

CIPUTRA

NEWSLETTER

MEDIA KOMUNIKASI KARYAWAN GRUP CIPUTRA



FOUNDERS WISDOM

DAUD DAN GOLIATH

Oleh Bapak Ciputra

Kisah Daud melawan Goliath memang bukan kisah biasa, ini adalah sebuah peristiwa yang terjadi sekitar 3.000 tahun lalu namun tidak pernah terhapus oleh perjalanan waktu.

Daud seorang gembala domba yang berwajah tampan kemerah-merahan dan gemar bermain kecapi dalam hitungan hari menjadi pahlawan bangsanya karena mengalahkan Goliath lawan terberat dari bangsanya. Secara fisik jauh sekali beda antara Daud dan Goliath. Diperkirakan tinggi Goliath sekitar 2.93 meter sedemikian rupa begitu tinggi dan besar sehingga baru saja prajurit dari bangsa Daud melihatnya mereka sudah melarikan diri sebelum bertempur. Goliath adalah sebuah contoh ancaman nyata yang begitu mengerikan sehingga membuat kita gentar dan lari sebelum sungguh-sungguh bertarung menghadapinya. Dari sisi pengalaman bertempur terdapat perbedaan yang sangat besar. Goliath dibesarkan sebagai petarung sedangkan Daud sebagai gembala. Goliath terbiasa mengalahkan pendekar musuh, Daud terbiasa mengalahkan binatang-binatang buas musuh dari domba gembalaannya. Dari sisi kelengkapan senjata juga terdapat perbedaan yang besar, Goliath maju berperang dengan baju dan senjata perang yang berat dan lengkap dan ini yang dituliskan tentang peralatan perang Goliath

“Ketopong tembaga ada di kepalanya, dan ia memakai baju zirah yang ber-sisik; berat baju zirah ini lima ribu syikal tembaga atau 57,5 kg. Dia memakai penutup kaki dari tembaga, dan di bahunya ia memanggul lembing tembaga. Gagang tombaknya seperti pesa tukang tenun, dan mata tombaknya itu enam ratus syikal besi atau 6,9 kg beratnya. Dan seorang pembawa perisai berjalan di depannya”.

Sebaliknya Daud tidak pernah memakai baju perang atau menggunakan alat perang. Ia gugup dan gamang ketika mengenakan pakaian perang sehingga ia memutuskan untuk berperang hanya dengan “seragam” gembala yang ia miliki. Akhir dari cerita telah kita ketahui bersama yaitu Daud menjatuhkan Goliath dengan sebuah hantaman batu yang dilemparkan oleh umban yang dengan keras dan tepat menghantam dahi Goliath tepat diantara kedua matanya.

Apa yang dapat kita pelajari? Saya melihat ada 3 pembelajaran penting dari kisah Daud mengalahkan Goliath. Pertama keberanian Daud lahir dari keyakinan atau iman yang besar bahwa ia sedang melakukan yang benar dan TUHAN pasti akan menyertai dia. Daud mengatakan kepada Raja Saul bahwa ia tidak



DAFTAR ISI

01-04 FOUNDERS WISDOM

- Daud dan Goliath
- Membangun Ciputra sebagai Brand bernilai tinggi
- Konsisten dalam visi CSR yang memajukan Bangsa

04-07 HOTNEWS

- JO Ciputra Yasmin, menghadirkan Center Point of Indonesia
- Ciputra Grup bukukan kenaikan laba bersih 36%
- Area Komersial (Ruko) CitraLand Cirebon Masih Primadona
- BCI Asia Terus Apresiasi Ciputra Group Sebagai Top Ten Developers
- Corporate Image Terbaik Terus Di Sandang Ciputra
- Ciputra Group Meraih BTN Property Award 2015
- Ciputra Development raih penghargaan Bisnis Indonesia Award 2015

08 ARTICLE

- 4 Cara Tepat Belanja HEMAT

12-18 OUR GROUP ALBUMS

- Hotel Ciputra Jakarta raih penghargaan dalam acara Ruwatan Negeri “Kearifan Lokal Budaya Menjaga Lingkungan 2015”
- Sustainable Development di CitraLake Suites raih sertifikasi Edge
- CitraGrand City canangkan program resapan biopori
- Penilaian Water Treatment Plant di CitraGarden City Jakarta
- I Love Jakarta
- Topping Off : Hotel CitraDream Bintaro, Ciputra World 2 Jakarta, Skyloft a Lifestyle SOHO Surabaya
- Open House CitraLand Kendari
- Healthy Lifestyle di CitraSun Garden Semarang
- Ciputra mendukung kemajuan perempuan Indonesia
- Safari Ramadhan Ciputra Surabaya

gentar menghadapi Goliat dan tentara musuh karena selama ini ia telah mengalami sendiri pemeliharaan TUHAN ketika harus melawan singa dan beruang yang mengganggu domba gembalaannya. Kesimpulan saya jangan takut terhadap tantangan bila kita sedang melakukan sesuatu yang benar. TUHAN YME akan berada di pihak kita bila kita memang melakukan yang benar menurut standar TUHAN. Dalam budaya kerja perusahaan kita melakukan yang etis dan benar adalah INTEGRITAS. Saya mengajak setiap kita untuk terus memelihara integritas sebagai nilai yang pertama dan mendasar untuk Grup kita.

Yang kedua Daud maju berperang dengan apa yang telah ada di tangannya, sesuatu yang ia sudah terbiasa melakukannya. Ia tidak terpaku pada hal-hal yang tidak ia miliki dibandingkan lawannya Goliat. Apakah itu sosok fisik yang tinggi besar, jam tempur yang panjang ataupun alat-alat perang yang perkasa. Daud bertempur “hanya” menggunakan umban dan umban pada jaman itu bukan sebuah alat permainan anak seperti kita bermain ketapel di masa kecil. Penulis best seller dunia Malcolm Gladwell dalam bukunya dengan judul David and Goliath menuliskan bahwa batu keras yang dilemparkan oleh umban bisa melejit kancang seperti peluru dari pistol kaliber 45. Lontaran batu dari umban dapat sangat mematikan bila mengenai pada bagian tubuh tak terlindungi dan rentan terhadap pukulan keras. Umban sesungguhnya bukan sekedar alat untuk mengusir binatang buas umban adalah juga salah satu senjata untuk berperang. Kecakapan mengumban dengan lontaran keras dan mengenai dengan tepat adalah salah satu kecakapan khusus prajurit perang pada masa itu. Catatan sejarah peperangan menuliskan bahwa ketepatan batu umban menumbuk sasaran sama dengan ketepatan anak panah menembus sasaran. Apa yang ingin saya tarik pembelajarannya? Daud bukan sekedar membawa apa yang dia bisa lakukan yaitu mengumban tapi ia sungguh-sungguh cakap dan ahli dalam melakukannya. Ia sanggup melontar dengan cepat, keras dan tepat mengenai pada sasaran yang mematikan. Dalam bahasa budaya kerja Grup Ciputra kita mengatakan bahwa inilah yang disebut PROFESSIONALISME. Sosok profesional adalah sosok yang sangat kompeten dalam menuntaskan pekerjaan yang dipikunya sedemikian rupa sehingga tepat sasaran, tepat kualitas, tepat waktu dan tepat biaya.

Pembelajaran yang ketiga adalah bagaimana Daud mengajak Goliat untuk bertempur melawan dirinya di sebuah gelanggang tarung yang tidak pernah dihadapi Goliat sebelumnya. Goliat terbiasa berperang menggunakan baju perang dan alat perang yang kuat dan berat yang membuat dia sangat terlindungi tapi sekaligus ia tidak dapat bergerak cepat. Selama musuhnya juga menggunakan peralatan yang sama maka Goliat akan jadi pemenang karena tubuhnya lebih besar sanggup mengenakan baju perang yang lebih kuat dan tenaganya juga lebih besar sanggup membawa alat perang yang lebih berat dan mematikan. Daud tidak melawan Goliat dengan cara Goliat biasa bertempur. Ia berperang tanpa baju perang sehingga dapat bergerak dengan cepat. Ia berperang tanpa menggunakan senjata perang seperti Goliat sehingga musuhnya lengah dan menyepelekan dia. Kisah perkelahian Daud dan Goliat dimulai dengan Goliat lebih dulu datang mendekati Daud dan Daud segera

berlari menyongsong dan kemudian melontarkan batu dengan umbannya. Tentu saja Goliat tidak bisa berlari untuk mendekati Daud karena peralatan “lengkap dan berat” yang ada di tubuhnya dan saya pikir pada saat Goliat melihat Daud berlari menyongsong dia maka Goliat mulai bingung. Tentara lain dengan senjata lengkap sudah kabur ketika ia bergerak maju menghampiri sedangkan anak muda ini tanpa baju perang dan alat perang malah berlari menyongsong dia. Pada saat yang sama Daud mempersiapkan batu untuk umbannya dan saya membayangkan sambil berlari Daud mengayun-ayunkan umban berisi batu dan ketika “jarak tembaknya” sudah ia capai maka Daud melejitkan sebuah batu keras yang melesat cepat dan menghantam dengan keras sebuah titik lemah dari Goliat yaitu dahi. Gerakan lari dari Daud menciptakan tambahan tenaga kepada putaran umban sehingga batu terlontar begitu cepat dan langsung terbenam di dahi diantara dua mata Goliat yang tak terlindungi oleh ketopong perang. Inilah pembelajaran tentang ENTREPRENEURSHIP yaitu menang dengan cara berINOVASI. Pembelajaran untuk kita, jangan terjebak dan tergiring dengan cara dan siasat pesaing dalam berkompetisi tetapi selalu ciptakan cara dan siasat baru untuk menang.

Di masa sekarang ini siapakah Goliat yang sedang kita hadapi? Goliat kita adalah ekonomi yang lesu dan gairah belanja properti yang sedang menurun. Apa yang harus kita lakukan? Belajarlah dari Daud dan mari lakukan 3 hal ini bersama-sama:

- Pastikan TUHAN berada di pihak kita dengan selalu ber-INTEGRITAS dengan cara selalu melakukan yang etis dan benar.
- Jadilah orang atau tim yang sangat kompeten. Apapun posisi anda saat ini jadilah orang yang sangat cakap dalam pekerjaan anda. Itulah PROFESSIONALISME.
- Mari ber-inovasi. Jangan terjebak dengan melakukan strategi dan cara yang lama, itu semua sudah kadaluwarsa. Sebuah cara untuk underperformance (rendah prestasi) adalah menerapkan cara lama di tantangan yang baru. Tantangan baru menuntut lahirnya strategi baru. Mari kita lakukan ENTREPRENEURSHIP secara massal yaitu “mengubah kelesuan dan perlambatan ekonomi menjadi peluang untuk menang dengan cara baru”.

Saya akan menutup tulisan ini dengan sebuah kalimat yang dikatakan oleh Daud ketika akan maju berperang melawan Goliat yaitu “Engkau mendatangi aku dengan pedang dan tombak dan lembing, tetapi aku mendatangi engkau dengan nama TUHAN semesta alam.” Inilah tindakan kita yang pertama ketika kesulitan datang menghadang jalan kita yaitu berseru kepada TUHAN YME. Doa adalah langkah awal dari kita dan setelah itu mari kita semua bekerja sama, bekerja keras, bekerja cerdas dan bekerja kreatif sambil terus berdoa untuk menghadapi Goliat kita saat ini yaitu kelesuan pasar. Bersama TUHAN YME dan dengan semangat IPE (Integritas, Profesionalisme & Entrepreneurship) kita akan menang.

TIM REDAKSI

Pemimpin Umum
Rina Ciputra Sastrawinata

Penanggung Jawab / PEMRED
Antonius Tanan

Redaktur Pelaksana
Antonius Tanan
Ester Christiani
Eky Mery

Administrator Content
Ayrine Tjandra

Alamat Redaksi
Ciputra World 1, DBS Bank Tower 39th Floor
Jl. Prof. Dr. Satrio Kav 3-5, Jakarta 12940 Indonesia
Tel (62-21) 2988 5858 | Fax (62-21) 2988 8686
Mail ayrine@ciputra.com



MEMBANGUN CIPUTRA SEBAGAI BRAND BERNILAI TINGGI

Tahun ini majalah Forbes memaparkan nilai brand besar di dunia beserta peringkatnya. Peringkat pertama Apple dengan nilai brand \$145.3 Triliun, selanjutnya Microsoft di \$69.3 T, Google dengan nilai \$65.6 T, diikuti Coca-Cola \$56 T dan IBM \$49.8 T. Luar biasa nilai brand yang sudah mendunia.

Informasi diatas memperlihatkan bahwa brand memberikan kontribusi yang penting untuk penilaian sebuah perusahaan. Semakin tinggi nilai brand maka semakin bernilai perusahaan tsb. Apakah kita selama ini membangun sebuah brand yang bernilai tinggi di mata masyarakat? Pertanyaan seperti ini amatlah krusial bagi kesuksesan kita mendapatkan kepercayaan pelanggan. Inilah yang Grup Ciputra dan segenap jajarannya ingin raih bersama-sama.

Brand merupakan citra khusus dalam ingatan konsumen. Brand memberikan kontribusi yang besar dalam menciptakan dan menjaga daya saing sebuah produk. Brand adalah aset perusahaan yang sangat bernilai dimana setiap perusahaan perlu menyadari hal tersebut. Kekuatan brand ditampilkan secara konsisten memberikan fitur, manfaat dan layanan kepada para pelanggan. Semua perusahaan ingin membangun brand yang kuat, karena adanya hubungan positif antara brand yang kuat dengan keuntungan yang tinggi dan memberi laba bersih bagi perusahaan. Kita perhatikan terlebih dahulu keuntungan dari brand yang kuat, antara lain : brand dapat mempengaruhi pilihan konsumen, brand dapat menciptakan loyalitas sekaligus advokasi dari kon-

sumen, brand menjadi penentu harga maksimal, brand menjadi diferensiasi yang sangat penting di bandingkan pesaing, serta menjadi keunggulan untuk pertumbuhan perusahaan.

Kita bisa mengambil contoh dari brand yang kuat seperti Apple. Dengan brand yang sudah sangat kuat, produk Apple dapat menciptakan konsumen yang loyal dan fanatik, hampir semua produk baru Apple selalu dinanti dan menciptakan antrian pembeli saat diluncurkan. Pertanyaan-pertanyaan yang patut kita ajukan adalah bagaimana caranya sehingga tercipta sebuah nilai brand yang sangat tinggi di mata pelanggan? Ini pasti bukan sekedar kreativitas promosi dan periklanan.

Di balik brand-brand dunia yang mahal nilainya terdapat serangkaian inovasi dan kualitas produk serta layanan yang bukan saja cocok untuk pelanggan namun mampu menciptakan surprises untuk pelanggan. Inilah yang paling fundamental untuk kekuatan dan nilai sebuah brand. Mari kita bersama terus menerus membangun dan menginovasi brand Ciputra sehingga memiliki nilai yang tinggi untuk pelanggan. Kerjasama dari segenap management dan karyawan akan membantu terwujudnya brand yang bernilai tinggi dan ini pasti bermanfaat bagi setiap pemangku kepentingan dari masa ke masa.



KONSISTEN DALAM VISI CSR YANG MEMAJUKAN BANGSA

Kita mengemban CSR yang focus pada pemberdayaan dan dicanangkan sendiri oleh Bapak Ciputra sebagai founder dan chairman Ciputra Group, untuk mendorong lahirnya 4 juta entrepreneur baru dalam 25 tahun bagi Indonesia. Kita harus terus memikirkan cara-cara inovatif guna memenuhi impian ini.

Kita melihat bahwa kemiskinan dan pengangguran adalah masalah serius di negara ini. Cara terbaik untuk memecahkan masalah adalah dengan memberdayakan sebanyak mungkin orang untuk sanggup menciptakan lapangan kerja bagi diri sendiri. Singkatnya, kita menetapkan “entrepreneurship bagi bangsa” sebagai “visi” kita.

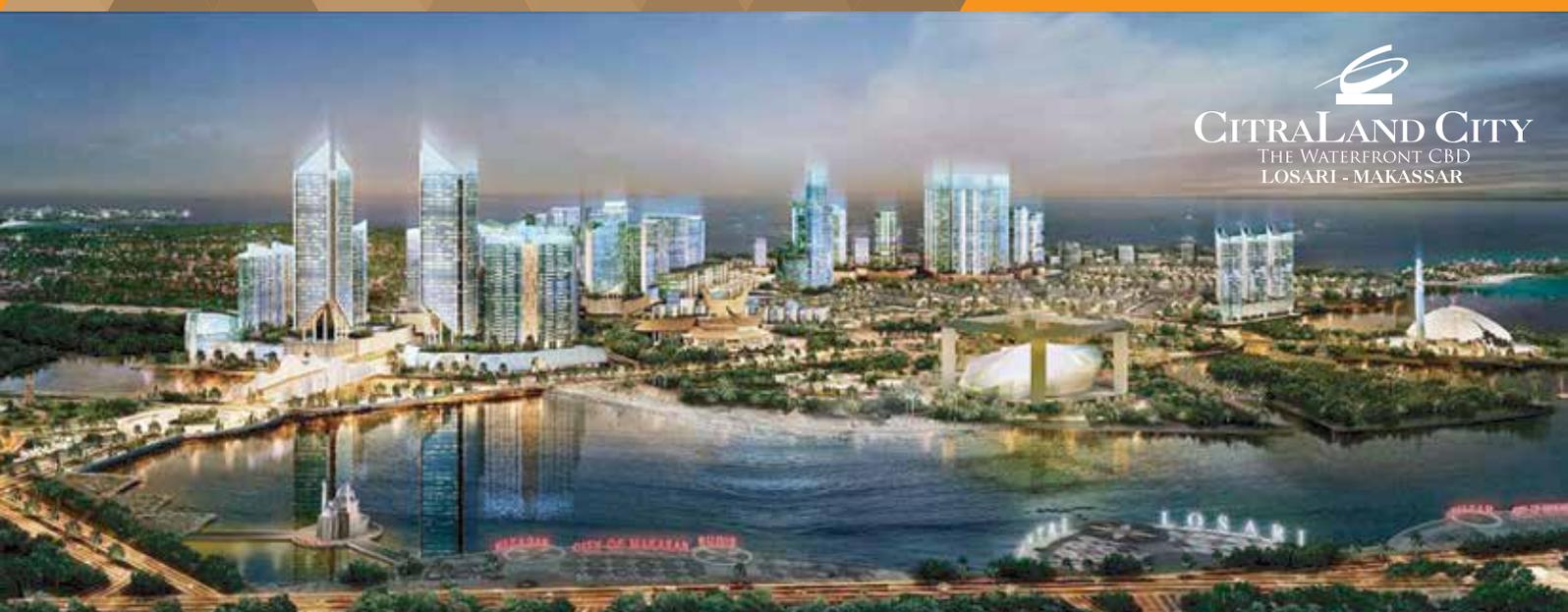
Selanjutnya kita memikirkan strategi untuk mencapai visi tersebut. Kita flashback sejenak pencapaian kita. Sebagai pelopor dalam mempromosikan entrepreneurship di Indonesia, tahun lalu Universitas Ciputra telah meluluskan 474 siswa, 273 telah menciptakan usaha sendiri, 175 perusahaan baru didirikan dan 1000 kesempatan kerja baru bagi masyarakat diciptakan. Dengan demikian, kita telah menciptakan produk pendidikan yang menginspirasi dan menetapkan contoh bagi orang lain. Kita juga telah berinovasi dengan mengembangkan model pembelajaran dan kurikulum untuk pemberdayaan entrepreneurship sehingga mendorong orang lain untuk melakukan hal yang sama agar entrepreneurship menyebar lebih cepat.

Inovasi kita dengan menggunakan teknologi adalah dengan menyelenggarakan pembelajaran online melalui UCEO (Universitas Ciputra Entrepreneurship Online Course). Lebih dari 65 ribu orang Indonesia yang tersebar lebih dari 1700 kota di 138 negara di seluruh dunia telah mendaftar di UCEO.

Tidak berhenti berinovasi, kita juga menggapai kelompok yang benar-benar butuh di topang dengan entrepreneurship. Kelompok pertama adalah kelompok perempuan yang pernah mendapatkan nafkah di lokalisasi, seperti di Surabaya. Kelompok kedua adalah mantan korban kusta. Pada tahun 2013 Indonesia memiliki lebih dari 23.000 orang dengan kusta (3 tertinggi di dunia setelah India dan Brazil). Masalah terbesar dengan sekelompok orang adalah kesulitan untuk mengintegrasikan kembali mereka kembali ke masyarakat setelah mereka sembuh. Sebelumnya juga telah melatih lebih dari 10.000 Buruh Migran Indonesia atau TKI di Singapura, Malaysia dan HongKong untuk membekali diri menjadi entrepreneur sekembalinya mereka ke tanah air dan tidak menutup kemungkinan akan menularkan semangat entrepreneurship kepada orang-orang sekitarnya.

Kita harus terus dengan serius mengemban visi ini dengan berbagai cara yang inovatif. Kita juga terus galang kerjasama dengan berbagai organisasi nasional dan internasional untuk menciptakan sinergi sehingga kita dapat mencapai tujuan kami lebih cepat. Dari mulai pemerintah daerah, akademisi dan organisasi sosial serta komunitas bisnis dan investor yang berbagai minat dan semangat yang sama dengan kita.

Visi ini terus kita pelihara dan akan kita wujudkan bagi bangsa Indonesia yang maju dengan berbagai cara-cara inovasi baru lainnya. Sebagai organisasi yang entrepreneurial, kita tidak akan pernah berhenti berinovasi termasuk dalam bidang sosial.



JO CIPUTRA YASMIN

Menghadirkan Center Point of Indonesia

PT Yasmin Bumi Asri yang memenangkan tender investasi proyek prestisius Center Point of Indonesia (CPI), proyek reklamasi dipantai Losari, Makassar menggandeng Ciputra Group. CPI telah mengantongi izin-izin lengkap dari instansi terkait dan memilih Ciputra Group dalam Joint Venture (JO) karena memiliki kredibilitas dan integritas teruji, serta memiliki citra yang gemilang dan sangat berpengalaman hingga telah sukses mengembangkan kota-kota baru di dalam negeri hingga manca negara.

Proses pembangunan mega proyek Centre Point of Indonesia (CPI) yang akan menjadi icon Kota Makassar terus berjalan sesuai jadwal. Sejumlah pekerjaan konstruksi dan reklamasi (penimbunan laut) telah dan sedang dikerjakan. Saat ini CPI telah melakukan kegiatan reklamasi darat atau "Onshore reclamation" pada areal yang tidak memerlukan teknologi tinggi.

Berbagai fasilitas umum seperti Masjid besar, Area terbuka hijau (taman interaktif), Kantor Pemerintahan, Pantai buatan dan lain-lain akan dibangun di atas lahan 50 hektar tersebut. Selebihnya sekitar 107 hektar, JO Ciputra Yasmin akan mengembangkan Kota Baru yang dinamakan "CitraLand City Losari Makassar" sebagai kawasan modern terintegrasi yang terdiri dari area pemukiman dan area komersial (mall, hotel, apartemen, perkantoran dan lain-lain) yang desain reklamasi ini menggunakan jasa sekaligus 2 (dua) Konsultan reklamasi bertaraf internasional yaitu Witteveen+Bos dan Royal Haskoning DHV dari negeri Belanda.

"Kawasannya besar, dan akan menjadi waterfront city karena di dalamnya akan dilengkapi dengan perumahan, apartemen, ruang komersial termasuk hotel, perkantoran, sekolah, perguruan tinggi, dan obyek pariwisata,"





CIPUTRA GROUP BUKUKAN KENAIKAN LABA BERSIH 36%

Rapat Umum Pemegang Saham Ciputra Group telah berlangsung pada tanggal 30 juni 2015 di Ciputra Artpreneur, Ciputra World 1 Jakarta dengan hasil pembagian dividen total Rp121 M dan akan dibagikan 31 Juli 2015. Rangkaian RUPS dimulai dengan PT Ciputra Surya Tbk (CTRS), PT Ciputra Property Tbk (CTRP) dan dirangkum dengan PT Ciputra Development Tbk (CTRA). Ciputra Group optimis kinerja akan terus menunjukkan pertumbuhan seiring dengan pertumbuhan perekonomian Indonesia dan kondisi makro ekonomi dunia.

Pendapatan CTRS ditahun 2014 mencapai Rp1,71 T yang mencerminkan kenaikan sebesar 36% dari tahun sebelumnya sebesar Rp1,26 T. Seiring dengan peningkatan pendapatan, laba bersih CTRS juga mengalami peningkatan 31% dari tahun sebelumnya Rp399 M menjadi Rp522 M. Selanjutnya marketing sales tercatat turun sebesar 48% dari tahun sebelumnya sebesar Rp3,23 T menjadi Rp1,81 T ditahun ini. Hasil akhir RUPS mengumumkan CTRS membagikan Rp 51.450.485.684,- sebagai dividen bagi pemegang sahamnya, yang akan dibayarkan pada 28 Juli 2015.

Kinerja CTRP membukukan kenaikan pendapatan dan marketing sales di tahun 2014. Pendapatan

yang diraih mencapai Rp1,66 T, naik 14% dari tahun 2013 sebesar Rp1,45 T. Marketing sales juga mengalami kenaikan yang spektakuler sebesar 191% yang tercatat sebesar Rp1,46 T dibandingkan dengan tahun lalu sebesar Rp Rp502 M. sementara itu, laba bersih CTRP juga mengalami penurunan 7% dari tahun sebelumnya Rp422 M menjadi Rp394 M. CTRP mengumumkan Rp 35.760.981.000,- sebagai dividen bagi pemegang sahamnya, yang akan dibayarkan pada 28 Juli 2015.

Catatan konsolidasi kinerja CTRA 2014 membukukan pendapatan Rp6,34 T, atau naik 25% dibandingkan dengan tahun 2013 sebesar Rp5,08 T. "Kenaikan pendapatan CTRA ditahun 2014 terutama berasal dari kenaikan penjualan residensial dari CTRA sendiri dan termasuk kontribusi dari CTRS dan kenaikan pendapatan pusat niaga dan kantor dari CTRP yang dikonsolidasikan ke dalam laporan keuangan CTRA," terang Tulus Santoso, selaku Direktur dan Corporate Secretary CTRA. Seiring dengan kenaikan pendapatan, laba bersih naik 36% menjadi Rp1,32 T, dari tahun sebelumnya sebesar Rp977 M.



AREA KOMERSIAL (RUKO) CITRALAND CIREBON

MASIH PRIMADONA

Meski makro ekonomi Indonesia belum membaik, namun menariknya pasar properti di Kota Cirebon, disebabkan pertumbuhan ekonomi Cirebon relatif masih baik dibanding daerah-daerah lain di Jawa Barat. Aktifitas perdagangan dan distribusi barang di Kota Cirebon, tetap menopang pertumbuhan ekonomi di kisaran 5 persen.

“Apalagi setelah beroperasinya Tol Cikopo – Palimanan (Cipali), akan berdampak positif terhadap kota-kota di sepanjang jalur Pantura (Pantai Utara), termasuk Cirebon, yang saat ini saja merupakan kota teramai aktifitas bisnis (distribusi) barang dan jasa,” kata Yohanes Sukiman Project Manager CitraLand Cirebon.

Karena permintaan terhadap ruang usaha ini masih besar, maka dalam waktu dekat, CitraLand Cirebon akan menghadirkan 1 Blok kompleks komersial lagi,



seluas kurang lebih 6,5 ha. Adapun blok komersial ini terdiri dari Pasar Modern dan Sentra Kuliner yang akan dilengkapi dengan desain tematik rekreasi keluarga.

Di blok komersial baru ini, imbuhan Sukiman, dikembangkan konsep perpaduan fungsi komersial, kuliner dan rekreasi keluarga. Tema Design sangat Cozy dan Lifestyle, namun tetap efisiensi (nilai ekonomis tetap diutamakan). Dimana value tinggi tetapi harga produk sangat bersaing.



BCI ASIA AWARDS 2015

BCI Asia Terus Apresiasi Ciputra Group

SEBAGAI TOP TEN DEVELOPERS

Untuk ke 4 kalinya, Grup Ciputra masuk dalam daftar bergengsi “Top Ten Developers” versi BCI Asia Awards yang digelar di Fairmont Hotel (26/5). Penghargaan tersebut diserahkan langsung oleh CFO BCI Media Group Peter Rolshoven kepada Fajar Halim dari Grup Ciputra. Grup Ciputra dipandang telah memberikan kontribusi positif dalam dunia properti Indonesia, kata Country Manager BCI Asia Indonesia Agus Dinar.

Dalam sambutannya, Rolshoven menekankan bagaimana membangun-- aktivitas yang menjadi keseharian arsitek dan pebisnis konstruksi ini-- tidak cuma sekadar membuat bangunan-bangunan megah nan menjulang, tetapi juga memberikan makna pada kehidupan di sekitarnya. “Apalah artinya mendirikan bangunan yang megah tetapi tidak memperhatikan kehidupan di seki-

tarnya,” tandasnya.

Pesan ini diberikan dalam upaya mengajak semua pihak dalam dunia konstruksi dan arsitektur untuk mengurangi ketimpangan kesejahteraan dalam masyarakat dunia, sebagaimana dikatakan Rolshoven: “melakukan hal yang baik dan pekerjaan yang kita nikmati dalam melayani kemaslahatan orang banyak”.

Acara ini dihadiri oleh berbagai undangan yang terdiri dari para arsitek, pengembang properti, konsultan dan sebagainya. BCI Asia Awards 2015 menekankan kepedulian pada kaum marjinal kali ini dan pada saat yang sama memberikan apresiasi pada para pemimpin dalam bidang arsitektur dan konstruksi.

Corporate Image Terbaik Terus Di Sandang Ciputra

PT Ciputra Development Tbk yang menjadi bagian dari Grup Ciputra memenangi penghargaan tahunan Corporate Image Award 2015 dalam kategori housing developer (pengembang perumahan) tadi malam (10/5) di Jakarta. Penghargaan diserahkan langsung oleh pimpinan Frontier Consulting Group Handi Irawan pada Direktur Keuangan Ciputra Development Tulus Santoso di depan hadirin gala dinner yang dilangsungkan di Hotel Mulia.

Penghargaan ini diberikan dengan menggunakan sejumlah tolok ukur: kualitas, kinerja, tanggung jawab dan daya tarik. Masing-masing dimensi itu mengandung beberapa atribut pengukuran yang bisa dirinci. Dari semua aspek itu, didapatkan Corporate Image Index.

Selama ini Ciputra Development dianggap sukses membangun dan mempertahankan citra brandnya di mata para pemegang kepentingan, yakni manajemen/ pelaku bisnis, investor, dan pers. Sepanjang tahun 2014 CTRA telah meluncurkan proyek-proyek barunya yang terdiri dari 4 proyek landed residential, 3 proyek high-rise dan 1 proyek resort.





Bank  BTN

CIPUTRA GROUP MERAIH BTN PROPERTY AWARD 2015

Ciputra Group meraih BTN Property Award 2015 kategori Kemitraan Utama Pengembang Prima, Sebagai Pengembang dengan Pembangunan Kawasan Hunian Terpadu Terbanyak Seluruh Indonesia.

Bank BTN kembali menggelar ajang penghargaan bagi pelaku bisnis properti dalam negeri. BTN Property Award 2015 merupakan penghargaan ketiga kalinya yang diselenggarakan sebagai apresiasi kepada mitra kerja dan pengembang seluruh Indonesia yang selama ini telah menjadi mitra bisnis Bank BTN untuk membangun rumah rakyat. Ini merupakan apresiasi, penghargaan sekaligus ungkapan terima kasih atas dukungan yang telah diberikan selama ini kepada Bank BTN.

Apresiasi ini semoga menambah semangat pengembang untuk terus membangun sekaligus bermitra dengan Bank BTN. Demikian Maryono Direktur Utama Bank BTN menjelaskan usai menyerahkan penghargaan kepada sejumlah pengembang dalam acara BTN Property Award 2015 yang diselenggarakan di Jakarta, Rabu 10 Juni 2015.

CIPUTRA DEVELOPMENT RAIH PENGHARGAAN BISNIS INDONESIA AWARD 2015

PT Ciputra Development Tbk menerima anugerah Bisnis Indonesia Award 2015 untuk kategori emiten sektor properti dan real estate. Penghargaan diberikan langsung oleh Presiden Direktur PT Jurnalindo Aksara Grafik Lulu Terianto dan diterima oleh Presiden Direktur Ciputra Development Candra Ciputra kemarin malam (16/6) di Hotel Marriott, Jakarta.

Pemred Bisnis Indonesia Arif Budisusilo menyatakan perusahaannya menganugerahkan penghargaan pada perusahaan yang telah menunjukkan prestasinya sebagai emiten yang memberikan sumbangsih bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia sehingga menjadi inspirasi bahkan menjadi teladan bagi perusahaan-perusahaan lain untuk bisa terus tumbuh dengan menempuh langkah inovatif," ujar Arif dalam kesempatan itu.

Bisnis Indonesia

NAVIGASI BISNIS TERPERCAYA





4 CARA TEPAT BELANJA HEMAT

Siapa bilang membeli sampo dalam botol besar lebih hemat dibanding yang kecil? Yuk, cek dulu mana yang lebih hemat sebelum memutuskan untuk belanja.

1. Cash vs Kartu kredit

Membawa uang tunai secukupnya memang bisa menghindarkan kita belanja secara impulsif. Termasuk meninggalkan kartu kredit di rumah bila tidak diperlukan. Bila cara itu sudah sering kita lakukan, waktunya memilah kapan harus bayar tunai atau cicilan. Karena membayar cash tak selalu hemat dan kartu kredit bisa memberi kita diskon berlipat.

Pilih bayar tunai untuk:

- Makan, Kartu kredit memang menjanjikan diskon hingga 50 persen di resto tertentu. Namun, promo tersebut cenderung membuat kita lebih boros soal makanan.
- Kebutuhan rutin.
- Baik transportasi, uang makan, hingga belanja pakaian sebaiknya gunakan uang Anda sendiri. Pasalnya, kartu kredit bukan “uang tambahan” melainkan utang yang akan ditagih satu bulan kemudian.

Pilih kartu kredit untuk:

- Tiket pesawat dan tiket konser, Dibanding harus antri dan berisiko kehabisan, kartu kredit memberi kemudahan dalam “dunia per-tiket-an”. Tak hanya praktis, banyak kartu kredit yang bekerja sama dengan perusahaan penerbangan dan promotor musik untuk memberi diskon atau promo buy 1 get 1 free.
- Gadget dan barang elektronik.
- Saat jumlah tabungan tak mencukupi untuk membeli tablet impian, sedang gaji juga pas-pasan, cicilan dengan bunga nol persel bisa menjadi cara mudah yang tak terlalu menguras kantong.

2. Dine in vs delivery

Bila membeli dalam jumlah banyak, untuk acara kantor atau pesta keluarga misalnya, membeli makanan dengan cara delivery order terbukti lebih praktis dibanding harus mengeluarkan biaya bensin atau taksi untuk membeli langsung. Namun, bila hanya untuk konsumsi pribadi, saat malas keluar makan siang misalnya, cara ini bisa membuat kita lebih boros karena akan dikenakan biaya antar atau minimum pembelian.

3. Kemasan besar vs kemasan kecil

Percaya atau tidak, membeli sabun atau body lotion ukuran kecil akan lebih hemat dibanding membeli ukuran besar. Pasalnya, beberapa peneliti menemukan, hemat atau tidaknya tak melulu ditentukan oleh harga, namun pemakaian kita sendiri. Saat kita melihat kemasan besar, secara psikologis kita akan merasa kalau persediaan masih banyak. Tanpa sadar, perasaan itu membuat pemakaian lotion atau sabun juga lebih banyak sehingga cepat habis. Sedang kemasan kecil membuat kita lebih irit karena melihat jumlah yang sedikit. Ini juga berlaku dalam porsi makanan. Menurut penelitian, membeli makanan atau camilan dalam ukuran besar justru membuat kita makan 44 persen lebih banyak.

4. Belanja harian vs bulanan

Menyisihkan uang belanja di awal bulan memang menjadi solusi tepat agar pengeluaran tak melambung akibat belanja tidak penting. Misalnya, bila gaji perbulan Rp 5 juta, kita bisa menyisihkan 20 persen untuk belanja. Artinya, hanya Rp 1 juta yang boleh kita gunakan, tidak lebih. Selanjutnya, tentukan barang apa saja yang sebaiknya dibeli secara bulanan atau harian. Produk yang dipakai rutin, seperti sabun, sampo, sabun cuci, atau pasta gigi sebaiknya dibeli secara berkala, yaitu tiap kali persediaan habis. Pasalnya, banyak dari kita yang ternyata menghabiskan uang untuk “memborong” dalam jumlah banyak namun akhirnya menumpuk.

Bahan makanan segar, seperti daging, sayur, dan buah sebaiknya dibeli secara harian atau saat kita membutuhkannya. Misalnya, keinginan diet membuat perempuan cenderung “memenuhi” kulkas dengan stok buah. Padahal, buah hanya bisa bertahan segara selama 3 hari. Alhasil, karena tidak sepat memakannya, buah terpaksa dibuang karena tidak lagi segar.

Lain halnya dengan pakaian. Lakukan secara bulanan agar hasrat membeli baju baru bisa ditahan. Misalnya, buatlah janji pada diri sendiri kalau Anda hanya boleh membeli dua potong pakaian dalam satu bulan. Terserah kapan Anda akan membeli, yang pasti dalam satu bulan hanya ada dua kali kesempatan untuk membelinya.

Sumber: www.CiputraEntrepreneurship.com)

**Menjual Banyak Produk
Dengan Harga Murah & Terbaik**

Kunjungi Sekarang !

www.Ecipuntra.com 

Save Your Money !



we accept



www.Ecipuntra.com

www.Properti.net

www.CipuntraEntrepreneurship.com

www.CipuntraNews.com

HOTEL CIPUTRA JAKARTA

RAIH PENGHARGAAN DALAM ACARA RUWATAN NEGERI
"KEARIFAN LOKAL BUDAYA MENJAGA LINGKUNGAN 2015"



Jakarta – Hotel Ciputra Jakarta meraih penghargaan atas kepedulian terhadap kelestarian lingkungan dalam acara Ruwatan Negeri "Kearifan Lokal Budaya Menjaga Lingkungan 2015" di Pelataran Candi Bentar, Taman Mini Indonesia Indah pada 16 Mei 2015. Darren Earle, General Manager Hotel Ciputra Jakarta hadir untuk menerima penghargaan bergengsi yang diselenggarakan oleh Yayasan Galang Kemajuan Center (GK Center) bekerjasama dengan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

Hotel Ciputra Jakarta secara konsisten ikut menyusutkan program pemerintah untuk menggunakan plastik ramah lingkungan dengan menggunakan kantong plastik yang sesuai standar Ecolabel dan Green Label Indonesia. GM Hotel Ciputra Jakarta, Darren Earle mengatakan bahwa "Hotel Ciputra Jakarta bangga telah menerima penghargaan ini, dan Hotel Ciputra Jakarta akan terus menggunakan plastik ramah lingkungan berlabel Ecolabel Green Label Indonesia untuk mendukung pemerintah dalam melestarikan lingkungan hidup."

Green label adalah sertifikasi hijau yang diberikan pada produk ramah lingkungan yang dinilai aman dan tidak membahayakan kesehatan manusia. Hotel Ciputra Jakarta sendiri telah menggunakan plastik ramah lingkungan ini sejak tahun 2010.



SUSTAINABLE DEVELOPMENT DI CITRALAKE SUITES RAIH SERTIFIKASI EDGE

CitraLake Suites telah berhasil meraih sertifikasi EDGE (Excellence In Design For Greater Efficiencies) yang diterima oleh Meiko Handoyo selaku Direktur Ciputra Group di Jakarta beberapa waktu lalu. EDGE dikeluarkan oleh International Finance Corporation (IFC) - World Bank dan Green Building Council Indonesia (GBCI). EDGE adalah sertifikasi bangunan hijau berskala internasional yang diterima sebuah proyek karena berhasil mengaplikasikan green building design dengan penghematan pemakaian energi, penggunaan energi yang dilakukan untuk bahan material bangunan yang ramah lingkungan dan penghematan pemakaian konsumsi air.

Dengan mengedepankan sustainable developmentil-ity concept, CitraLake Suites menerapkan EDGE standard yang diintegrasikan dengan program EcoCulture atau program yang dimiliki Ciputra Residence tentang konsep pelestarian lingkungan melalui pembudayaan gaya hidup ramah lingkungan kepada masyarakat. Sertifikasi EDGE yang diterima oleh CitraLake Suites ini semakin membuktikan bahwa Ciputra Group sangat peduli untuk mengedepankan pola hidup hijau untuk menambah kenyamanan baik dari sisi bangunan, fasilitas dan lansekap.

CitraLake Suites merupakan proyek hasil kerja sama antara Ciputra Residence dan Mitsui Fudosan Residential yang akan menjadi sebuah hunian dengan gaya hidup modern di kawasan CitraGarden City. Konsep yang ditawarkan pengembangan kompleks apartemen ini adalah island condominium dengan view itengah danau seluas ± 5,7 Ha, yang merupakan hunian vertikal eksklusif di kawasan Citra 6, CitraGarden City.



CITRAGRANDBY CITY CANANGKAN PROGRAM RESAPAN BIOPORI

Sadar akan betapa pentingnya kelestarian lingkungan, CitraGrand City mempelopori pembuatan lubang resapan biopori yang dilaksanakan pada 17 Mei 2015 lalu. Acara ini mendapat dukungan penuh dari masyarakat dan berbagai instansi mulai dari Camat Alang-alang Lebar (Drs. K. Sulaiman Amin), Pihak Badan Lingkungan Hidup Palembang (Bpk. Erliandi Rua), Ketua RW CitraGrand City (Bpk. Djunaidi Yahya), bahkan warga dan karyawan CitraGrand City juga tidak mau kalah untuk hadir sebagai saksi bahwa CitraGrand City merupakan perumahan pertama di Provinsi Sumatera Selatan yang menerapkan program lubang resapan biopori ini. CitraGrand City sudah siap menjadi kawasan percontohan

Melalui acara ini CitraGrand City ingin menyampaikan betapa banyaknya manfaat dari lubang resapan biopori ini bagi lingkungan tinggal kita diantaranya adalah meningkatkan daya penyerapan tanah terhadap air se-

hingga mengurangi resiko banjir di musim hujan, mengurangi penggenangan air yang merupakan sumber penyakit, meningkatkan aktivitas organisme dan mikro-organisme tanah sehingga tanah disekitar akan menjadi semakin subur, selain itu kita juga bisa membuat kompos alami dari sampah organik yang ditimbun di dalam lubang biopori ini. Kedepannya direncanakan program lubang resapan biopori ini akan dilaksanakan beberapa tahap, untuk tahap awalnya dimulai dengan membuat 1000 lubang biopori. Progressnya akan dilakukan secara bertahap hingga mencapai 20.000 lubang resapan biopori.

Bentuk dukungan CitraGrand City pada program EcoCulture ini tidak hanya sampai peresmian lubang resapan biopori saja, namun beberapa rencana ke depan seperti program EcoCulture juga sudah mulai dilakukan diantaranya adalah dibangunnya pondok pengolahan kompos, Citra Nursery, Cafe and Garden Shop dan juga saat ini CitraGrand City tengah mempersiapkan konsep untuk menjadikan kawasan CitraGrand City sebagai kawasan agrowisata di Palembang.



PENILAIAN WATER TREATMENT PLANT DI CITRAGARDEN CITY JAKARTA

Dalam rangka meningkatkan kualitas serta sumber daya Water Treatment Plant (WTP) di semua proyek CitraGarden City Jakarta yang terdiri dari 4 WTP, 2 Intake dan 2 Instalasi Distribusi Air (IDA) maka diadakan lomba WTP yang penilaiannya dilakukan setiap bulan oleh perwakilan dari tiap departemen di CitraGarden City.

Penilaian ini sudah dimulai dari bulan Januari 2015. Sebelumnya para penilai telah diberikan pengarahan agar memahami item-item yang tercantum dalam penilaian. Kegiatan ini juga dimaksudkan agar seluruh karyawan CitraGarden City mengenal bahwa CitraGarden memiliki WTP yang mendukung pengadaan air dalam kegiatan sehari-hari.



I ♥ JAKARTA



Event Tahunan Marketing CitraGarden City mengadakan SPECIAL PROMO RUMAH SUDUT (DISC. Hingga ½ Milyar) yang bertema **I LOVE JAKARTA** (Dalam Rangka menyambut HUT Kota Jakarta) bertempat di CIFFEST Area Citra 6 – CitraGarden City – Jakarta Barat. Hari Sabtu & Minggu, 13 & 14 Juni 2015

Acara hari Sabtu: Fun Coloring, Cooking Demo, Atraksi WUSHU MARTIAL ART dan
Acara hari Minggu: City FunBike, Ditutup dengan special Music Performance “Band COKELAT”

Event I Love Jakarta Didukung oleh : Tabloid Bintang Home, Home Living Magazine, Nippon Paint, Nexmedia, Teh Pucuk Harum, Q Guava, Hoky_Indonesia, Bambu Spa, Ciputra Hospital, United Premium Store, Glow Talent Academy, Klub Ade Rai, Gereja Katolik Paroki Santa Maria Imakulata CitraGarden 3



Hotel Citradream Bintaro Lakukan Topping Off

22 Mei 2015 yang lalu, dilakukan topping off dari Hotel Citradream Bintaro yang terletak di Jalan Bintaro Utama, Sektor 3A, Tangerang Selatan, tepatnya disamping pusat perbelanjaan Plaza Bintaro. Hotel ini dibangun oleh PT Jaya Citra Hotel yang merupakan kerjasama antara Ciputra Group dengan PT Jaya Real Property, pengembang dari Bintaro Jaya. Ini merupakan hotel Citradream yang kelima, setelah sebelumnya telah dibuka di Bandung, Cirebon, Semarang dan Yogyakarta. Direncanakan, Hotel Citradream Bintaro dapat mulai beroperasi pada bulan September 2015.

Topping Off Ciputra World 2 Jakarta

Grup Ciputra, salah satu pengembang properti terbesar di Indonesia melaksanakan Topping Off 'The Orchard & Residence' Ciputra World 2 Jakarta, Kamis (11/06/2015). Hal ini menunjukkan bahwa pembangunan menara tersebut telah mencapai tahap akhir.

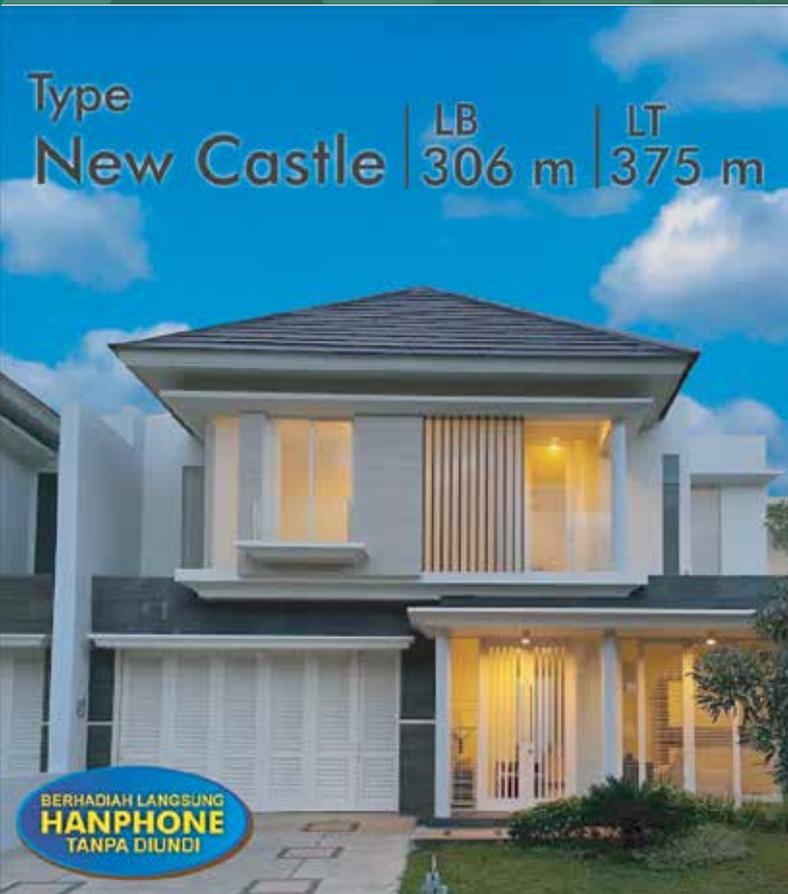
Terletak di distrik keuangan dan belanja di Jalan Prof. DR. Satrio Kav 11 Jakarta, Ciputra World 2 Jakarta akan menjadi ikon prestise, kenyamanan dan desain yang mewah yang tinggal di Jakarta. Ciputra World 2 Jakarta akan menampilkan area perumahan 349 unit Orchard Satrio, 117 unit apartemen Residence, dan 120 unit The Suites Apartments, 68.000 meter persegi ruang kantor, Fraser serviced apartments, dan Hotel.



TOPPING OFF SKYLOFT A LIFESTYLE SOHO

Bertempat di Ballroom 89 Ciputra World Surabaya, pada tanggal 30 April 2015, Skyloft a Lifestyle SOHO melakukan Topping Off Ceremony sebagai pertanda bahwa pengerjaan struktur bangunan Skyloft a Lifestyle SOHO telah selesai sehingga dapat dilaksanakan pengecoran atap terakhir. Staf dan management Ciputra World mengundang masyarakat untuk turut menghadiri acara Topping Off Ceremony Skyloft a Lifestyle SOHO.

Konsep, desain dan manajemen yang diterapkan oleh Skyloft a Lifestyle SOHO ternyata diterima masyarakat dengan sangat baik. Buktinya, dalam waktu yang singkat, seluruh unit SOHO sold out. Hal tersebut menjadi garansi bahwa Ciputra World menjadi lokasi investasi yang sangat menguntungkan.



Type
New Castle | LB 306 m | LT 375 m



OPEN HOUSE CitraLand Kendari

Menyambut bulan Ramadhan CitraLand Kendari kembali menggelar Open House selama bulan Juni 2015, bertempat di Rumah Contoh New Castle yang terletak di lokasi prestisius Cluster Blue Stone. Dengan konsep Modern Minimalis, Type New Castle hadir dengan suasana berbeda yang berhadapan langsung dengan Japanese Garden dan Kolam Koi, dengan jumlah unit yang terbatas, yaitu hanya 10 unit.

CitraLand Kendari juga menggelar Bazaar Makanan "Aneka Soto" bertempat di Spazia Food Plaza dengan suasana menyambut bulan ramadhan yang penuh berkah. Pada Kesempatan ini, CitraLand Kendari juga memberikan hadiah langsung Handphone bagi pengunjung yang bertransaksi selama program ini berlangsung.

"HEALTHY LIFESTYLE" DI CITRA SUN GARDEN SEMARANG



Open house yang diadakan pada tanggal 24 Mei 2015 ini, berlokasi di Marketing Gallery CitraSun Garden Semarang. Konsep acara yang diusung kali ini yaitu mengenai "Healthy Lifestyle" dimana CitraSun Garden ingin menyampaikan betapa pentingnya peran kesehatan dan gaya hidup sehat, tidak hanya dari diri sendiri melainkan juga dari lingkungan tempat tinggal.

Open house ini CitraSun Garden Semarang bekerja sama dengan beberapa klinik kesehatan antara lain klinik kecantikan "Miracle", klinik gigi "Nadira", dan klinik kesehatan "SMC Telogorejo". Masing-masing tenant kesehatan tersebut memberikan free konsultasi dan cek kesehatan bagi para pengunjung. Selain itu, klinik kecantikan



"Miracle" juga mengadakan talkshow mengenai 3d Shape Liquid yaitu kecantikan dengan pembentukan wajah.

Tak habis sampai disitu, CitraSun Garden juga telah menyiapkan hidangan lezat yang sehat untuk menjamu para tamu yang datang dan juga mengadakan baby smile foto contest dimana para bayi yang datang dipersilahkan untuk berfoto lucu yang hasil fotonya nanti akan diundi dan diberi hadiah menarik dari CitraSun Garden Semarang.

Ciputra Mendukung Kemajuan Perempuan Indonesia



Pelatihan masak menggunakan dapur belajar yang memenuhi standar.



Berfoto bersama Ibu Walikota dalam acara pembukaan pelatihan.



Belajar langsung dan dibimbing oleh Chef Hugo

Bapak Ciputra berkeyakinan bahwa kewirausahaan (Entrepreneurship) memiliki peran yang sangat penting dalam mengentaskan masyarakat Indonesia dari masalah pengangguran dan kemiskinan. Karena itu, Bapak Ciputra mendirikan Universitas Ciputra Entrepreneurship Center (UCEC) untuk mengembangkan pendidikan kewirausahaan di Indonesia. UCEC memiliki visi dan komitmen untuk mengangkat pengangguran dan kemiskinan dari generasi muda melalui pendidikan kewirausahaan (Entrepreneurship Education).

Pemerintah Kota Surabaya sangat serius menangani warga terdampak pengusuran lokalisasi, mucikari, dan Pekerja Seks Komersil (PSK) pasca penutupan dengan memberikan pelatihan keterampilan. Bekerja sama dengan UCEC, Pemerintah Kota Surabaya berupaya untuk memutuskan mata rantai kemiskinan lewat gerakan entrepreneurship. Pelatihan entrepreneurship akan mengubah kaum marjinal ini menjadi pengusaha yang akan mampu menyerap tenaga kerja lainnya atau setidaknya memampukan mereka secara ekonomi.

Pelatihan entrepreneurship dalam konteks pemberdayaan warga terdampak pengusuran lokalisasi, mucikari, dan Pekerja Seks Komersil (PSK) telah dirancang oleh UCEC untuk menciptakan sebuah suasana belajar yang inspirasional, interaktif, praktis dan dinamis. Program pemberdayaan ini meliputi pelatihan masak, sanitasi, penyusunan menu, pelatihan keuangan sederhana, pemahaman tentang 'pasar' dan keterampilan menjual. Saat ini para peserta telah membentuk 3 kelompok unit kerja yang melayani "Proyek Perumahan" dari Dinas sosial Pemerintah Kota Surabaya Surabaya, yaitu memberikan makan kepada sekitar 200an orang lansia yang berada di wilayah kerja mereka.

Program yang merupakan salah satu program kerja Pemerintah Kota Surabaya Surabaya, berjalan sepanjang tahun dengan target keseluruhan sebanyak 600 orang lansia, anak jalanan, yatim dan penyandang masalah sosial lainnya. Program pemberdayaan ini telah berhasil membuat 20 pesertanya menjadi berdaya secara financial dan memiliki usaha yang berkelanjutan.



Hasil karya para peserta berupa sambal dan donat yang sudah diberi Label dan siap jual

SaFARI Ramadhan CITRALAND SURABAYA

Minggu II Juni 2015 : Bagi Nasi Bungkus, Sahur bagi orang-orang jalanan, tukang becak, pemulung dll.



Minggu III Juni 2015 : Berbagi 1000 Sarung ke Loper Koran di Surabaya



Merupakan agenda rutin di bulan Ramadhan, tiap tahun Grup Ciputra membagikan sarung ke loper-loper koran berbagai Media penting di Surabaya. Safari Bagi-bagi 1000 sarung ini dilakukan tanggal 24 Juli 2013, dimulai dari harian Kompas – Surya – Jawa Pos dan Radar Surabaya. Diikuti seluruh project Grup Ciputra di Surabaya (CitraLand, Sekolah Ciputra, Universitas Ciputra, Ciputra Golf, Club & Hotel), Sidoarjo (CitraHarmoni, CitraGarden, CitraIndah), Ciputra World Surabaya, The Taman Dayu.

Minggu III Juni 2015 : Buka Puasa Bersama Karyawan



Merupakan agenda setiap tahun diadakan Buka Puasa Bersama seluruh karyawan CitraLand, untuk menggalang kebersamaan dari seluruh departement. Diisi dengan siraman rohani dari Ustad, ramah tamah dan sedikit pembagian kenang-kenangan.

Minggu IV/ Juni 2015 : Buka Puasa Grup Ciputra Bersama Awak Media



Agenda rutin Buka Puasa seluruh project Grup Ciputra di Surabaya, Sidoarjo dan Pandaan bersama para wartawan/jurnalis dari semua media di Surabaya dilaksanakan 30 Juli, bertempat di V2 Apartment, Ciputra World Surabaya.

