

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan Kawan Lama

Sumber: Kawanlama.com

Perusahaan Kawan Lama tertunjuk dengan logo pada Gambar 2.1 didirikan oleh Bapak Wong Jin pada tahun 1955 yang merupakan asal mula lahirnya Kawan Lama Group. Visi dari Kawan Lama Group adalah “menjadi lebih dari sekadar bisnis keluarga, namun bisnis untuk keluarga”. Dalam mewujudkannya, Kawan Lama berusaha untuk memberikan nilai tambah melalui kualitas produk, keunggulan layanan, dan memberikan yang terbaik untuk pelanggan sehingga dapat meningkatkan kualitas kehidupannya. Hal ini dilakukan dengan menerapkan prinsip budaya perusahaan yang mengutamakan aspek manusia yaitu “I AM ELITE” kepada semua karyawannya. “I AM ELITE” merupakan singkatan dari *Innovative, Accountable, Mastery, Excellence, Leadership, Integrity, Teamwork, dan Enthusiasm*. Saat ini, Kawan Lama Group telah memiliki lebih dari 30 merek usaha, 11 pusat distribusi, dan lebih dari 1.200 toko yang terbagi kedalam berbagai industri yaitu *Industrial & Commercial, Food & Beverage, Consumer Retail, Commercial Technology, Property & Hospitality, dan Manufacturing & Engineering*.



Gambar 2.2 Logo Perusahaan RUPARUPA

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2024

Dalam menghadapi perkembangan zaman, Perusahaan Kawan Lama Group mendirikan PT. Omni Digitama Internusa atau yang lebih dikenal dengan RUPARUPA, tertunjuk pada Gambar 2.2, merupakan *e-commerce* atau situs belanja *online* yang menjadi gerbang digital untuk melayani keluarga di Indonesia. Perusahaan RUPARUPA berada dibawah kepemimpinan Teresa Wibowo selaku *Chief Executive Officer* (CEO). Situs RUPARUPA.com secara resmi diluncurkan untuk publik pada tanggal 27 April 2016.

Arti sederhana dari RUPARUPA yaitu “semua ada untuk semua orang”. Dalam hal ini, RUPARUPA ingin melayani seluruh keluarga di Indonesia dan menjadi solusi yang dapat diandalkan, relevan, dan hadir di setiap momen kehidupan. RUPARUPA merupakan sebuah *marketplace* yang menjadi *One Stop Online Shopping* dengan mengusung konsep *omnichannel* yakni menghubungkan dan menghadirkan pengalaman berbelanja yang telah terintegrasi baik secara *online* maupun *offline* yang menjual berbagai produk berkualitas untuk kebutuhan rumah tangga, furnitur, dekorasi rumah, aksesoris, perkakas, kebutuhan olahraga, peralatan dapur, hobi dan gaya hidup Anda.

RUPARUPA berkomitmen untuk memberikan pengalaman berbelanja online yang aman, nyaman, proses transaksi yang mudah dan cepat dan jaminan produk yang memiliki orisinalitas untuk semua produk yang dijual serta harga yang kompetitif. Salah satu bentuk komitmen yang dilakukan adalah memberikan kemudahan yang lebih RUPARUPA menghadirkan berbagai fasilitas pendukung

yaitu *Store Pick Up Service* (STOPS) sehingga memungkinkan pelanggan untuk memesan produk secara *online* dan secara langsung mengambil pesanan di berbagai jaringan gerai yang tersebar di seluruh Indonesia.

Selain itu, terdapat fitur *scan & shop*. Melalui fitur ini, konsumen dapat membeli barang di toko partner Ruparupa tanpa perlu mengantri untuk bayar. Dengan begitu, konsumen bisa langsung memindai barcode produk dari toko kemudian langsung membayarnya melalui ruparupa. Tidak hanya itu, dalam menunjang kepuasan konsumen Ruparupa memberikan layanan penukaran dan pengembalian produk, garansi resmi selama 14 hari, gratis biaya pengiriman, berbagai metode pembayaran, sampai dengan cicilan 0 persen.

Dalam menjawab dan memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari, ruparupa menyediakan berbagai produk rumah tangga, gaya hidup dan hobi. Produk-produk yang dijual di ruparupa dapat dijumpai di beberapa toko *sister company* dari perusahaan Kawan Lama Group antara lain:

1. Ace Hardware

Ace Hardware menawarkan berbagai jenis produk perlengkapan kebutuhan rumah tangga dan gaya hidup terlengkap dengan menghadirkan lebih dari 80.000 mulai dari peralatan dan perlengkapan, perkakas tangan dan listrik, cat dan peralatan cat, perlengkapan pertukangan, perabotan taman, dekorasi rumah, dan peralatan elektronik hingga alat kebersihan.

2. Informa

Informa menjual semua produk furnishing berkualitas untuk rumah, kantor, aksesoris, sampai ruang komersial, dengan lebih dari 60.000 ragam pilihan produk, yaitu: rumah tangga, *home textile*, dekorasi rumah, koleksi desainer, ruang tamu, ruang tamu, kamar tidur, kasur, dapur, kantor, meja kursi komersil, anak, dan pencahayaan.

Informa juga menaungi brand Ashley Furniture dan Pendopo. Brand Pendopo berfokus di bidang kerajinan asli Indonesia melalui kerjasama dengan lebih dari 200 UMKM di seluruh nusantara. Saat ini, Pendopo menawarkan lebih dari 5.000 ragam produk pilihan dalam lima kategori antara lain, fashion, kerajinan tangan, *home living*, jajanan lokal dan minuman herbal, dan aksesoris. Sedangkan, Brand Ashley Furniture menjual berbagai koleksi furnitur premium dengan berbagai model dan gaya dari Amerika Serikat seperti modern, minimalis, hingga retro tradisional. Koleksi produk yang dijual mencakup ruang tamu, ruang makan, kamar tidur, dan kantor.

### 3. Toys Kingdom

Toys Kingdom menyediakan lebih dari 23.000 koleksi lengkap mainan dan hobi berkualitas untuk segala usia, yang terbagi menjadi enam kategori, yaitu *babies*, *girls*, *boys*, *education*, *family fun*, dan *outdoor*. Selain itu, Toys Kingdom juga menjual berbagai produk original dari brand ternama seperti Barbie, Hot Wheels, Thomas & Friends, Mega Bloks, Fisher-Price, Nerf, Cocomelon, Baby Alive, Lego, hingga McFarlane Toys.

### 4. Krisbow

Krisbow berfokus menjual berbagai perkakas, permesinan, pertukangan dan industri, hingga alat keselamatan. Saat ini, Krisbow menawarkan lebih dari 10 ribu jenis produk perlengkapan rumah tangga dan alat perkakas berkualitas dalam 21 kategori utama seperti agrikultur, permesinan kelistrikan, pencahayaan dan sistem keamanan,

### 5. Pet Kingdom

Pet Kingdom menyediakan segala kebutuhan untuk hewan peliharaan mulai dari makanan, mainan, hingga perlengkapan perawatan untuk

berbagai jenis hewan seperti anjing, kucing, ikan hingga hewan kecil seperti hamster, kura kura dan kelinci. Tidak hanya itu Pet Kingdom juga menjual berbagai produk dari brand ternama seperti Royal Canin, Whiskas, Paws n Tails, Pedigree, M-Pets dan Pawise.

#### 6. Ataru

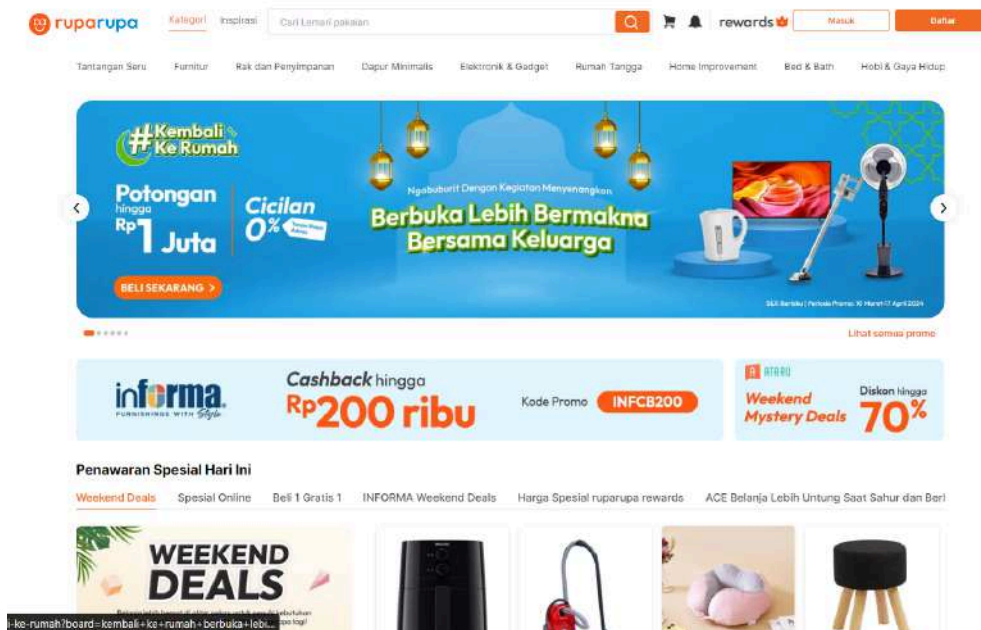
Ataru berfokus untuk memenuhi kebutuhan dan gaya hidup generasi muda sehari-hari. Mulai dari *fashion*, perlengkapan rumah, aksesoris gadget, perawatan dan kecantikan, peralatan makan dan minum, perlengkapan kesehatan hingga buku dan alat tulis. Setiap produk yang ditawarkan tentunya memiliki keunikan dan bersifat multifungsi.

#### 7. Selma

Selma berfokus untuk menghadirkan produk furniture dan rumah tangga berkualitas dengan desain fungsional yang sederhana dan harga terjangkau. Produk Selma terbagi ke dalam beberapa kategori seperti kamar tidur, ruang keluarga, dapur dan ruang makan, ruang kerja, tempat penyimpanan, dan dekorasi dan aksesoris.

#### 8. Eye Soul

Eye Soul menyediakan berbagai koleksi kacamata berkualitas yang dapat menunjang penglihatan dan gaya untuk anak-anak hingga dewasa. Eye Soul menawarkan berbagai pilihan produk mulai dari kacamata baca (*optical*), kacamata hitam (*sunglasses*), hingga *magnetic eyewear* yang menggabungkan kacamata baca dengan kacamata hitam tentunya dengan berbagai macam model dan desain.



Gambar 2.3 Tampilan *Website* RUPARUPA

Sumber: *Website* RUPARUPA.com

Seluruh produk dari mitra bisnis RUPARUPA bisa dibeli melalui *website* resmi RUPARUPA yaitu <https://www.ruparupa.com/>, seperti tertunjuk pada Gambar 2.3 dan melalui aplikasi yang dapat diunduh melalui Apple Store dan Google Play. Pada situs *website* RUPARUPA, juga terdapat beberapa inspirasi dan artikel terkait dekorasi rumah mulai dari ruang tamu, ruang makan, dapur kamar dan masih banyak lagi.

## 2.2 Visi Misi

### 2.2.1 Visi Perusahaan

Visi dari perusahaan RUPARUPA yaitu “Kami ingin menjadi pilihan utama untuk kebutuhan rumah yang selalu dapat diandalkan dan hadir di setiap momen”

### 2.2.1 Misi Perusahaan

Dalam mencapai visi yang telah ditetapkan, tentunya dibutuhkan sebuah misi untuk mencapai tujuan tersebut. Perusahaan Rugarupa memiliki misi “Memberikan pengalaman berbelanja *online-offline* yang mulus dengan membangun portofolio yang relevan untuk produk rumah tangga, gaya hidup, dan hobi yang dapat menjawab dan menginspirasi kebutuhan konsumen kami sehari-hari”

### 2.3 Tata Nilai/*Value* Perusahaan

Rugarupa memiliki tata nilai/*value* perusahaan pribadinya yang berbeda dengan induknya Kawan Lama Group. Namun, tetap sejalan dan beririsan dengan *value* Rugarupa yaitu “We CARE” yang dibagi menjadi beberapa poin-poin sebagai berikut:

a. *Care and Delight*

Rugarupa selalu berusaha untuk mencari cara baru dalam memberikan pelayanan yang menyenangkan. Selain itu, Rugarupa juga mendengarkan pelanggan untuk perkembangan yang berkelanjutan.

b. *Awesome Teamwork*

Dalam Rugarupa adalah satu keluarga besar, yang berarti saling membantu dalam mewujudkan mimpi dan memberikan perhatian yang sama kepada pelanggan. Lebih lanjut, Rugarupa selalu berusaha untuk membantu serta meninspirasi agar pelanggan dapat meningkatkan kualitas hidup dan mencapai potensi maksimal mereka.

c. *Reliable*

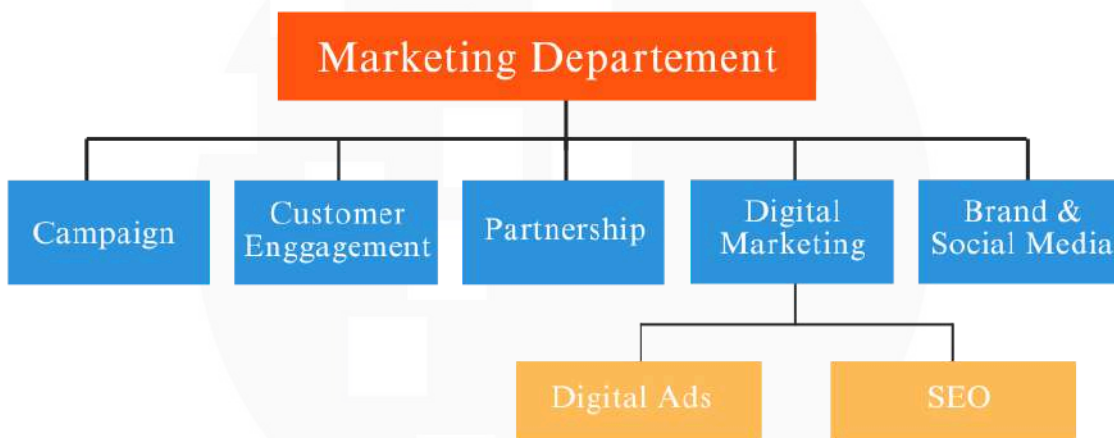
Rugarupa telah terpercaya dan andal dalam menghadirkan produk berkualitas dengan memahami kebutuhan pelanggan melalui pengalaman *omnichannel* yang terintegrasi.



d. *Excellence*

Ruparupa selalu berusaha untuk menjadi lebih baik dari hari kemarin dalam segala hal. Dalam hal ini, Ruparupa berharap dapat menjalani hidup yang membawa dampak.

## 2.4 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Ruparupa

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2023

Berdasarkan Gambar 2.4, telah digambarkan struktur organisasi departemen *marketing* perusahaan Ruparupa. Secara garis besar dapat dilihat bahwa dalam departemen *marketing* terbagi menjadi beberapa divisi yaitu *campaign*, *customer engagement*, *partnership*, *digital marketing* dan *brand & sosial media*. Seluruh divisi tentunya memiliki peran dan tanggung jawabnya masing-masing.

Divisi *campaign* bertanggung jawab untuk merancang dan melaksanakan kampanye pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek dan penjualan produk. Lalu, divisi *customer engagement* fokus pada mempertahankan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan, termasuk layanan pelanggan. Sementara itu, divisi *partnership* bertanggung jawab untuk menjalin kemitraan



strategis dengan pihak lain yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis RUPARUPA. Di sisi lain, divisi *digital marketing* memfokuskan upayanya pada pemasaran *online*, termasuk pengelolaan kampanye iklan digital, optimasi mesin pencari, dan strategi media sosial. Sedangkan divisi *brand & sosial media* bertanggung jawab untuk mengembangkan dan memelihara citra merek RUPARUPA di platform-platform media sosial serta menyusun strategi konten yang kreatif dan relevan.

Pada saat pelaksanaan praktik kerja magang, penulis ditempatkan di departemen marketing khususnya divisi *digital marketing* yang bertugas untuk melakukan riset kata kunci untuk pembuatan artikel SEO berdasarkan tren pencarian di Google dan mengoptimalkan *website* artikel untuk meningkatkan visibilitas dan peringkat mereka dalam hasil pencarian. Selain itu, penulis juga melakukan juga bertugas untuk SEO teknis, seperti menangani *canonical tags* dan *redirect*.