

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Gambar 2. 1 Logo Kawan Lama Group

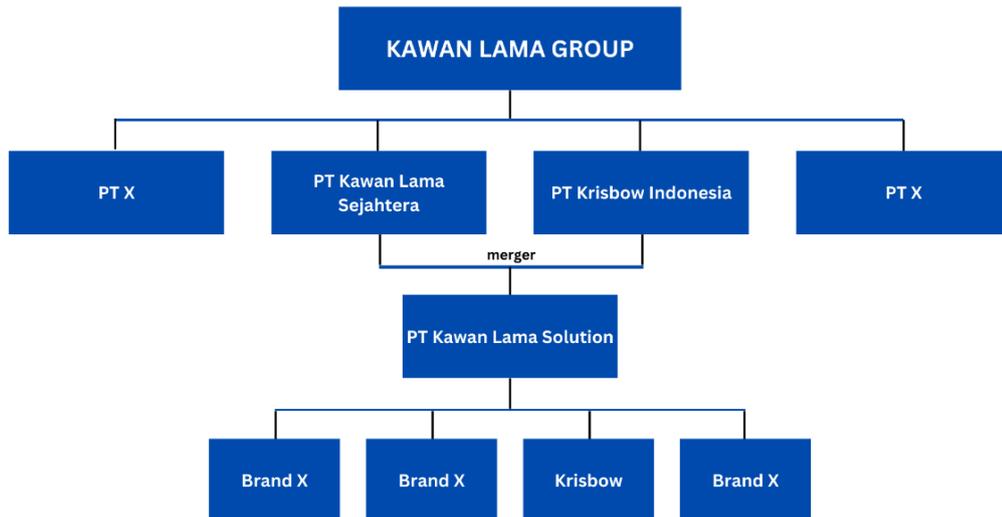


Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Kawan Lama Group merupakan sebuah perusahaan yang berdiri sejak 1955 oleh Mr. Wong Jin. Ia mendirikan sebuah toko perkakas di sebuah bangunan sederhana berukuran 3x3 meter di Kawasan Glodok, Jakarta. Kemudian Kawan Lama Group terus berkembang sehingga tidak hanya terfokus pada perkakas, tetapi juga menysasar bidang lainnya. Berkembangnya Kawan Lama Group salah satunya karena menerapkan pendekatan yang lebih personal terhadap para pelanggannya. Tidak hanya menunggu pelanggannya datang, metode yang digunakan justru keterbalikannya di mana yang langsung mendatangi para pelanggannya. Selain itu, Kawan Lama Group juga membangun hubungan dengan para prinsipal di berbagai negara.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Kawan Lama Group



Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Pada tahun 1980 terjadi perubahan besar di generasi kedua Keluarga Wong Jin. Di mana perusahaan akhirnya berubah menjadi PT Kawan Lama Sejahtera. Pada masa ini, perusahaan melakukan ekspansi secara besar-besaran ke berbagai wilayah di Indonesia. Pada masa ini juga terbentuklah beberapa anak perusahaan dengan bidang khusus untuk memasok dan juga melayani kebutuhan-kebutuhan pasar yang lebih profesional. Karena semakin berkembang, toko yang semula hanya berukuran 3x3 meter kemudian pindah ke pusat pertokoan empat lantai yang terletak di Glodok Jaya.

Kawan Lama Group juga menciptakan sendiri house brand yang bernama Krisbow Indonesia pada tahun 1998. Setelah terbentuk Krisbow Indonesia, permintaan pasar kemudian meningkat. Hal ini kemudian mengubah Krisbow Indonesia menjadi unit bisnis tersendiri yaitu PT Krisbow Indonesia pada Juli 2013. Perkembangan Kawan Lama Group terus meningkat seiring berjalannya waktu dan membuat Kawan Lama Group memiliki semakin banyak anak perusahaan.

Sepuluh tahun setelah PT Krisbow Indonesia berdiri, di awal tahun 2023 PT Krisbow Indonesia melakukan *merger* dengan salah satu unit bisnis lain di Kawan Lama Group yaitu PT Kawan Lama Sejahtera dan membentuk identitas baru sebagai PT Kawan Lama Solution. Penggabungan ini bertujuan untuk menetapkan fokus terhadap bidang industrial dan menghadirkan berbagai solusi secara menyeluruh untuk kebutuhan industri khususnya di Indonesia.

PT Kawan Lama Solution menghadirkan berbagai lebih dari 100 merek ternama dunia untuk berbagai kategori. Termasuk Krisbow Indonesia yang produknya juga dapat ditemukan di Kawan Lama Solution. Namun, Krisbow Indonesia yang merupakan *house brand* dari Kawan Lama Group juga masih tetap memasarkan produknya baik secara mandiri maupun melalui Kawan Lama Solution.

Gambar 2. 3 Brand di dalam Kawan Lama Solution



Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Sebagai perusahaan besar, PT Kawan Lama Solution (PT Krisbow Indonesia) telah memiliki 55 cabang toko *offline* di seluruh Indonesia dan akan terus

berkembang untuk bisa menjamah seluruh daerah di Indonesia. Selain itu, PT Kawan Lama Solution (Krisbow Indonesia) juga hadir secara *online* melalui berbagai *e-commerce* untuk memudahkan para pelanggan mendapatkan produk Kawan Lama Solution khususnya Krisbow.

Selama melakukan praktik kerja magang, Pemagang ditempatkan di PT Krisbow Indonesia. Merek Krisbow sendiri diambil dari singkatan nama Krisnandi Wibowo yang merupakan anak dari pendiri Grup Kawan Lama, Wong Jin. Sebagai sebuah merek, Krisbow mengomunikasikan identitasnya melalui sebuah *tagline* yang berbunyi “*Make It With Krisbow*” yang dimana *tagline* ini memiliki arti yang terbagi menjadi empat poin, yaitu:

1. Krisbow memiliki semua alat dan perangkat keras.
2. Krisbow memiliki pengetahuan untuk semua pengguna.
3. Krisbow adalah jawaban untuk bisnis di Indonesia.
4. Krisbow membuat segalanya menjadi mungkin bagi konsumen.

Berikut ini adalah penjelasan mengenai PT Krisbow Indonesia.

2.1.1 Visi & Misi

PT Krisbow Indonesia memiliki visi dan misi, sebagai berikut:

2.1.1.1 Visi

Menjadi pilihan utama dalam menyediakan produk yang tepat dan harga yang sesuai bagi semua pelanggan komersial, industry, dan rumah tangga.

2.1.1.2 Misi

1. Terus mengembangkan berbagai rangkaian produk untuk dapat memenuhi semua kebutuhan pelanggan.
2. Menyediakan akses yang mudah ke pasar global melalui jaringan distribusi yang luas.
3. Memberikan layanan berkualitas guna mencapai pengalaman pelanggan yang luar biasa.

2.1.2 Logo

Gambar 2. 4 Logo Krisbow



Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Dalam pembuatan logonya, Krisbow menggunakan Namanya sendiri sebagai logo untuk menunjukkan identitasnya. Warna kuning yang ada di dalam logo mengartikan sebagai perangkat keras, sedangkan warna hitam yang digunakan pada logo mengartikan kualitas produk yang ditawarkan di Krisbow memiliki kualitas premium atau lebih tinggi dibandingkan dengan merek lain.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur organisasi untuk PT Krisbow Indonesia (PT Kawan Lama Solution).

Gambar 2. 5 Struktur Krisbow Indonesia

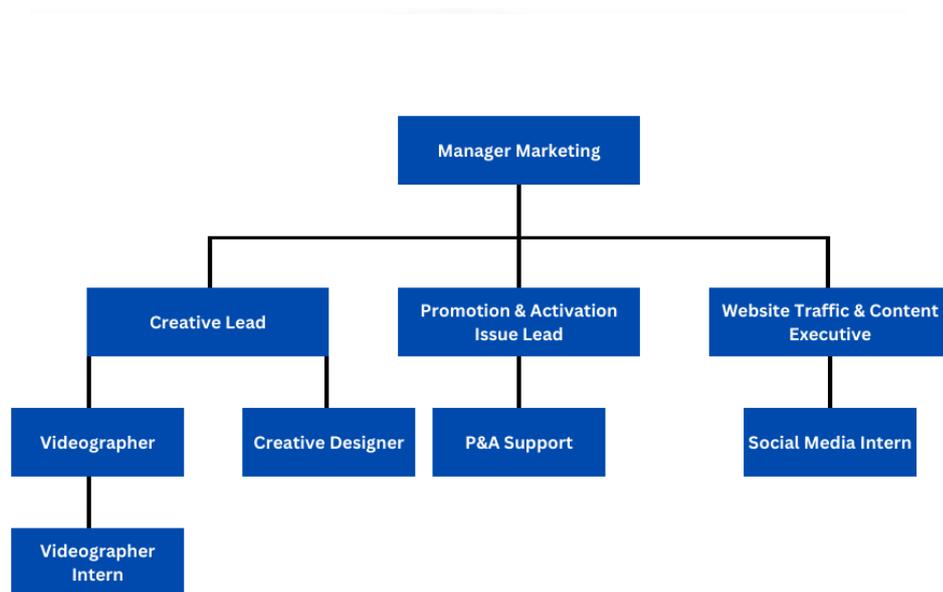


Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Posisi paling tinggi adalah *Director of Products*. Di bawahnya terdapat *Product Group Manager* yang membawahi *Product Category Manager*. *Product Category Manager* setara dengan *Manager Marketing* yang kemudian membawahi divisi *Marketing*. Di bawahnya terdapat *Manager Assistant* yang membawahi *Product Specialist*.

Di dalam divisi *Marketing*, terbagi lagi menjadi beberapa unit yang memiliki satu tugas yang sama, yaitu bertanggung jawab dalam seluruh kegiatan marketing communication yang ada di Krisbow Indonesia dan juga Kawan Lama Solution. Di dalam tim *Marketing* terdapat 12 orang yang terbagi menjadi beberapa unit, yaitu *Promo Activation*, *Social Media*, dan *Design*.

Gambar 2. 6 Struktur Divisi Marketing



Sumber: Dokumen Perusahaan (2024).

Setiap divisi yang menjadi bagian dari Marketing memiliki peran dan tugasnya masing-masing, yaitu sebagai berikut:

1. Divisi *Marketing* dikepalai oleh seorang *Manager* yang bertanggung jawab penuh terhadap seluruh proses dan kegiatan yang sudah dan akan dilakukan dalam divisi *Marketing*.
2. *Creative Lead* berperan dan bertanggung jawab untuk seluruh kegiatan desain yang dibutuhkan oleh tim *marketing* dan juga tim lainnya.
3. *Creative Designer*, tim ini memiliki tiga orang anggota termasuk satu. *Creative Designer* memiliki tugas untuk membuat desain untuk seluruh kebutuhan pemasaran dan produk baik untuk kegiatan *offline* ataupun *online*, seperti desain untuk konten media sosial, desain *web banner*, *event*, *invitation*, *catalog*, dan lainnya.
4. *Videographer*, di dalam tim desain juga terdapat satu *Videographer* dan satu *Videographer Intern*. Tidak jauh berbeda dengan tim desain, tim video juga

melakukan hal serupa namun hasil akhirnya yang berbeda, yaitu dalam bentuk video. Seluruh *shooting* untuk *event*, konten media sosial, dan lainnya juga dibantu oleh tim video.

5. *Promo & Activation*, tim ini memiliki dua orang yang bertanggung jawab untuk seluruh promo yang sudah terjadi, sedang terjadi, dan akan terjadi di setiap bulannya. Selain itu kegiatan pemasaran berupa *event* juga dipegang oleh tim ini.
6. *Website Traffic & Content Executive* berperan untuk mengurus seluruh kebutuhan konten dan promo yang akan ditayangkan pada website di bawah Kawan Lama Solution dan Krisbow Indonesia.
7. *Social Media Intern* mengurus kebutuhan untuk konten dan promo pada sosial media Kawan Lama Solution, Krisbow Indonesia, dan Sowell.

