

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Dari toko perkakas mungil berukuran 3x3 meter persegi di tahun 1955, Kawan Lama Group telah bertransformasi menjadi titan bisnis multisektor di Indonesia. Lahir dari percakapan ringan yang melahirkan nama "Kawan Lama", perusahaan ini bersemi dengan filosofi melayani pelanggan layaknya kawan lama, tak hanya menunggu kedatangan mereka namun juga proaktif memenuhi kebutuhan. Beranjak dari bisnis keluarga yang mengutamakan pelayanan personal, Kawan Lama Group menjelma menjadi PT Kawan Lama Sejahtera di tahun 1980, menandai dimulainya era ekspansi dengan melebarkan sayap ke berbagai kota melalui pembukaan cabang dan pusat distribusi

Kawan Lama Group

Gambar 2.1. Logo Kawan Lama Group

Di tengah krisis finansial, Kawan Lama Group justru menunjukkan resiliensi yang luar biasa saat menghadapi terjangan krisis ekonomi dan politik 1997-1998. Bukannya terpuruk, mereka malah melahirkan brand perkakas dan kebutuhan rumah tangga yang kini dikenal luas, yaitu Krisbow. Kegigihan dan kemampuan beradaptasi ini menjadi benang merah yang terjalin dalam perjalanan Kawan Lama Group. Langkah strategis lainnya adalah menggandeng ACE Hardware Indonesia pada tahun 1995, yang semakin mengukuhkan posisinya di ranah bisnis retail, ibarat punggawa yang tak segan menjalin aliansi untuk memperkuat barisan.

Kini, Kawan Lama Group telah melampaui jejaknya sebagai toko perkakasan. Mereka menjelma menjadi gurita bisnis yang menaungi 28 brand, membentangkan tentakelnya ke enam pilar bisnis: Industrial & Commercial, Consumer Retail, Food & Beverage, Property & Hospitality, Commercial Technology, serta Manufacturing & Engineering. Lebih dari 1.000 toko yang tersebar di seluruh Indonesia menjadi bukti ekspansi dan keberhasilan Kawan Lama Group dalam memenuhi kebutuhan dan layanan yang prima bagi para pelanggannya.

2.1.1 Visi Misi

Adapun visi dan misi yang dimiliki oleh Kawan Lama Group dalam menjalankan bisnis konglomerasi multisektor adalah sebagai berikut. Kawan Lama Group memiliki visi

2.1.1.1 Visi Kawan Lama Group

Dimulai sebagai bisnis keluarga, Kawan Lama Group memiliki visi “Lebih dari Bisnis Keluarga, kami adalah bisnis keluarga”. merefleksikan komitmen untuk tak hanya mengejar keuntungan, namun juga memberikan nilai tambah dan meningkatkan kualitas hidup para keluarga Indonesia.

2.1.1.2 Misi Kawan Lama Group

Misi Kawan Lama Group, "Memberikan nilai tambah untuk kehidupan yang lebih baik melalui pengembangan bisnis dan pertumbuhan berkelanjutan," menjabarkan bagaimana mereka mewujudkan visi tersebut. Melalui pengembangan brand dan bisnis baru yang berkelanjutan, Kawan Lama Group berupaya menghadirkan produk dan layanan berkualitas dengan keunggulan servis prima, pada akhirnya membawa para pelanggannya menuju kehidupan yang lebih baik..

2.1.2 Nilai-Nilai Perusahaan

Untuk membangun budaya kekeluargaan di tengah lingkungan kerja, Kawan Lama Group menerapkan nilai-nilai perusahaan yang dengan

pendekatan *human-centric* yang mewakili 8 nilai inti yakni 'I AM ELITE'. Adapun penjabaran daripada nilai tersebut adalah sebagai berikut:

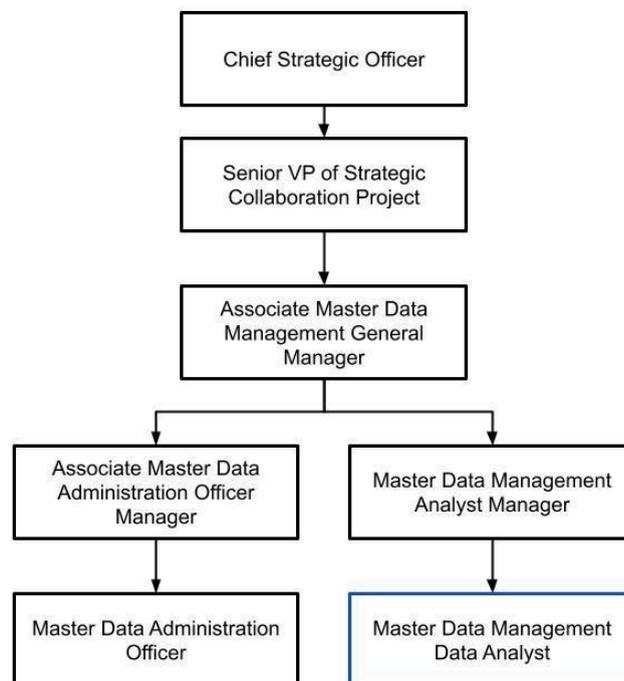
- A. **Individualitas:** Kawan Lama Group mengakui kekuatan dan perspektif unik yang dibawa oleh setiap karyawan.
- B. **Akuntabilitas:** Menguasai tindakan dan keputusan sendiri sangat dihargai dalam perusahaan.
- C. **Motivasi:** Kawan Lama Group menumbuhkan budaya yang menginspirasi dan memotivasi karyawannya untuk berprestasi.
- D. **Keunggulan:** Memberikan pekerjaan berkualitas tinggi dan berusaha untuk peningkatan berkelanjutan adalah prinsip inti.
- E. **Pembelajaran:** Kawan Lama Group menghargai pola pikir yang berkembang dan mendorong pembelajaran dan pengembangan berkelanjutan.
- F. **Inovasi:** Perusahaan berkembang pesat dengan kreativitas dan menemukan cara baru untuk meningkatkan proses dan produk.
- G. **Kerja Sama Tim:** Kolaborasi dan bekerja secara efektif bersama menuju tujuan bersama adalah landasan budaya Kawan Lama.
- H. **Etika:** Integritas, keadilan, dan menjunjung tinggi standar etika adalah yang terpenting dalam organisasi

Penerapan nilai-nilai ini, menciptakan lingkungan kerja yang memberdayakan karyawan, mendorong kolaborasi, serta mendorong kesuksesan perusahaan. Budaya yang menghargai kontribusi individu dan rasa kerja tim yang kuat, semuanya berfokus pada pencapaian keunggulan dan inovasi.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi MDM pada Kawan Lama Group dapat dilihat pada gambar 2.2. dibawah. Divisi MDM berada pada skala korporat menaungi seluruh *business units* Kawan Lama Group, berada di bawah naungan Chief Strategic Officer (CSO). Seluruh projek korporat yang bersifat kolaboratif dipimpin oleh *Senior VP of Strategic Collaboration Project*. MDM Kawan Lama Group terbagi atas dua

sub-divisi *Master Data Administration Officer* dan *Master Data Management Data Analyst* yang dikepalai oleh *Associate Master Data Management General Manager*. Masing-masing sub-divisi dikepalai oleh seorang *Manager*. Pembagian ini bertujuan sebagai pemisahan lingkup dan skala pekerjaan. *MDM officer* berfokus pada pengelolaan data operasional, sedangkan divisi *MDM Data Analyst*, divisi dimana proses kerja magang dilakukan berfokus pengembangan projek skala korporat untuk menciptakan daya saing kedepannya bagi Kawan Lama Group melalui pengelolaan *big data* secara terpusat.



Gambar 2.2. Struktur Organisasi Master Data Management