

BAB II

GAMBARAN UMUM

Pada pembahasan bab ini akan dijabarkan mengenai gambaran umum LG Electronics Indonesia berkaitan dengan sejarah, logo, visi dan misi perusahaan, serta *green product* dari LG Electronics agar memberikan gambaran yang jelas mengenai fokus pada penelitian ini.

2. 1. Sejarah PT LG Electronics Indonesia

LG Electronics, Inc., didirikan pada tahun 1958 sebagai pelopor di pasar elektronik di Korea. Perusahaan ini menghasilkan produk-produk elektronik serta produk informasi dan komunikasi dengan penjualan konsolidasi tahunan untuk tahun 2004 sebesar 38 miliar dollar. Dengan lebih dari 66.000 karyawan dengan perbandingan 31.614 karyawan di Korea dan 35.000 karyawan di luar Korea yang ada di 76 (tujuh puluh enam) cabang yang tersebar pada 39 (tiga puluh sembilan) negara di dunia (LG Global, 2023)

Pada awalnya PT LG Electronics Indonesia menggunakan merek Goldstar untuk pasar domestik di Indonesia. Merek Goldstar ini kemudian dikenal baik oleh masyarakat Indonesia. Akan tetapi pada tahun 1996, PT Goldstar Astra mengalami perubahan nama menjadi PT LG Astra Electronics dan merek yang digunakan berubah menjadi LG yang merupakan singkatan dari *Lucky Goldstar*. Setelah berjalan selama 2 tahun, tepatnya pada tahun 1998 kepemilikan saham PT. LG Astra Electronics mengalami perubahan dengan dimilikinya seluruh saham Astra Indonesia oleh pihak LG Korea dan menyebabkan perubahan nama menjadi PT LG

Electronics Indonesia (LGEIN) yang merupakan 100% perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) (LG Global, 2023).

Selain mengembangkan usaha di bidang *home appliance*, LG Group di Indonesia juga mengembangkan usaha di bidang lain dan memiliki beberapa perusahaan sebagai berikut:

1. LG Insurance Indonesia
2. Sinar LG
3. LG E&C
4. LG International Corp.

2. 2. Logo LG

Slogan "*Life's Good*" merupakan sebuah ekspresi yang mencerminkan kepercayaan perusahaan bahwa kehidupan diperkaya dan dipertinggi oleh produk-produk yang dirancang dengan bakat dan dibangun dengan keahlian. *Life's Good* menyatakan atau sikap LG yang mendunia, dan juga menyatakan tekad LG untuk menyediakan solusi bagi kehidupan yang baik dengan mengembangkan produk terus-menerus secara inovatif. *Life's Good* merupakan sebuah *brand* yang berjanji untuk menyampaikan pendirian perusahaan dalam membuat hidup konsumennya menjadi baik.

Tanda *Life's Good* LG Electronics terdiri dari Logo LG dan huruf LG dan juga slogan *Life's Good*. Tujuan penggunaan tanda ini membantu menjelaskan identitas dan menghubungkan setiap divisi dan produk LG Electronics di seluruh dunia.



Gambar 2. 1. Logo Perusahaan
Sumber: LG Global (2023)

2. 3. Visi dan Misi Perusahaan

2.3. 1. Visi LG Electronics

1. Nomor 1 *Electronics Company in Indonesia*
2. *Global Number 1 Production Base*

Visi LG Electronics tersebut merupakan visi strategik karena di dalam visi tersebut terkandung strategik perusahaan LG Electronics untuk menjadi pelopor utama digital elektronik dalam berbagai produk elektroniknya, serta di dalam visi tersebut terdapat strategi untuk menjadi *leader* inovasi elektornik dan telekomunika.

2.3. 2. Misi LG Electronics

1. Pertumbuhan Cepat

Pertumbuhan cepat adalah hasil dari strategi yang dirancang untuk memperluas dan menghasilkan dengan cepat, meningkatkan pertumbuhan dari segi nilai moneter, bukan kuantitas.

2. Inovasi Cepat

Kemajuan yang pesat melibatkan inovasi sangat tinggi tujuan dan mengamankan keunggulan kompetitif, membidik target 30% lebih dari apa

yang dapat dicapai pesaing kita. Fast inovasi juga berarti 30% lebih banyak penjualan dan peningkatan pangsa pasar kami, pengembangan produk baru dan pembukaan produk tersebut 30% lebih cepat, mengembangkan teknologi dan membangun nilai perusahaan tiga tahun ke depan dari pesaing kita.

3. Produk Kepemimpinan

Kepemimpinan produk mengacu pada kemampuan untuk mengembangkan kreativitas, produk-produk berkualitas dengan menggunakan teknologi baru khusus.

4. Pasar Kepemimpinan

Kepemimpinan pasar mengacu pada kemampuan untuk mencapai "LG merek Electronics Indonesia".

5. Orang Kepemimpinan

Orang kepemimpinan mengacu kepada orang-orang berbakat, yang tampil sangat baik dan melaksanakan inovasi

6. "Kami" Bukan "Aku"

Kami mengejar budaya perusahaan yang mendorong semua karyawan untuk bekerjasama dan membentuk tim yang kuat.

7. *Fun Kerja*

Kami menciptakan suatu tempat kerja di mana kreativitas individu dan kebebasan bekerja dihormati dan dibuat menyenangkan. Misi ini jelas mendukung langkah-langkah untuk mewujudkan visi LG dengan mengembangkan ide-ide kreatif SDM yang dimiliki oleh LG sehingga dengan memiliki SDM yang berkualitas dan kreatif akan membuahkan ide-ide kreatif

untuk inovasi produk dan memajukan perusahaan dengan inovasinya sehingga bisa mewujudkan cita-citanya untuk menjadi salah satu dari tiga perusahaan terbesar di Indonesia dalam bidang elektronik dan telekomunikasi.

2. 4. *Green Product LG*

Menjadi perusahaan yang sadar lingkungan berarti melihat secara mendalam seluruh proses bisnis dan melakukan upaya maksimal dalam melakukan transformasi, baik secara eksternal maupun internal, mulai dari rantai pasokan hingga budaya organisasi. Dengan kata lain, LG bertujuan untuk menjadi bisnis yang ramah lingkungan dan menyerukan tindakan spesifik dan nyata sesuai dengan tiga inisiatif lingkungan ESG yang dijabarkan dalam *Better Life Plan 2030*.

Inisiatif ini menandai perubahan paradigma menuju penerapan tindakan nyata, spesifik teruntuk lingkungan yang lebih baik, lebih bersih dan lebih hijau. Bagian kedua dari seri cerita *Better Life*. Adapun rencana aksi lingkungan yang telah ditetapkan LG berupa:

1. Pursuing carbon neutrality and use of renewable energy

Menurut penelitian, suhu rata-rata di bumi telah meningkat sekitar 1,2 derajat Celcius (2,2 derajat Fahrenheit) sejak masa pra-industri. Menanggapi mendesaknya perubahan iklim, LG berkomitmen untuk mencapai menerapkan *zero* karbon dan beralih sepenuhnya ke energi terbarukan dalam jangka panjang. Dedikasi LG terhadap tujuan ini terlihat pada teknologi hemat energi yang diterapkan di LG Smart Park di Changwon, Korea Selatan. Dengan segera menerapkan perubahan dalam inisiatif karbonnya, LG beralih ke proses operasional yang lebih efisien dan menerapkan teknologi hemat energi di

seluruh pabrik produksinya. LG Smart Park, fasilitas produksi revolusioner milik perusahaan, menerapkan inovasi manufaktur generasi mendatang untuk secara bersamaan mencapai efisiensi produksi yang lebih meningkatkan produktivitasnya sebesar 20% dan mengurangi biaya pengembalian produk cacat sebesar 80%. Selain itu, LG Smart Park telah mengurangi emisi gas rumah kaca dan meningkatkan efisiensi energi per unit sebesar 30% dibandingkan pabrik sebelumnya.

2. *Building a Circular Economy*

LG berupaya mengubah *status quo* pengelolaan akhir siklus hidup dengan menggunakan bahan ramah lingkungan, menyederhanakan proses produksi, dan mengubah bahan bekas menjadi sumber daya 'baru', dengan tujuan menciptakan ekonomi sirkular. Pengurangan, pemulihan, daur ulang, dan penggunaan kembali material sangat penting dalam ekonomi sirkular. LG mengoperasikan layanan pengambilan limbah elektronik gratis di 52 negara dan bertujuan untuk mengumpulkan total akumulasi lebih dari 8 juta ton peralatan bekas dari tahun 2006 hingga 2030. Dalam hal daur ulang, LG Meningkatkan proses yang ada untuk mencapai tingkat daur ulang yang lebih tinggi dengan target akhir adalah mencapai 95% pada tahun 2030. Sebagai bagian dari tujuan ini, Chilseo Recycling Center (CRC) milik perusahaan yang berlokasi di Hamyang, Korea Selatan, telah mengganti kompresor dan peralatan lama pada paruh kedua tahun 2022. Selain itu, LG baru-baru ini mengajak karyawannya untuk bersatu dalam perjalanan kolektif menuju

sirkularitas dengan menggunakan lebih sedikit cangkir kertas sekali pakai di tempat kerja.

3. *Developing Eco-Friendly Products*

Sebagai pemimpin global dalam bidang elektronik konsumen, LG berdedikasi untuk membantu konsumen mewujudkan gaya hidup yang lebih berkelanjutan. Inilah sebabnya mengapa perusahaan menerapkan teknologi ramah lingkungan pada semua produk baru yang dikembangkan, sehingga berkontribusi terhadap pengurangan jejak karbon dan resirkulasi sumber daya.

Pada tahun 2030, LG berencana mengurangi total emisi karbon dari tahap penggunaan produk sebesar 20%. Perusahaan juga memproyeksikan bahwa dari tahun 2021 hingga 2030 akan menggunakan total akumulasi 600 ribu ton plastik daur ulang dalam produksi peralatan rumah tangga baru. Pada masa depan, perusahaan akan mampu menawarkan produk-produk yang lebih hemat energi dan ramah lingkungan dibandingkan model-model yang ada saat ini, membantu konsumen mengurangi tagihan energi bulanan mereka, mencapai rumah tangga yang lebih ramah lingkungan, dan menikmati versi terbaik dari produk-produk tersebut. Adapun variasi dari AC yang ditawarkan LG kepada konsumennya antara Tipe PC09SQ, Tipe PC12SQ, Tipe DC24RH, Tipe Eco Friendly R32, dengan kisaran harga AC yang LG tawarkan dimulai dari harga 2.500.000 - 5.000.000.