

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil PT Multitrend Indo (Kanmo Group)

Kanmo Group berdiri sejak tahun 2005 silam dan saat ini bergerak di bidang retail khususnya, *fashion* dan *lifestyle*. Kanmo Group Indonesia sendiri bekerja sama dengan beberapa *brand* retail dari berbagai dunia dan memasarkan produknya di Indonesia. Beberapa *brand* tersebut antara lain Mothercare, Early Learning Centre (ELC), Gingersnaps, Justice, Nike Young Athletes, Wilio, Coach, Coast, Momami, Karen Millen, Kate Spade New York, Women'Secret, Havainas, Momami, dan Nespresso. Memiliki beragam cakupan sektor produk di dalam tubuh perusahaan Kanmo Group sendiri terdapat tiga PT yang berdiri terpisah. Pertama, PT Multitrend Indo yang berfokus pada produk *mother & kids* serta *fashion*. Kedua, Kanmo Retailindo yang membawahi produk *lifestyle fashion high end*, serta PT Sathya Retailindo *lifestyle fashion* di luar pakaian.

Nama perusahaan tempat penulis melaksanakan praktik kerja magang adalah PT Multitrend Indo (Kanmo Group), yang memiliki nama perusahaan lainnya yakni PT Kanmo Retailindo dan PT Swaadh Retailindo. Perusahaan berlokasi di Gedung Menara Era level 12-18 Jl. Senen Raya #135-137 Jakarta Pusat, 10410. Kanmo Group telah berdiri sejak 2005 silam dengan gerai pertama kali dibuka yaitu Mothercare di *Mall Taman Anggrek*. Jenis usaha yang dilakukan oleh Kanmo Group adalah tekstil dan garmen.

Gambar 2.1.1 Logo Perusahaan. Sumber: Brand Management Kanmo Group. Tidak ada makna atau filosofi perusahaan terkait logo



Kanmo Group merupakan sebuah bisnis ritel yang sudah berjalan 16 tahun lamanya. Kanmo Group bagian dari K. Aloomall Group yang menangani berbagai bisnis, diantaranya bisnis karpet, properti, tekstil, dan produk ritel sejak 1940. Kanmo Group mengawali bisnisnya dengan membuka gerai ritel pertamanya pada tahun 2005 yaitu Mothercare Indonesia. Kemudian setelahnya, Kanmo Group juga membuka gerai kedua brand Eearly Learning Center, yang merupakan toko khusus permainan anak-anak. Kanmo Group sendiri merupakan bisnis ritel yang fokus untuk mendistribusikan *brand* global yang begitu diminati oleh masyarakat luas. Selama 15 tahun Kanmo Group mendirikan perusahaannya, kini Kanmo Group telah mengoperasikan lebih dari 150 gerai di Indonesia dengan posisi kepemimpinan pasar di segmen anak-anak dan bayi, dengan melayani begitu banyak pelanggan dari berbagai brand yang dipasarkan.

Saat ini, Kanmo Group beroperasi aktif di seluruh kota-kota besar di Indonesia diantaranya ialah Jakarta, Bali, Bandung, Surabaya, dan Makassar. Perluasan bisnis ritel yang dilakukan oleh Kanmo Group tidak hanya seputar kids and babies, namun juga *fashion*. Perkembangan bisnis *fashion* yang dilakukan oleh Kanmo Group terus meningkat dengan adanya brand Coach dan Kate Spade yang menyediakan koleksi *fashion trendy* dengan segmen menengah ke atas. *Brand* tersebut menawarkan koleksi tas, baju, aksesoris, sepatu, dan atribut *fashion* lainnya.

Kemudian, Kanmo Group juga menjadi salah satu *brand* yang mengembangkan bisnisnya dengan melakukan perluasan bisnis di sektor *fashion* anak dengan kehadiran beberapa brand yang menjual pakaian dan perlengkapan anak seperti Justice dan TM Lewin. Kanmo Group juga membawa *brand* yang fokus menjual pakaian dalam atau *lingerie* untuk wanita dengan segmen menengah ke atas yakni Women's Secret pada tahun 2015. Pada 2017, Kanmo Group membuka toko sepatu untuk bayi dan anak dengan kisaran umur 0-14 tahun lewat brand Wilio. Kekuatan Kanmo

Group di alas kaki pun semakin bertambah setelah Havaianas pun resmi bergabung dan distribusikan di Indonesia lewat Kanmo Group.

Tahun 2017, portofolio *brand* yang distribusinya di bawah Kanmo Group untuk sektor *lifestyle* bertambah dengan kehadiran Thomas Sabo yang menjual perhiasan dan jam tangan mewah. Pada tahun ini juga, Kanmo Group sudah mengoperasikan lebih dari 150 toko di lebih dari 30.000 sqm di Kota besar di Indonesia. Kate Spade New York resmi bergabung dan distribusikan oleh Kanmo Group di Indonesia pada tahun 2018 lalu. Disusul oleh Nespresso pada tahun 2019 lalu. Toko pertama Nespresso sebagai premium capsule coffee di Plaza Indonesia, Jakarta Pusat pun resmi dibuka hingga saat ini masih beroperasi.

Tahun 2019, Kanmo Group juga menghadirkan bagian dari *brand* internal miliknya yaitu Momami. Berkenaan dengan masalah wabah global yang ditetapkan sebagai pandemic global dengan adanya Covid-19, Kanmo Group menggunakan mode *survival business* dengan menghadirkan brand Momami sebagai perlengkapan untuk bayi dan anak dengan menawarkan produk preventif untuk mencegah sekaligus membunuh virus. Momami menjual berbagai perlengkapan kebutuhan Bayi seperti tissue basah, hand sanitizer, face shield, dan lain sebagainya.

Dalam rangka menciptakan *customer loyalty*, Kanmo Group berusaha menjadi sebuah bisnis yang memiliki pelanggan setia dengan menciptakan berbagai program-program menarik untuk membangun hubungan baik dengan para pelanggannya. Kanmo Group membuat sebuah program member card sebagai sebuah program yang membangun loyalitas pelanggan yang disebut “Kanmo Circle”. Program ini sengaja dirancang untuk menginspirasi pelanggan dengan brand yang ditawarkan oleh Kanmo Group. Program ini menawarkan intensif menarik untuk para pelanggannya yang mendaftarkan diri sebagai bagaian dari member Kanmo Circle berupa Special Member Promotions, 2% Cash back on every purchase, dan masih

banyak kelebihan lainnya jika pelanggan mendaftarkan diri sebagai member dari Kanmo Circle.

Dengan jajaran sektor bisnis ritel yang dicakup oleh Kanmo Group, diiringi bisnisnya yang terus berkembang, perusahaan ini memandang masa depan dengan kaca mata optimis. Pasalnya, dengan terus mengembangkan bisnisnya dan terus menjawab kebutuhan konsumen, Kanmo Group yakin mampu membawa inspirasi dan memperkaya perjalanan keseharian para konsumen setianya.

Visi ini menjadi misi yang terus dicapai oleh perusahaan Kanmo Group yaitu sebagai berikut:

1. *Care for customers* ditunjukkan dengan upaya setiap karyawan untuk berkomitmen menjaga hubungan baik dengan konsumen dengan memberi pelayanan terbaik dan menjawab semua kebutuhan konsumen dengan memuaskan mereka dari produk serta layanan yang ditawarkan.
2. *Pull Together* adalah wujud bagaimana setiap karyawan dari berbagai divisi dan fungsi kerja dapat bersinergi dan saling membantu untuk mencapai tujuan bersama dengan fokus bekerja bersama tim dengan baik dan secara koperatif.
3. *Make the Business Stronger* adalah bagaimana setiap karyawan selalu mencari kesempatan untuk berkembang dan bertumbuh. Dapat dilihat juga dari implementasi bisnis yang dijalankan oleh Kanmo Group, secara konsisten mengembangkan bisnisnya semakin luas untuk memperkuat bisnisnya demi memenuhi kebutuhan para pelanggannya.

4. *Own it and Get it Done*. Setiap karyawan mendapatkan porsi kerja yang seimbang dan bertanggung jawab penuh atas porsi kerja dan tugasnya masing-masing. Kanmo Group selalu mengikut sertakan seluruh *stakeholdernya* dalam pengembangan ide, pengambilan keputusan, dan menerima kritik dan saran secara terbuka.

*Tagline Perusahaan* milik Kanmo Group Adalah “*Impacting lifestyle with leading brands in world class retail enviorement*” dengan maksud memberikan dampak untuk memenuhi keinginan mengikuti perkembangan zaman dalam penggunaan produk-produk dari *brand* terkemuka di lingkungan ritel dengan cakupan kelas menengah ke atas. Kanmo Group merupakan sebuah perusahaan ritel yang membawa *brand-brand* kelas atas global ke Indonesia.

Kanmo Group merupakan perusahaan ritel dengan *brand- brand* kualitas baik dan segmen menengah ke atas. Berikut beberapa *brand* dari Kanmo Group ternama dan begitu dikenal oleh khalayak :

### 1. Mothercare

Gambar 2.1.2 Logo *brand* Mothercare. Sumber: Brand Management Kanmo Group



Mothercare merupakan *brand* global paling dikenal di pasar ibu hamil, bayi, dan anak. Mothercare menawarkan produk pakaian, alas kaki, *home and travel product, maternity needs*, dan perlengkapan lainnya. Mothercare merupakan *brand* yang dibawa oleh Kanmo Group pertama kali

di tahun 2005 dengan membuka gerai pertamanya di Taman Anggrek. Saat ini, Mothercare telah membuka lebih dari 1200 gerai di 55 negara di Dunia. Di Indonesia sendiri, Mothercare hadir sejak 2005 hingga saat ini sudah membuka toko sebanyak 47 toko di kota-kota besar Indonesia. Mothercare terbesar di Asia pun berada di Ibu Kota Jakarta, Indonesia yaitu terletak di mall Grand Indonesia, Jakarta Pusat.

Di tahun 2012, Mothercare untuk pertama kalinya memperluas pasarnya tidak hanya *in-store* atau *offline*, namun juga *online*. Mothercare memudahkan pelanggannya untuk berbelanja dengan menyediakan *Shopping Online* di website [www.mothercare.co.id](http://www.mothercare.co.id) . Tidak hanya itu, Mothercare berupaya untuk memudahkan konsumennya dengan menyediakan layanan Bahasa Inggris dan juga Bahasa Indonesia, agar ketika pelanggan mengaksesnya dapat memilih sesuai referensi Bahasa yang dipahami dan digunakan sehari-hari.

Mothercare juga melayani konsumennya melalui *Chat To Shop* melalui whatsapp di 02129181155. Terlebih di masa pandemi seperti ini, tidak banyak Ibu atau calon Ibu yang berani berpergian ke mall, melainkan akan memilih untuk berbelanja online melalui whatsapp atau website secara online.

Di tahun 2020, Mothercare juga menyediakan layanan *guideline how to be a good parent* melalui artikel-artikel yang diunggah di website nya yaitu *Modernparent by Mothercare*. Mothercare ingin menjadi sebuah *brand* yang memberikan *impact* bagi setiap Ibu dalam menjalankan peran *parenting* yang baik. Setiap 3 bulan sekali, Mothercare selalu menjalani kampanye *sales promotions* yang menawarkan diskon kepada konsumennya dengan tema kampanye *End Of Season Sale*.

Mothercare sebagai *brand* yang menjual seluruh keperluan Ibu, Bayi, dan Anak sampai 8 tahun juga merupakan *brand distribution* beberapa *brand* ternama seperti Nuby, Bugaboo, MacLaren, Joie, Philips Avent, dan masih banyak lagi.

## 2. Early Learning Center (ELC)

Gambar 2.1.3 Logo brand ELC. Sumber: Brand Management Kanmo Group



Early Learning Center (ELC) merupakan *brand* yang menjual mainan anak yang melatih kecerdasan anak 0-6 tahun. Mainan anak yang dijual oleh *brand* ELC memang dikhususkan untuk membantu melatih perkembangan anak. ELC adalah *brand* dari *United Kingdom* didirikan pada tahun 1974. Saat ini sudah terdapat lebih dari 500 gerai ELC di beberapa Negara di Dunia. ELC selalu menyebutkan fungsi dan kegunaan setiap mainan yang dijual untuk perkembangan anak di setiap bungkus mainannya. Sehingga, orang tua dapat memilih mainan yang sesuai dengan perkembangan anaknya.

Kanmo Group membuat Mothercare dan ELC *brand* yang biasanya tokonya bersebelahan di beberapa mall. Sehingga, di Indonesia seringkali konsumen menemukan *brand* ELC dekat bahkan bersebelahan dengan *store* Mothercare.

### 3. Gingersnaps

Gambar 2.1.4 Logo brand Gingersnaps. Sumber: Brand Management Kanmo Group

# Gingersnaps®

Gingersnaps merupakan merek yang dibawa oleh perusahaan ritel Kanmo Group yang berasal dari Filipina dan didirikan sejak tahun 1994. Gingersnaps kini sudah berada di beberapa negara di Asia seperti Indonesia, Malaysia, Arab Saudi, Singapura, dan Thailand. Gingersnaps merupakan *brand* yang menjual produk pakaian dan aksesoris untuk bayi dan anak-anak. Gingersnaps di Indonesia saat ini berada di kota-kota besar Indonesia yaitu Jakarta, Bandung, Medan, Surabaya, Yogyakarta, dan Bali.

### 4. Justice

Gambar 2.1.5 Logo brand Justice. Sumber: Brand Management Kanmo Group

The logo for the brand 'Justice' features the word 'Justice' written in a vibrant pink, cursive script. Above the letter 'i' in 'Justice', there is a small, stylized blue heart with three radiating lines above it, suggesting a spark or a bright idea. A registered trademark symbol (®) is located at the bottom right of the word.

Justice merupakan salah satu *brand* di bawah naungan perusahaan Kanmo Group. *Brand* ini telah memiliki lebih dari 900 toko di Amerika Serikat, Kanada, Australia, Rusia, Timur Tengah, dan Filipina. Justice menjual produk-produk *fashion* untuk remaja dan anak-anak. Justice masuk ke Indonesia pada tahun 2013 dengan koleksi-koleksi pakaian yang *trendy*.

## 5. Coach

Gambar 2.1.6 Logo brand Coach. Sumber: Brand Management Kanmo Group



Coach merupakan *brand* asal New York, Amerika Serikat yang telah berdiri sejak 1941. Awal berdirinya *brand* coach hanya memproduksi produk khusus pria hingga melebarkan sayap menciptakan tas tangan wanita. Hingga saat ini, Coach menjadi produk *fashion* ternama di dunia yang digemari oleh kalangan segmen menengah keatas. Coach memiliki lebih dari 900 toko di 20 negara di Dunia, termasuk Indonesia. Untuk pertama kalinya, Coach hadir di Indonesia pada tahun 2012 di bawah naungan perusahaan ritel Kanmo Group. Toko pertama Coach dibuka di Plaza Senayan, Jakarta Selatan dengan konsep soho yang unik.

## 6. Kate Spade New York

Gambar 2.1.7 Logo brand Kate Spade. Sumber: Brand Management Kanmo Group



Kate Spade New York merupakan salah satu *brand fashion high-end* yang begitu diminati oleh kalangan wanita Dunia. Kate Spade New York hadir di Indonesia pertama kali pada tahun 2018 dibawah naungan perusahaan ritel Kanmo Group. Kate Spade merupakan *brand fashion* yang dikhususkan untuk segmen menengah keatas. *Brand* Kate Spade ini merupakan *brand* dengan konsep feminim dengan detail palet warna yang mencolok, sehingga membuat produk-produk yang dipasarkan terkesan unik dan begitu menarik. *Brand* ini menggambarkan perempuan muda yang bersemangat dan percaya diri.

## 7. Wilio

Gambar 2.1.8 Logo brand Wilio. Sumber: Brand Management Kanmo Group



Pada tahun 2017, Kanmo Group melakukan ekspansi bisnis dengan meluncurkan sebuah merek lokal Wilio dengan gerai pertamanya yang berada di Grand Indonesia, Jakarta Pusat. Kehadiran Wilio dengan konsep ritel *multi-brand* untuk sepatu anak dengan gaya sepatu *casual*, *sporty*, hingga *fashion* memperkuat perusahaan Kanmo Group menjadi *leading group* di segmen anak. Nama Wilio sendiri berarti "*archwilio*" dari Bahasa Welsh, yang berarti "eksplorasi". Saat ini toko Wilio sudah dapat ditemukan di Jakarta dan Surabaya. Kanmo Group juga akan terus mengembangkan bisnisnya dengan

## 8. HAVAIANAS

Gambar 2.1.9 Logo brand Havaianas. Sumber: Brand Management Kanmo Group



Havaianas merupakan *brand* yang dibawa oleh Kanmo Group ke Indonesia. Havaianas adalah *brand* sandal asal Brazil yang telah berdiri sejak 1962. Havaianas menjadi sebuah *brand* sandal dengan kualitas tinggi serta tali yang tak mudah putus. Di Indonesia, *store* Havaianas telah dibuka sekitar lebih dari 33 gerai di Jakarta, Surabaya, dan Bali. Havaianas berkomitmen menjadi merk sandal jepit yang *fashionable*.

## 9. Women'secret

Gambar 2.1.10 Logo brand women'secret. Sumber: Brand Management Kanmo Group

# women'secret

Women'Secret merupakan *brand* yang menjual aksesoris, pakaian dalam, baju tidur, dan pakaian renang khusus wanita. *Brand* ini sudah hadir sejak 1993 di bawah naungan *Grupo Cortefel*, yakni perusahaan tekstil di Eropa. Hingga saat ini, women'secret telah memiliki lebih dari 639 gerai di 58 Negara di Dunia, termasuk Indonesia yang digerakan dan dibawa oleh Kanmo Group.

## 10. Nespresso

Gambar 2.1.11 Logo brand Nespresso. Sumber: Brand Management Kanmo Group



Nespresso adalah *brand* kopi premium Dunia yang telah sukses setelah 32 tahun melakukan inovasi dan di tahun 2019 Nespresso berhasil hadir di Indonesia di bawah naungan perusahaan ritel Kanmo Group. Nespresso membangun warisannya untuk merevolusi kebiasaan mengkonsumsi kopi dengan membawa ke Indonesia berbagai kopi berkualitas tinggi yang terkenal di dunia, mesin yang mudah digunakan, penuh gaya dan menyediakan layanan yang dipersonalisasi melalui Nespresso Club, sebuah komunitas eksklusif Nespresso untuk para pencinta kopi. Toko pertama Nespresso di Indonesia secara resmi telah dibuka di Plaza Indonesia, lantai 1, untuk memanjakan para konsumen agar merasakan momen Nespresso secara mendalam dengan mencicipi rasa yang tak pernah terduga sebelumnya.

## 11. MOMAMI

Gambar 2.1.12 Logo brand Momami. Sumber: Brand Management Kanmo Group



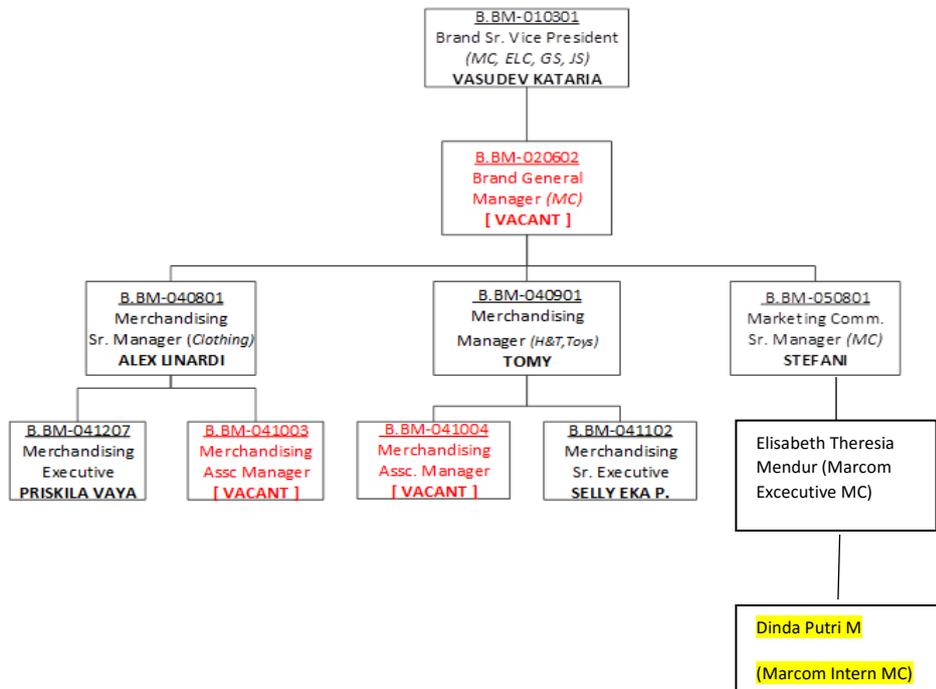
Momami merupakan *brand* internal dari Kanmo Group yang menjual *Baby Wipes* dengan kandungan khusus yang sangat *friendly* untuk bayi dan anak. Berangkat dari permasalahan kulit bayi yang memiliki

struktur dan komposisi yang berbeda dengan kulit orang dewasa, Kanmo Group ingin memenuhi kebutuhan Ibu dengan memberikan produk *Baby Wipes* yang bebas alcohol, bebas paraben, bebas pengharum, dan memiliki kandungan ekstrak organic, sehingga ramah untuk si Bayi. Kanmo Group sebagai perusahaan yang dikenal dengan toko ritel perlengkapan bayi merasa ingin memenuhi kebutuhan ibu jaman sekarang yang semakin *detail* memberikan produk-produk tertentu untuk bayinya. Sehingga pada tahun 2019 Kanmo Group resmi memperkenalkan *brand* Momami kepada masyarakat Indonesia, dan dengan diiringinya permasalahan global terkait pandemi, Momami mengeluarkan produk *faceshield* dan kebutuhan sanitasi untuk bayi guna mencegah virus dan bakteri pada bayi.

## 2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

### 2.2.1 Struktur Organisasi Mothercare Indonesia

Tabel 2.2.1 Struktur Organisasi Mothercare Indonesia. Sumber: HRD Kanmo Group



Berikut *Job Descriptions* Divisi *Marketing Communication brand* Mothercare:

1. *Brand Senior Vice President*

Bertanggung jawab penuh atas kegiatan yang dilakukan oleh *brand* Mothercare, ELC, Gingersnaps, dan Justice. Memutuskan strategi tertentu yang akan dilakukan oleh tim *merchandising* dan *marketing communications*.

2. *Brand General Manager* Mothercare Indonesia

- Perencana pengendalian kebijakan perusahaan agar tim bekerja secara optimal.
- Merencanakan, mengimplementasikan, mengoordinasikan, memantau, serta menganalisis seluruh kegiatan komersil yang dilakukan oleh *brand* Mothercare Indonesia.

3. *Merchandising Senior Manager (MSM)*

MSM bertugas sebagai *product control*, penentu harga yang mengikuti harga dari *dollar*, berjualan dan *branding* setiap *store*. MD juga bertugas untuk menentukan harga promosi.

4. *Merchandising Executive*

Bertanggung jawab pada segala jenis penjualan produk ke konsumen Mothercare. Pada tingkat di dalam toko ritel, Tim *merchandising* mengacu pada berbagai produk yang tersedia untuk dijual dan tampilan produk tersebut sedemikian rupa sehingga menarik minat dan membujuk pelanggan untuk melakukan pembelian.

5. *Marketing Communication Senior Manager*

- Menganalisis pasar sesuai kebutuhan konsumen
- Menentukan strategi pemasaran, melakukan perencanaan *budgeting* untuk keperluan kegiatan pemasaran
- Melaporkan seluruh implementasi kampanye yang telah dilakukan ke *Vice President* Mothercare Indonesia.

6. *Marketing Communication Executive*

Menyusun strategi pemasaran, menentukan media promosi untuk digunakan, mengevaluasi pasar untuk menjalankan strategi sesuai dengan target, dan melaporkan segala jenis kegiatan yang dilakukan di Mothercare Indonesia

7. *Marketing Communication Senior Manager*

Bertugas untuk menganalisis pasar sesuai kebutuhan konsumen, menentukan strategi pemasaran, melakukan perencanaan *budgeting* untuk keperluan kegiatan pemasaran, melaporkan seluruh implementasi kampanye yang telah dilakukan ke *Vice President* Mothercare Indonesia.

8. *Marketing Communication Executive*

Menyusun strategi pemasaran, menentukan media promosi untuk digunakan, mengevaluasi pasar untuk menjalankan strategi sesuai dengan target, dan melaporkan segala jenis kegiatan yang dilakukan di Mothercare Indonesia