

**Press Release**

## **Kawan Lama Group dan Sinar Mas Land Mulai Membangun Living World Grand Wisata**

- Living World Grand Wisata ditargetkan beroperasi pada **kuartal pertama 2024** dengan total investasi sebesar Rp1 triliun.
- Living World Grand Wisata dibangun dengan menerapkan konsep berkelanjutan dan hadir untuk menjawab kebutuhan gaya hidup masyarakat Bekasi, Jakarta, Cikarang, Karawang, Bogor dan sekitarnya.
- Kawasan Bekasi makin berkembang dengan aksesibilitas yang lebih terintegrasi ke berbagai moda seperti jalan tol Cikampek, LRT dan jalur Kereta Cepat Jakarta Bandung dari PT Kereta Cepat Indonesia China (KCIC).

**Bekasi, 30 September 2021** – **Kawan Lama Group** dan **Sinar Mas Land** melanjutkan komitmen penandatanganan kesepakatan kerja sama pembangunan proyek **mall kedua Living World** di Grand Wisata Bekasi pada 2019 lalu. Kali ini **PT Sahabat Duta Wisata**, perusahaan *joint venture* dari kedua perusahaan, melaksanakan acara peletakan batu pertama atau *groundbreaking* untuk pembangunan Living World di Grand Wisata Bekasi pada hari ini, 30 September 2021. Prosesi ditandai dengan pemasangan tiang pancang pertama oleh **Direktur Utama PT Sahabat Duta Wisata dan Business Development Director Kawan Lama Group, Sugiyanto Wibawa** bersama **Herry Hendarta, Direktur PT. Putra Alvita Pratama (Grand Wisata) sekaligus CEO Residential National Sinar Mas Land**. Berdiri di atas lahan seluas ± 4 hektar dengan luas bangunan *mall* dan area parkir sekitar **155.000 m<sup>2</sup>**, proyek *shopping center* ini mengeluarkan total investasi mencapai Rp1 triliun dan diperkirakan mulai beroperasi pada kuartal pertama 2024.

Di tengah kondisi saat ini, Living World Grand Wisata tetap optimis untuk melaksanakan pembangunan. Berdasarkan data yang disampaikan oleh Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI), meskipun cenderung lambat, namun tingkat kunjungan naik secara bertahap seiring dengan membaiknya kondisi saat ini. Kita tetap optimis bahwa pada saat *mall* tersebut beroperasi di tahun 2024, situasi dan kondisi sudah berjalan normal dan baik.

**Sugiyanto Wibawa** menyampaikan, “Kami optimis terhadap dukungan pemerintah untuk pemulihan ekonomi nasional, serta program percepatan vaksinasi yang telah menyentuh angka 40% untuk penerima vaksin dosis pertama akan membantu bisnis *mall* untuk segera pulih. Seiring dengan hal tersebut, berbagai strategi pun kami lakukan, salah satunya dengan pemilihan lokasi Living World Grand Wisata yang strategis di kawasan pemukiman.”

**Herry Hendarta** menambahkan, “Kami harap kehadiran Living World Grand Wisata dapat memberi kontribusi untuk kebangkitan geliat ekonomi di Bekasi dan sekitarnya. Lokasinya yang strategis sebagai *business meeting point* serta kelengkapan fasilitas di *mall* ini akan memacu pertumbuhan nilai usaha ritel serta penyerapan tenaga kerja. Selain itu juga mengakselerasi Grand Wisata menuju sebagai *township project* yang sempurna dari Sinar Mas Land.”

Dengan *positioning* sebagai *Home Living, Lifestyle & Eat-ertainment Mall*, Living World Grand Wisata akan menghadirkan lebih dari 328 toko dengan kekuatan diferensiasi *anchor tenant* berkonsep *Flagship Home Living, Home Improvement & Lifestyle* seperti Ace, Informa, dan lainnya. Selain itu, keunikan arsitektur bernuansa alam yang menyatu dengan konsep terbaru dari *tenant* restoran/kafe & *entertainment* dalam balutan konsep *mall* yang *eco-friendly* akan menjadi *trendsetter* baru di *shopping center*. Memiliki *gross floor area* lebih dari 155.000 m<sup>2</sup> dengan *commercial area* lebih dari 58.000 m<sup>2</sup>, Living World Grand Wisata akan menjadi *mall* berkonsep **Home Living & Eat-ertainment** terbesar dan terlengkap di *suburb area* timur Jakarta dan Bekasi.

Living World Grand Wisata mendukung pencapaian target pemerintah Indonesia untuk mengurangi emisi Gas Rumah Kaca sebesar 29% dari *baseline* 2030 dengan menerapkan konsep berkelanjutan pada pembangunannya. Melalui *energy efficient architecture*, gedung *mall* ini menggunakan sistem AC efisiensi tinggi dalam penggunaan listrik sehingga berpotensi menghemat energi hingga 25%, menggunakan lampu LED yang hemat energi hingga 60%, serta memanfaatkan sinar matahari sebagai pencahayaan alami dengan membuat *skylight* dari jendela berbahan kaca *double glazing*. Penggunaan kaca ini juga dapat membatasi panas matahari masuk ke ruangan sehingga dapat menambah penghematan listrik pada penggunaan AC. Dalam operasionalnya nanti, Living World Grand Wisata juga akan menerapkan konsep *water conservation* melalui *zero waste water system* dengan mengelola kembali limbah air kotor, dimana penghematan penggunaan air ini dalam setahun setara dengan 50 kali isi kolam renang *olympic size*. Penggunaan air daur ulang ini dimanfaatkan untuk *recycling* kebutuhan AC, termasuk menyiram tanaman di area *green park* Living World Grand Wisata seluas 2.000 m<sup>2</sup>.

Grand Wisata Bekasi dipilih sebagai lokasi Living World karena letaknya yang strategis, dekat dengan area perumahan, komersial, dan perindustrian, serta didukung dengan aksesibilitas yang mudah melalui jalan tol dari/ke koridor Timur maupun ke pusat kota Jakarta dan sekitarnya. Sebagai kota mandiri terlengkap di Bekasi, Grand Wisata disiapkan sebagai *The Next New City* di Timur Jakarta seperti BSD City yang dikembangkan Sinar Mas Land di Barat Jakarta.

#### Tentang Kawan Lama Group

Kawan Lama Group adalah identitas dari kelompok unit bisnis multisektor yang masing-masing bergerak dalam 6 pilar bisnis yaitu Commercial & Industrial, Consumer Retail, Food & Beverage, Property & Hospitality, Manufacturing & Engineering, serta Commercial Technology, namun dipersatukan oleh nilai dan tujuan yang sama yaitu memberikan kehidupan yang lebih baik bagi setiap keluarga. Hadir sejak tahun 1955, Kawan Lama Group yang memiliki slogan **Bring Value for a Better Life** menaungi 28 unit bisnis yang memiliki 20 cabang distribusi, 24 *service center*, dan lebih dari 1.000 toko ritel di Indonesia.

pada sektor **Commercial & Industrial**, Kawan Lama Group menaungi berbagai unit bisnis seperti PT Kawan Lama Sejahtera, PT Kawan Lama Inovasi, Krisbow, Sensorindo, Kaeser Indonesia, dan Depo Teknik. Pada sektor **Consumer Retail**, Kawan Lama Group menaungi bisnis penyedia produk berkualitas untuk perlengkapan rumah, furnitur, dan gaya hidup, antara lain ACE pusat kebutuhan rumah tangga dan gaya hidup, Informa pusat furnitur dan aksesoris untuk hunian dan bisnis, Home Galleria penyedia *furnishing* hunian mewah yang dihadirkan dalam konsep galeri, Selma penyedia furnitur dan aksesoris dengan harga terjangkau, Toys Kingdom pusat mainan dan hobi untuk segala usia, Ataru penyedia produk gaya hidup untuk *millennials*, Bike Colony penyedia sepeda dan aksesoris Pendopo penyedia batik dan kerajinan tradisional, Travelink pusat kebutuhan traveling dan aksesoris dan Pet Kingdom pusat perawatan dan kebutuhan hewan peliharaan. Pada sektor **Food & Beverages**, bisnis unit yang tergabung yaitu Chatime penyedia minuman *brewed tea* asal Taiwan, Gindaco yaitu takoyaki No.1 di Jepang, Cupbop penyedia makanan *BBQ Korea in a cup*. pada sektor **Manufacturing & Engineering**, bisnis unit yang tergabung yaitu Golden Dacron dan Golden Living. Untuk **Commercial Technology**, Kawan Lama Group menaungi bisnis *e-commerce* melalui ruparupa.com dan Klik MRO serta bisnis *fintech* melalui Danakini. Sedangkan untuk **Property & Hospitality**, bisnis unit Kawan Lama Group mengoperasikan **Living World**, mal dengan diferensiasi *positioning* sebagai “*The biggest Home Living, Lifestyle and Eat-ertainment center*”, serta **Living Plaza** yang hadir memberikan konsep pengalaman berbeda untuk menikmati lebih banyak varian produk, layanan, dan kenyamanan berbelanja di toko retail Kawan Lama Group dalam satu lokasi. Saat ini Living World telah hadir di 2 kota, yaitu di Alam Sutera Tangerang Selatan dimana ACE terbesar di dunia (15.000 M<sup>2</sup>) ada di dalamnya, dan di Pekanbaru. Sedangkan Living Plaza saat ini telah hadir di 19 lokasi di 12 kota.

Dalam menjalankan bisnisnya, Kawan Lama Group memiliki misi **Bringing Values For Betterment of Lives** dengan pengembangan bisnis dan pertumbuhan yang berkelanjutan. Melalui **Kawan Lama Foundation**, Kawan Lama Group membawa nilai untuk lingkungan dan masyarakat melalui berbagai program dan kegiatan yang terbagi dalam 4 pilar, yaitu *Humanity, Education, Community Development, dan Environment*.

#### Tentang Sinar Mas Land

Sinar Mas Land adalah pengembang properti di Indonesia dengan pengalaman lebih dari 40 tahun. Sinar Mas Land tercatat di bursa saham Indonesia atas nama PT. Bumi Serpong Damai Tbk, (BSDE). Awal tahun 2011, BSDE telah merampungkan proses akuisisi perusahaan terafiliasi yakni PT Duta Pertiwi Tbk, PT Sinar Mas Teladan dan PT Sinar Mas Wisesa. Akuisisi ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja BSDE terutama portofolio pendapatan dan diversifikasi usaha BSDE.

Sinar Mas Land telah mengembangkan lebih dari 50 proyek di Indonesia. Keberhasilan Sinar Mas Land dengan mengembangkan property & real estate di Indonesia juga diakui oleh lembaga yang kredibel dan independent di dunia dengan mendapatkan berbagai macam penghargaan International yang prestigious seperti MIPIM Award (2018), Cambridge IFA's Global Good Governance Award (2021), Asia Pacific Property Award (2021), ASEAN Energy Awards (2021), dan FIABCI World Prix d'Excellence Awards (2021).

Dengan dukungan tim manajemen yang solid Sinar Mas Land juga dikenal sebagai pengembang kota mandiri (Melalui BSD City Development), serta menjadi pelopor dalam pengembangan konsep perumahan Klaster / concept- clustered residential (Kota Wisata, Legenda Wisata, Grand Wisata, dan lain-lain). Disamping itu, Sinar Mas Land juga merupakan pelopor / pioneer pengembangan proyek inovatif Strata Mall / Trade Center (ITC) di Indonesia.

Sinar Mas Land sebagai pengembang properti berupaya untuk mewujudkan kepedulian terhadap masalah pelestarian lingkungan melalui penerapan visi green di setiap proyeknya. Kesadaran perusahaan untuk bertanggung jawab melestarikan lingkungan hidup diwujudkan melalui berbagai program, seperti pembangunan kawasan hijau Green Office Park, sertifikasi Green Building, Mall tanpa dinding yang ramah lingkungan 'The Breeze', jalur-jalur pejalan kaki yang nyaman serta berbagai acara untuk membangun kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kelestarian lingkungan salah satunya melalui penyelenggaraan acara Festival Hijau yang diselenggarakan setiap tahun. Sejauh ini Sinar Mas Land telah menanam lebih dari tiga juta pohon di area komersial, pedestrian, median jalan, taman lingkungan, dan mengembangkan taman kota serta hutan kota. Inisiatif dan komitmen terhadap masalah sosial juga terus dilakukan melalui program – program CSR yang memberi kesempatan masyarakat sekitar dan usaha kecil dengan dapat menikmati pembangunan yang dilakukan Sinar Mas Land seperti penyediaan tempat usaha untuk 3.000 pelaku UMKM di Pasar-pasar tradisional dan taman jajan kaki lima serta program-program CSR lainnya.

Sinar Mas Land memiliki mitra strategis yang kuat seperti Sojitz Japan, Aeon, Itochu-Japan yang sudah berlangsung selama 25 tahun, Mitsubishi Corporation, Hongkong Land serta mitra lokal seperti Kompas Gramedia dan Kalbe.

**Untuk informasi lebih lanjut hubungi:**

**Atikah Sunarya**  
**Head of Public Relations & Social Media**  
**Sinar Mas Land**  
**Tel : 021- 50 368 368**  
**Email : atikah.sunarya@sinarmasland.com**

**Reza Rinaldi Mardja**  
**Corporate Communications Asst Manager**  
**Kawan lama Group**  
**Tel : 021- 582 82 82**  
**Email : reza.rinaldi@kawanlamaretail.com**