren menjelaskan bahwa ia selalu meluangkan waktu untuk menjelaskan secara detail track record dan kesuksesan proyek Lippo yang berskala internasional sambil memberikan ilustrasi detail kepada klien atas potensi capital gain dan return of investment atas produk properti yang dibeli kliennya di masa yang akan datang berdasarkan past performance, kenaikan harga dari launching sampai dengan handover. Cara ini terbukti efektif, karena klien kemudian menjadi yakin saat memutuskan untuk menginvestasikan uangnya melalui produk-produk properti Lippo. Loren juga mengaku ikut merasakan kebahagiaan saat investor yang berhasil diyakinkannya bisa menikmati capital gain dan R.O.I (return of investment) yang

signifikan dari produk properti yang dibeli atas sarannya.

Kehidupan manusia tak lepas dari pasang dan surut. Bagaimana Loren menghadapinya? Loren menyikapi kegagalan sebagai pelajaran berharga untuk koreksi diri sekaligus kesempatan untuk membuat strategi yang lebih baik. Dari beberapa pengalaman yang terjadi ia yakin bahwa setelah tertimpa kegagalan, kalau kita berhasil menanganinya akan membawa juga sukses besar dibaliknya. Sebaliknya saat sukses datang, ia tak lupa bersyukur kepada Tuhan dan tetap rendah hati sambil terus belajar untuk meningkatkan kualitas diri dengan ikut training & seminar motivasi untuk menjadi lebih sukses lagi di masa yang akan datang.

Dengan berbagai keberhasilan yang berhasil dicapainya di usia muda, apa yang menjadi cita-cita Loren di masa depan? "I want the time and financial freedom to teach my kids history, not from a history book, but to take them to places in the world where history happened". Semoga Daren yang disebutnya sebagai the light of my life, cahaya bagi bundanya akan mendengarkan langsung, menyaksikan sendiri monumen catatan sukses yang ditorehkan bundanya berbekal keuletan, tekad dan vision. ***

Endah

"Perjuangkan Apa Yang Kita Inginkan"



Endah dan timnya sampai akhir bulan Januari 2014 mencatat penjualan sekitar Rp 8 miliar, yang diperolehnya dari penjualan proyek terbaru Perusahaan yaitu St. Moritz Makassar yang baru saja di launching 18 Januari 2014.

Belajar dari sukses penjualan Office Tower Thamrin dari *member* nya, yaitu Bapak Purwadi yang sukses menjual 1 lantai unit office Tower Thamrin senilai Rp 250 miliar, Endah bertekad mengentot penjualan di tahun 2014, seoptimal yang dapat diupayakannya.

Besar bersama lima saudara yang semuanya laki-laki, Endah tumbuh sebagai pribadi yang tangguh, mandiri dan pemberani. Sifatnya yang pantang menyerah, membuatnya selalu gigih memperjuangkan apa yang menjadi keinginannya, impiannya.

"Besarnya perhatian saudara-saudara saya, syukur tidak membuat saya manja, tapi malah membuat saya tahan

banting. Kalau punya mau, harus terlaksana, tapi tentu dalam konteks positif. Saya juga tahan berada dalam proses untuk mencapai keinginan yang saya yakini bisa dan mungkin. Cara berpikir sayapun cenderung praktis dan efektif, hal yang mungkin dipengaruhi sikap dominan kaum lelaki", ungkap wanita energik yang mengakui memiliki kelemahan berupa sikap sensitif yang terus diupayakannya bisa dikurangnya.

Endah mengakui bahwa keterlibatannya di LLC merupakan salah satu faktor yang membuat sifat unggulnya semakin menonjol. Gemblengan, pelajaran dan pengalaman di LLC semakin mengasah mental dan sikapnya menjadi jauh lebih berkualitas, dan tentunya telah mendorongnya menjadi lebih produktif. Namun demikian ia mengaku mempunyai sisi-sisi lembut yang gampang lumer terutama saat berhadapan dengan *customer*.

"Saya tetap wanita yang punya sisi-sisi feminim, lembut. Saya gampang nggak tahan kalau berhadapan dengan *customer*. Akibatnya, teman-teman yang telah lama me-

ngenal saya menjuluki saya sebagai CGM yang lembut, ha, ha.....", ungkap wanita kelahiran Jakarta 20 Mei ini sembari tergelak.

Sebelum bergabung di LLC Endah adalah seorang profesional tulus. Selepas pendidikan D3 (1991 - 1993), Endah bekerja sebagai *customer service* di Bank Umum Nasional (BUN). Padatnya kesibukan tak lantas memadamkan hasratnya untuk meraih gelar Strata-1. Selepas jam kerja, saat teman-teman seusianya memilih istirahat, Endah menghabiskan waktu untuk kuliah. Pengorbanannya berbuah manis, gelar S-1 dari Universitas Borobudur, Jakarta pun diraihnya.

Setelah itu, sekitar tahun 1993-2000, Endah bekerja sebagai tenaga marketing di Perumahan Alam Sutera Tangerang hingga akhirnya bergabung dengan Grup Lippo. Meskipun orang lama di Lippo, Endah baru masuk LLC pada tahun 2008. Masuk dalam perusahaan yang disebutnya punya iklim kompetisi yang sangat ketat, sangat *tough*, justru mampu memunculkan potensi-potensi hebat dalam dirinya yang selama ini belum tergalai optimal.

"LLC mempunyai sistem dan program yang sangat bagus sehingga banyak developer lain yang mengikuti dan meniru. Namun karena hanya sekedar meniru, baru kulitnya saja dan tidak punya orang-orang profesional seperti di LLC, hasilnya yang tetap tidak bisa sehebat LLC. Saya salut dan angkat jempol untuk *team* LLC, dari President Club, Sales Support, CGM, dan *team* administrasi, semua kompak, hebat, luar biasa".

Sebagai salah satu CGM hebat di LLC, rencana besar apa yang akan ditempuhnya untuk meraih sukses di tahun 2014? "Di tahun 2014 LLC membuat gebrakan dengan menjual unit sebanyak banyaknya dari setiap produk yang di *launching*. Untuk itu semua *member* LLC harus segera mengupdate data-data *customernya*, baik yang ada di Jakarta maupun di luar kota Jakarta. Hal ini penting karena tahun ini Lippo akan melakukan ekspansi ke berbagai kota di Indonesia. Ini kesempatan emas, jangan disia-siakan. LLC juga telah mempersiapkan strategi untuk menyiasati ketentuan Bank Indonesia yang mewajibkan pembayaran DP sebesar 30%, dan tidak boleh inden atas kepemilikan rumah kedua. Salah satu caranya adalah dengan pembayaran *installment* yang di *arrange* oleh *developer*. Jangan lupa kita juga masih punya produk bagus untuk dipasarkan yaitu : SAN DIEGO HILLS. Kesempatan tidak akan menunggu tapi kita ciptakan, kita rebut," ujar wanita yang hobi berenang, *travelling* dan menikmati suasana gunung ini penuh semangat.

Di tengah semangatnya yang tinggi dan tak kenal lelah dalam bekerja, istri Yanto Pachrianto yang menjadikan kejujuran, kerjasama, tidak boleh egois dan selalu bersyukur sebagai prinsipnya dalam bekerja ini, punya cita-cita mulia. Ia punya impian satu hari nanti bisa mendirikan Panti Jompo. "Kualitas hidup tidak diukur dari jabatan, harta dan mewahnya fasilitas yang kita miliki, melainkan dari manfaat, makna dan amanah yang kita diperjuangkan", ibunda Lolita Adri Rianti (17 tahun) dan Velivia Adri Rianti (13 tahun) menutup obrolan dengan pesan yang penuh makna. ***



Briefing San Diego Hills

@ STC Semanggi, 13 Desember 2013

Briefing kali ini diadakan untuk menambah pengetahuan para member LLC agar lebih menguasai pengetahuan tentang produk San Diego Hills. Pada acara briefing tersebut juga diinformasikan mengenai produk terbaru San Diego Hills yaitu **Mansion Eden** dan **Mansion Willow**.



Briefing TSM Makassar

@ STC Semanggi, 13 Januari 2014

LLC melakukan *briefing* terkait peluncuran produk terbaru Lippo Karawaci di wilayah Indonesia bagian Timur, tepatnya di Makassar yaitu The St. Moritz Makassar dengan tower Bloomington. Dan *launching* The St. Moritz Makassar akan diadakan tanggal 18 Januari 2014. Produk ini merupakan produk prestigius Lippo Karawaci yang berlokasi di daerah Panakukang Makassar.



Launching Grand Preview St. Moritz Makassar

@ Hotel Clarion Makassar, 18 Januari 2014

Lippo Karawaci Tbk meluncurkan produk terbaru di wilayah Indonesia bagian Timur, pada acara *Grand Opening* St. Moritz Makassar telah berhasil terjual 70% dari unit yang tersedia. *Launching* St. Moritz Makassar, sebagai produk yang prestisius yang berlokasi di Panakukang Makassar diadakan pada tanggal 18 Januari 2014.



Grand Preview Embarcadero Suite

@ Mall Kemang Village, 8 Maret 2014

Satu lagi produk unggulan Lippo Karawaci Tbk, Embarcadero Suite menyita perhatian masyarakat. Berlokasi di Tangerang Selatan, ternyata di Bintaro Sektor 9, Embarcadero menjadi magnet bagi peminat properti unggulan dan berkualitas dengan nilai investasi yang tinggi. Prediksi optimis tersebut terbukti benar adanya. Buktinya pada acara *Grand Preview*-nya, 80% unitnya telah ludes terjual. Jadi tunggu apa lagi? Embarcadero menunggu kehadiran Anda.***





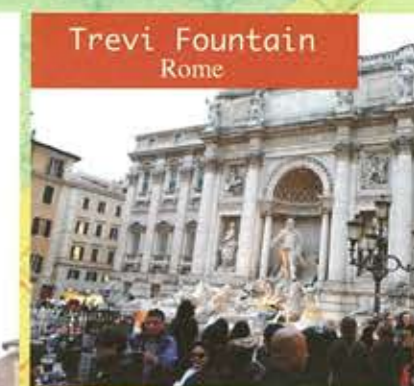
Sagrada Familia
Barcelona



Pisa Tower
Italy



Trevi Fountain
Rome



Venice
Italy



FC Barcelona Camp
Barcelona



Spanish Village
Barcelona



Mt. Titlis
Switzerland



Lake Como
Italy



Paris



Eiffel Tower
Paris



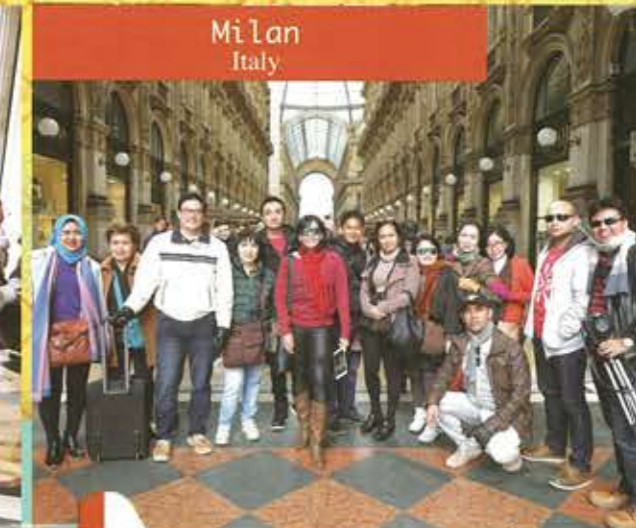
Monaco



St. Peter
Vatican



Milan
Italy



Goes to Barcelona & West Europe





10 TOP CGM

Note: Exclude cancel, net 12x
2 Sep 2013 s/d 12 Mar 2014

No.	CGM	Rp
01.	Sri Endang Nurliana	211,136,027,239
02.	R.R. Endah Ruwiadriningsih	176,605,965,238
03.	Meilinda Susman	137,688,156,770
04.	Dopur Eduardus	87,396,626,688
05.	Henry Wesly	72,164,934,701
06.	Landong Purba, SE	70,805,907,858
07.	Andi Sutoyo	68,551,137,408
08.	Agus Sudjtmiko, SE	64,862,445,157
09.	Hotman, SE A.K	58,153,915,917
10.	Yusniarti	55,793,732,666

25 TOP MEMBER LLC

Note: Exclude Inds, Comm, cancel, net 12x
2 Sep 2013 s/d 12 Mar 2014

No.	Member ID	Member Name	CGM	Rp
01.	118887790038	Loren Yaspi	Meilinda Susman	63,886,583,720
02.	118878880038	Purwadi Heri Judianto, IR.	R.R. Endah Ruwiadriningsih	60,740,932,438
03.	118873660070	Lindawati Puspallita Halim	R.R. Endah Ruwiadriningsih	59,479,966,237
04.	118887900033	Lucky Cahyadi Burhanuddin	Sri Endang Nurliana	59,004,500,000
05.	118867690067	Emy Utami Sitingjak	Dopur Eduardus	57,252,181,818
06.	118868690074	Chiara Lee Fayme	Landong Purba, SE	41,881,568,181
07.	118886760065	Helen Puspita	Henry Wesly	33,287,386,364
08.	118889780052	Ninlisya	Andi Sutoyo	26,749,046,300
09.	118872700075	Sofie Anthony	Meilinda Susman	26,539,290,909
10.	118876700063	Gregah Yudha Purnama	Sri Endang Nurliana	26,246,478,770
11.	118870850070	Olivia Mulyawan	Rubyanto Herman Pranata	25,824,590,909
12.	118872660055	Rr. Ayu Zara Ruwiandriani	R.R. Endah Ruwiadriningsih	24,760,449,251
13.	118870790078	Stevanus Ivan, SE	Sri Endang Nurliana	18,469,532,178
14.	118885680033	Yun Fatlitulangi	Hotman, SE A.K	17,919,000,000
15.	118886820018	Robby Hermawan	Sri Endang Nurliana	17,821,549,113
16.	118874760028	Rumetta Siahaan, DRA	Dopur Eduardus	17,376,363,636
17.	882884870057	Subagiati	Meilinda Susman	17,242,010,926
18.	118873850077	Juniar Budiman	Andi Sutoyo	16,855,140,909
19.	118884840067	Ambarwati	Sri Endang Nurliana	14,625,655,370
20.	118890900053	Aneke Najooan	Sri Endang Nurliana	13,834,786,592
21.	882871770047	Alex Susman	Meilinda Susman	12,991,782,375
22.	118889780045	Nur Maryanto	Agus Sudjtmiko, SE	11,250,000,000
23.	118989690052	PT. Gloria Citra Properti	R.R. Endah Ruwiadriningsih	10,900,000,000
24.	118886730043	Fanita Untung	Susanto Hamangku	10,270,375,265
25.	118871810057	Enny Octavia	Sri Endang Nurliana	10,063,617,587

★ RISING STARS ★

No.	Member ID	Member Name	12/3/2014	2/9/2013	CGM	Join Date
01.	11888730066	M.E. Juliawati H	Diamond	Silver	Sri Endang Nurliana	13-Feb-13
02.	118889780045	Nur Maryanto	Diamond	Silver	Agus Sudjtmiko, SE	12-Jan-10
03.	118880900055	Joni Wijaya	Diamond	Gold	Agus Sudjtmiko, SE	01-Feb-11
04.	118884840067	Ambarwati	Diamond	Platinum	Sri Endang Nurliana	14-Jan-13
05.	118871850061	Sri Wulan Cempaka	Diamond	Platinum	Agus Sudjtmiko, SE	18-Dec-11
06.	118867720070	Alfie Louis	Diamond	Titanium	Yusniarti	10-May-13
07.	11888790060	Cynthia Agustini Suharly	Diamond	Titanium	Henry Wesly	22-Feb-13
08.	118875690067	Jerika Juniosari	Diamond	Titanium	Landong Purba, SE	07-Aug-12
09.	118874810062	Linggawati	Diamond	Titanium	Achmad Mustafa	24-Jul-12
10.	880469690015	Sukaryono	Diamond	Titanium	Hotman, SE A.K	02-Jun-03
11.	118873650055	Tjioe Hardy Yonathan	Diamond	Titanium	Andi Sutoyo	19-Jul-10
12.	118867830051	Yulianti	Diamond	Titanium	Sri Endang Nurliana	26-Mar-10
13.	118878710060	Joice Lea	Titanium	Silver	Sri Endang Nurliana	03-Oct-12
14.	118870790078	Stevanus Ivan, SE	Titanium	Silver	Sri Endang Nurliana	22-Jul-13
15.	118890660038	Anton Kurniawan	Titanium	Gold	Agus Sudjtmiko, SE	03-Jul-08
16.	118884800053	Lucia Doki	Titanium	Gold	Hotman, SE A.K	15-Apr-11
17.	118874800063	Ely Mariani	Platinum	Silver	Andi Sutoyo	20-Jul-12
18.	880571700033	Sari Kristianti	Platinum	Gold	Yusniarti	23-Sep-03
19.	118878890078	Harris Herman Pranata	Platinum	Silver	Rubyanto Herman Pranata	23-Dec-13
20.	118875770067	Antonius Simantoh	Gold	Silver	Yusniarti	29-Aug-12
21.	118876700063	Gregah Yudha Purnama	Gold	Silver	Sri Endang Nurliana	13-Sep-12
22.	118879740058	Herty	Gold	Silver	Agus Sudjtmiko, SE	22-Dec-10
23.	118882720063	Imelda	Gold	Silver	Meilinda Susman	30-Nov-12
24.	118886790062	Mie Yan	Gold	Silver	Henry Wesly	28-Jan-13
25.	880582720046	Naptalina Sipayung SH	Gold	Silver	Yusniarti	08-Jun-04

Reliable & Respectable

LippoLand Club

explore a golden opportunity

- Ingin pendapatan tak terbatas dengan waktu kerja yang fleksibel?**
- Dengan mendapatkan Benefit Member LippoLand Club :**
- Komisi terbesar di bidang property
 - Bonus tambahan komisi
 - Berbagai penghargaan dan kompetisi
 - Hadiah wisata Keluar Negeri
 - Bonus point penjualan
 - Berbagai program training & seminar dari Trainer terkemuka gratis
 - Privilege : Asuransi Kesehatan s/d 120 juta per tahun

Segera daftarkan diri Bapak/Ibu dan raih semua keuntungannya!

YA!

Saya ingin mendaftarkan diri sebagai member LippoLand Club

Nama Lengkap :

Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan

Tanggal lahir :

Alamat jelas :

..... Kode Pos :

Telepon rumah :

Handphone :

REFERANTOR (jika ada)

Nama :

Nomor Anggota :

..... 2014

(.....)

Note : Uang pendaftaran Rp 200.000.- (mendapatkan ID Card member, Stater Kit Sales, Kartu Nama)

Kirimkan Formulir ini:
- melalui Referantor anda atau
- Phone: (021) 5201066-67
- Fax: (021) 5201066-67 ext. 2300
- atau ke PT. Lintas Lautan Cemerlang
Sudirman Tower Condominium
Tower C lantai 2
Jl. Garnisun Dalam no. 8, Karet, Semanggi
Jakarta Pusat 19510