

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Bermula dari sebuah toko perkakas kecil berukuran 3x3 meter persegi pada tahun 1955, Kawan Lama Group telah berkembang menjadi raksasa bisnis multisektor di Indonesia. Nama "Kawan Lama" muncul dari percakapan ringan dan menggambarkan filosofi perusahaan untuk melayani pelanggan seperti sahabat lama—tidak hanya menunggu kedatangan mereka, tetapi juga proaktif memenuhi kebutuhan. Dimulai sebagai bisnis keluarga yang mengutamakan pelayanan personal, Kawan Lama Group berubah menjadi PT Kawan Lama Sejahtera pada tahun 1980, menandai era ekspansi dengan membuka cabang dan pusat distribusi di berbagai kota.

## Kawan Lama Group

Gambar 2.1. Logo Kawan Lama Group

Di tengah krisis finansial 1997-1998, Kawan Lama Group menunjukkan ketahanan yang luar biasa menghadapi tantangan ekonomi dan politik. Alih-alih terpuruk, mereka malah meluncurkan brand perkakas dan kebutuhan rumah tangga yang kini terkenal, yaitu Krisbow. Kegigihan dan kemampuan beradaptasi menjadi elemen kunci dalam perjalanan perusahaan ini. Selain itu, langkah strategis Kawan Lama Group juga termasuk menggandeng ACE Hardware Indonesia pada tahun 1995, yang semakin memperkuat posisinya di sektor retail, seolah menjadi punggawa yang tidak ragu menjalin aliansi untuk memperkokoh barisan.

Saat ini, Kawan Lama Group telah melampaui awalnya sebagai toko perkakasan dan berkembang menjadi gurita bisnis yang mengelola 28 brand. Perusahaan ini kini membentangkan jangkauannya ke enam pilar bisnis utama: *Industrial and Commercial, Consumer Retail, Food and Beverage, Property and*

*Hospitality, Commercial Technology, serta Manufacturing and Engineering.* Dengan lebih dari 1.000 toko yang tersebar di seluruh Indonesia, Kawan Lama Group membuktikan keberhasilannya dalam ekspansi dan komitmennya untuk menyediakan kebutuhan serta pelayanan 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.

#### **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.” Visi ini mencerminkan komitmen mereka untuk tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga memberikan nilai tambah dan meningkatkan kualitas hidup keluarga Indonesia.

#### **2.1.1.2 Misi Kawan Lama Group**

Misi Kawan Lama Group, yaitu "Memberikan nilai tambah untuk kehidupan yang lebih baik melalui pengembangan bisnis dan pertumbuhan berkelanjutan," menggambarkan cara mereka mewujudkan visi tersebut. Dengan fokus pada pengembangan brand dan bisnis baru yang berkelanjutan, Kawan Lama Group berkomitmen untuk menyediakan produk dan layanan berkualitas serta keunggulan servis prima, dengan tujuan akhir membawa para pelanggannya menuju kehidupan yang lebih baik.

### **2.1.2 Nilai-Nilai Perusahaan**

Untuk membangun budaya kekeluargaan di lingkungan kerja, Kawan Lama Group menerapkan nilai-nilai perusahaan dengan pendekatan *human-centric* yang dikenal dengan 8 nilai inti, yaitu ‘I AM ELITE’. Berikut adalah penjabaran dari nilai-nilai tersebut:

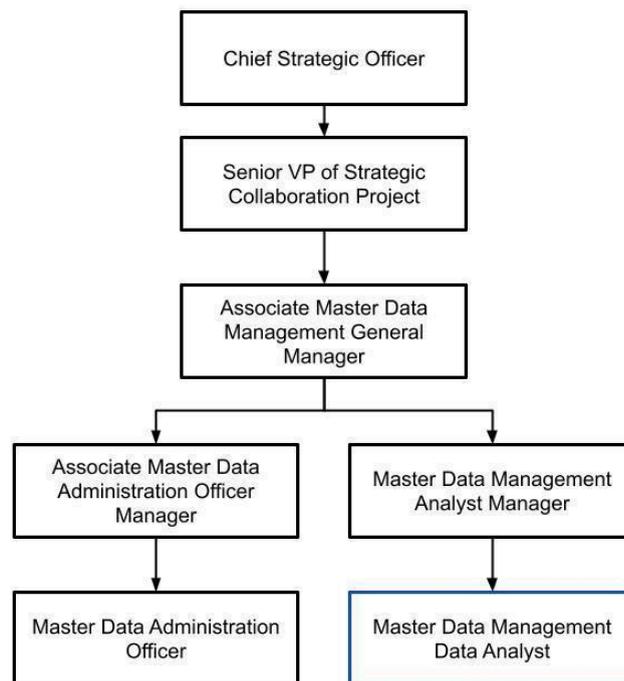
- A. **Innovative:** Menyadari pentingnya memberikan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan, dengan memanfaatkan kekuatan pengetahuan dan sumber daya untuk mengoptimalkan potensi individu maupun organisasi secara maksimal..

- B. **Accountable:** Mengutamakan serta menumbuhkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab, berani menghadapi kegagalan, dan memastikan setiap tugas dilaksanakan dengan integritas dan konsistensi yang tinggi.
- C. **Mastery:** Mencapai keseimbangan antara keahlian intrapersonal dan profesional, serta mampu mengatasi keterbatasan dan hambatan diri untuk menghasilkan solusi terbaik.
- D. **Excellence:** Termotivasi untuk selalu mencapai keunggulan, bukan untuk "mengalahkan" orang lain, tetapi untuk mengejar pertumbuhan dan pencapaian yang lebih tinggi bagi diri sendiri maupun orang lain.
- E. **Leadership:** Memimpin dengan teladan, serta menyadari bahwa kepemimpinan bukan hanya tentang otoritas dan otonomi, tetapi tentang tanggung jawab yang harus diemban.
- F. **Integrity:** Konsisten, berkomitmen, dan memastikan keselarasan antara kata dan tindakan, serta berani melampaui apa yang "baik" dengan mendorong diri melakukan yang "benar" demi keberlanjutan organisasi dan para pemangku kepentingan.
- G. **Teamwork:** Mengutamakan pertumbuhan bersama di atas kepentingan pribadi, dengan kesadaran bahwa keberhasilan hanya tercapai melalui saling melengkapi, dan memahami bahwa setiap peran di perusahaan memiliki nilai yang sama penting.
- H. **Enthusiasm:** Bukan hanya sekadar rasa "senang", tetapi komitmen untuk tetap berpikiran positif dan termotivasi meskipun menghadapi tantangan — menghadapi segala hal dengan minat dan perhatian yang konsisten.

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

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi MDM di Kawan Lama Group dapat dilihat pada gambar 2.2 di bawah. Divisi MDM beroperasi pada skala korporat, menaungi seluruh business units Kawan Lama Group, dan berada di bawah naungan Chief Strategic Officer (CSO). Seluruh proyek korporat yang bersifat kolaboratif dipimpin oleh Senior VP of Strategic Collaboration Project. Divisi MDM terbagi menjadi dua subdivisi: *Master Data Administration Officer* dan *Master Data Management Data Analyst*, yang keduanya dipimpin oleh *Associate Master Data Management General Manager*. Masing-masing sub-divisi dikepalai oleh seorang Manajer. Pembagian ini bertujuan untuk memisahkan lingkup dan skala pekerjaan. Divisi MDM *Officer* berfokus pada pengelolaan data operasional, sementara Divisi MDM *Data Analyst*, tempat proses kerja magang dilakukan, berfokus pada pengembangan proyek skala korporat untuk meningkatkan daya saing Kawan Lama Group melalui pengelolaan *big data* secara terpusat.



Gambar 2.2. Struktur Organisasi Master Data Management