

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan Kanmo Retail Group

Sumber: (kanmogroup.com)

Kanmo Group atau Kanmo Retail Group sendiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang retail yang dibentuk pada tahun 2005, garis besarnya perusahaan ini di bangun sebagai bentuk mitra untuk merek merek besar pada bisnis ritel yang tersebar di seluruh dunia. Kanmo sendiri beroperasi di seluruh saluran ritel mulai dari *wholesale*, *online* dan *travel retail*. Kanmo group hadir sebagai operator omnichannel atau sebuah pendekatan penjualan yang berfokus pada memberikan pelanggan pengalaman terbaik ketika berbelanja, melayani puluhan ribu pelanggan setiap bulan dengan merek seperti Mothercare, Early Learning Center (ELC), The Entertainer, Gingersnaps, Justice, Wilio, Coach, Kate Spade, Stuart Weitzman, Cole Haan, Havaianas, Adidas Performance, Adidas Originals, Adidas Kids, dan Nespresso.

Kanmo Group menjalankan lebih dari 250 toko sendiri, tersebar di 16 kota, dengan beberapa situs web merek sendiri, dan saluran distribusi grosir di 50 kota di Indonesia. Produknya tersedia di lebih dari 1000 titik penjualan melalui toko milik sendiri, toko perlengkapan anak/bayi, *department store*, apotek, dan pada semua *marketplaces*. Perjalanan yang panjang dimulai pada tahun 2005 yang dibentuk sebagai anak perusahaan ritel dari K. Aloomall Group. Toko pertama perusahaan dibuka di Mall Taman Anggrek untuk merk Mothercare. Setelah sukses

meluncurkan Mothercare, di tahun 2008 toko pertama untuk merek Early Learning Center (ELC) di buka di Indonesia tepatnya di Pacific Place Mall, Jakarta. Disusul dengan merek selanjutnya untuk busana anak Gingersnaps pada tahun 2009 dengan gerai pertamanya di Plaza Indonesia Mall.

Kanmo Group terus berupaya membentangkan sayap dan berkembang dengan menambahkan Coach, merek mewah Amerika dan membuka toko pertamanya di Plaza Senayan pada tahun 2012. Dan pada tahun 2013 memperkenalkan Justice sebagai merek busana untuk anak perempuan. Pada tahun yang sama meluncurkan platform e-commerce, mothercare.co.id untuk meningkatkan pengalaman belanja para orang tua. Di tahun 2015 dengan dibukanya toko untuk merk Coach di Grand Indonesia, mencetak catatan baru yaitu berhasil membuka 100 toko. Disusul dengan prestasi selanjutnya yaitu memenangkan *Operating Rights as a Master Concessionaire for Fashion & Accessories* pada tahun 2016.

Pada tahun 2017 Kanmo Group berhasil meluncurkan Wilio yaitu merek sepatu untuk anak, pada tahun yang sama merek sandal jepit global, Havaianas bergabung dengan Kanmo Group. Lalu berkembang dan meluncurkan *Travel Gallery*, sebuah toko aksesoris perjalanan di Bandara Soekarno Hatta. Di tahun berikutnya tahun 2018 merek global terkemuka Kate Spade New York bergabung dan menjadi bagian dari Kanmo Group. Dan tahun tahun selanjutnya diikuti dengan perusahaan yang terus berkembang di banyak saluran untuk industri ritel mulai dari Nespresso sebagai merek kopi premium di tahun 2019, lalu meluncurkan Momami sebagai merek *home brand*. Meluncurkan platform e-commerce untuk Justice, ELC, The Entertainer, Havaianas, Coach dan Kate Spade pada tahun 2020 dan 2021, serta memperluas segmen alas kaki dengan membuka toko merk Cole Haan pertama di Grand Indonesia. Sehingga pada tahun 2022 Kanmo Group kembali mencetak prestasi dengan meraih sertifikasi untuk Sistem Manajemen Keamanan Informasi.

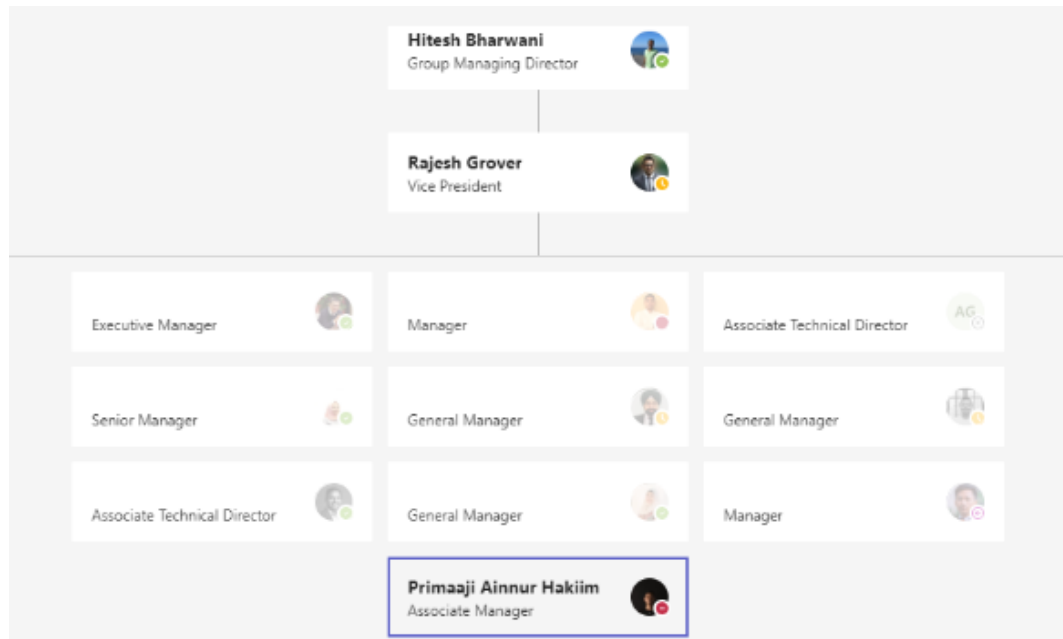
2.1.1 Visi Misi

Kanmo Group memiliki visi untuk boleh “*menginspirasi dan memperkaya perjalanan hidup*” bagi calon konsumen Indonesia. Dan misi yaitu :

1. Peduli kepada pelanggan Komitmen untuk mempertahankan pelanggan internal dan eksternal, melakukan hal-hal yang memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan melalui saran, ide, dukungan, dan etos kerja yang baik. Untuk memahami dan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, dan memberi mereka yang terbaik.
2. Bekerja sama untuk beroperasi sebagai sebuah tim di mana fungsi yang berbeda bekerja untuk membantu satu sama lain untuk menang dan disatukan oleh tujuan bersama. Berbagi pemahaman dan kolaborasi dalam kelompok. Memiliki jaringan yang luas dan kuat, menghargai perbedaan, dan mencari peluang untuk bekerja sama dalam mengatasi tantangan.
3. Selalu mencari ruang dan bagaimana menjadi lebih, mencari peluang untuk membuat segalanya lebih baik. Menggali ide-ide baru, mencari peluang untuk mewujudkannya, dan menantang kemapanan. Ini bukan tentang melakukan lebih banyak, tetapi melakukan hal-hal yang lebih baik.
4. Kemampuan setiap orang untuk bertanggung jawab, mencari solusi dan mengerjakannya sampai selesai. Ini tentang mengambil kepemimpinan sendiri, mewujudkannya, dan tidak berhenti sampai selesai.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Bagan atau struktur organisasi perusahaan pada departemen Digital & Omnichannel :



Gambar 2.2 Bagan Organisasi Departemen Digital & Omnichannel

Departemen Digital & Omnichannel ada dibawah pimpinan langsung Group Vice President Rajesh Grover, yang dimana setiap pengambilan keputusan akhir untuk departemen ini ada di tangan orang terkait. Setelah itu masing masing divisi atau role ada Manager atau General manager, terkhusus penulis ada di bawah arahan Primaaji Ainnur Hakim selaku supervisor, segala bentuk tanggung jawab atau pekerjaan penulis datang melalui arahan orang terkait.

2.3 Produk Perusahaan

Kanmo Group sendiri merupakan perusahaan ritel dengan merek produk kualitas terbaik dengan segmen pasar menengah ke atas. Berikut beberapa brand dari Kanmo Group yang ternama dan dikenal oleh banyak kalangan, ini disebut Kanmo Circle :

1. Mothercare



Gambar 2.3 Produk Mothercare

Mothercare sendiri merupakan merek untuk produk keperluan dan kebutuhan anak, dimana produk ini paling terkenal dikalangan orang tua terutama para ibu yang ingin membeli keperluan anak mereka. Mothercare menawarkan produk pakaian, alas kaki, *home and travel product*, *maternity needs*, dan perlengkapan lainnya, ini merupakan *brand* pertama yang dibawa oleh Kanmo Group.

Merek ini juga menjadi teladan utama untuk merek merek lainnya dimana mengedepankan kepentingan dan kemudahan *customer* dalam mengakses produk, sehingga *customer* tidak lagi membeli produk langsung ke tempat produk dijual tetapi juga dapat dilakukan secara *online*, yaitu lewat website www.mothercare.co.id, tidak hanya itu pembeli dimudahkan karena disediakan pilihan layanan Bahasa, baik Bahasa Inggris atau Bahasa Indonesia.

Pada tahun 2020, Mothercare juga menyediakan layanan guideline *how to be a good parent* melalui artikel-artikel yg diunggah pada website nya yaitu *Modern Parent by Mothercare* dimana, Mothercare memiliki keinginan untuk menjadi sebuah *brand* yang memberikan dampak bagi setiap orang tua untuk *parenting* yang baik, terutama dalam memenuhi kebutuhan anak.

2. Early Learning Center (ELC)



Gambar 2.4 Produk Early Learning Center

Sama seperti merek sebelumnya, merek ini juga bergerak di pasar anak, fokus produk ini adalah penjualan mainan anak, dimana ELC berkomitmen dalam membantu melatih perkembangan dan kecerdasan anak pada setiap fase pertumbuhan anak. ELC adalah brand dari United Kingdom didirikan pada tahun 1974, sehingga merek ini adalah *specialist* pada bidangnya, dengan tentunya mematuhi standar Eropa dan Internasional untuk keamanan mainan dan dinilai risikonya untuk memastikan mainan tersebut aman untuk dimainkan anak-anak. Kanmo Group membuat Mothercare dan ELC di beberapa pusat perbelanjaan biasanya diletakkan bersebelahan.

3. The Entertainer



Gambar 2.5 Produk The Entertainer

Produk dari merek The Entertainer adalah mainan sama seperti merek sebelumnya. The Entertainer percaya bahwa kehadiran produk produk mereka dapat membantu keluarga menghabiskan waktu bersama, dengan bermain bersama, dan menikmati kebersamaan satu sama lain. Dalam praktiknya, ini berarti kami peduli dengan keamanan, kualitas produk, dan pembuatan yang etis dari semua stok yang kami sediakan. The Entertainer pertama kali hadir di Amersham, Inggris pada tahun 1981, dengan sebuah toko dan mimpi untuk menciptakan kenangan bermain yang hidup dan bahagia untuk anak-anak. Sekarang, lebih dari 35 tahun kemudian, The Entertainer mengambil peran penting dalam dunia mainan, baik secara nasional maupun luar negeri.

4. Gingersnaps



Gambar 2.6 Produk Gingersnaps

Gingersnaps adalah merek terkemuka untuk pakaian anak-anak yang berasal dari Filipina. Dari awal yang sederhana pada tahun 1994 sebagai satu sudut di sebuah department store di Manila, sekarang telah berkembang secara internasional di Indonesia, Singapura, Thailand, Malaysia, U.A.E, dan Arab Saudi. Gingersnaps menciptakan pengalaman berbelanja yang tak terlupakan, tidak hanya berkaitan dengan produk, tetapi juga pengaturan toko, layanan, pengemasan, dan *merchandising visual*.

5. Justice



Gambar 2.7 Produk Justice

Merek ini melahirkan produk produk busana untuk anak perempuan, dengan impian yaitu mereka, para perempuan dapat mengekspresikan individualitas dan kepercayaan diri mereka melalui fashion. 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.

6. Wilio



Gambar 2.8 Produk Wilio

Wilio pertama hadir pada tahun 2017 dan berasal dari kata Archwilio, yang berarti penemuan dalam bahasa Welsh. Ide Wilio pada dasarnya berangkat dan terbentuk lewat imajinasi kekanak-kanakan saat berburu harta karun. Wilio melayani junior dari usia 0 hingga 14 tahun. 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.

7. Coach



Gambar 2.9 Produk Coach

Didirikan pada tahun 1941, Coach memiliki reputasi lama yang dibangun di atas keahlian berkualitas dan ditentukan oleh gaya New York yang percaya diri. Produk Coach tersedia di sekitar 55 negara melalui jaringan toko yang dioperasikan langsung, toko ritel perjalanan, dan penjualan ke pelanggan grosir dan distributor pihak ketiga independent. Sampai saat ini, Coach dapat dibidang merupakan produk fashion ternama di dunia yang digemari oleh kalangan segmen menengah keatas. Coach pertama kali hadir di Indonesia pada tahun 2012, sehingga saat ini Coach memiliki lebih dari 900 toko di berbagai negara di Dunia, termasuk Indonesia.

8. Katespade



Gambar 2.9 Produk Katespade

Merek ini merupakan merek yang menghadirkan koleksi tas musiman, pakaian siap pakai, perhiasan, alas kaki, hadiah, dekorasi rumah, dan banyak lagi. Pertama kali hadir di Indonesia pada tahun 2018, Katespade begitu diminati terutama untuk kalangan perempuan. Katespade sendiri percaya bahwa *brand* mereka mewakili Kate Spade New York selalu mewakili warna, kecerdasan, optimisme, dan feminitas.

9. Stuart Weitzman

STUART WEITZMAN

Gambar 2.10 Produk Stuart Weitzman

Stuart Weitzman merupakan merek aksesoris yang mengedepankan unsur feminitas dimana pendekatannya unik dengan memadukan mode, fungsi, dan kesesuaian didalam unsur siluet. Produk yang dipasarkan berupa sepatu dan tas tangan yang mudah dan masing-masing dirancang untuk memberdayakan wanita dengan kepercayaan diri dan kenyamanan.

10. Cole Haan

COLE HAAN

Gambar 2.11 Produk Cole Haan

Cole Haan merupakan merek untuk produk alas kaki lain yang juga ada didalam Kanmo Circle. Cole Haan sendiri mengedepankan konsep modern dan elegan. Mereka membuat alas kaki dan aksesoris gaya hidup yang dikenakan pelanggan untuk kerja, olahraga, hingga liburan akhir pekan.

11. Havaianas

havaianas

Gambar 2.12 Produk Havaianas

Selain Wilio dan Cole Haan, Havaianas juga salah satu *brand* dengan produk alas kaki. Havaianas adalah salah satu brand yang dibawa oleh Kanmo Group ke Indonesia, *brand* sandal yang berasal dari Brazil yang telah berdiri sejak 1962. Havaianas menjadi sebuah brand sandal dengan kualitas tinggi serta tali yang tak mudah putus. Sekitar lebih dari 33 gerai telah dibuka di Indonesia dan tersebar diberbagai kota. Havaianas berkomitmen menjadi merk sandal jepit yang fashionable.

12. Nespresso



Gambar 2.12 Produk Nespresso

Brand Nespresso adalah pelopor dan referensi untuk kopi dengan porsi kualitas tertinggi. Diluncurkan pada tahun 2003 bekerja sama dengan The Rainforest Alliance, produk ini secara tidak langsung membantu meningkatkan hasil dan kualitas panen, memastikan pasokan kopi berkualitas tinggi yang berkelanjutan dan meningkatkan mata pencaharian petani dan komunitas mereka. Nespresso hadir di Indonesia pada tahun 2019, tentunya dibawah naungan Kanmo Group, dan telah sukses selama 32 tahun melakukan inovasi dalam industry kopi yang berkualitas dan mesin yang mudah digunakan.