

BAB II

GAMBARAN PERUSAHAAN

2.1 Tentang Kawan Lama Group

Pada tahun 1955, Bapak Wong Jin, pendiri Kawan Lama Group, terinspirasi dari sebuah obrolan santai untuk menamakan perusahaan impiannya 'Kawan Lama'. Perusahaan ini pada mulanya merupakan sebuah toko perkakas berukuran 3x3 m² yang berlokasi di kawasan Glodok, Jakarta Barat. Seiring berjalannya waktu, Kawan Lama Group bertekad untuk menjadi lebih dari sekadar bisnis keluarga namun menjadi bisnis untuk keluarga. Kawan Lama kini telah bertransformasi menjadi perusahaan yang bergerak dalam enam pilar bisnis yaitu *Industrial & Commercial*, *Consumer Retail*, *Food & Beverage*, *Property & Hospitality*, *Commercial Technology*, serta *Manufacturing & Engineering*. Saat ini, Kawan Lama Group telah membuahkan hasil berupa 30 merek usaha, 11 pusat distribusi, dan lebih dari 1.200 toko yang jumlahnya terus bertambah.

Kawan Lama Group

Gambar 2. 1 Logo Kawan Lama Group

Sumber: Website Resmi Perusahaan (2023)

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 Merek Usaha Kawan Lama Group

Sumber: Website Resmi Perusahaan (2023)

2.2 Tentang PT Omni Digitama Internusa (ruparupa)

PT Omni Digitama Internusa atau lebih dikenal sebagai rugarupa, merupakan sebuah *e-commerce* yang didirikan oleh Teresa Wibowo sebagai bentuk inovasi dari perusahaan Kawan Lama Group pada tahun 2016. Inovasi tersebut berupa strategi untuk melebarkan pintu masuk bagi para pelanggan Kawan Lama hingga khalayak luas untuk mengalami pengalaman baru saat belanja produk dari Kawan Lama Group. *E-commerce* rugarupa menyediakan produk-produk dari beberapa unit bisnis yang dinaungi Kawan Lama Group beserta *partner official* seperti ACE Hardware, Informa, Informa Electronics, KRISBOW, Toys Kingdom, Pendopo, Pet Kingdom, SELMA, ATARU, EYE SOUL, THYS, dan Rolka.



Gambar 2. 3 Merek Usaha PT Omni Digitama Internusa

Sumber: Website Resmi Perusahaan (2023)

Lebih dari 60 ribu jenis produk untuk kebutuhan rumah tangga dan furnitur dengan kategori yang beragam pun tersedia di rugarupa, di antara-nya terdapat produk untuk peralatan dapur, rak dan penyimpanan, *home improvement*, otomotif,

hobi dan gaya hidup, *bed and bath*, peralatan rumah tangga, furnitur, kesehatan dan olahraga, elektronik dan *gadget*, mainan anak hingga peralatan untuk bayi.

Selain menjadi salah satu perusahaan yang berinovasi kepada ranah digitalisasi sebagai *e-commerce*, ruparupa merupakan salah satu tempat belanja daring di Indonesia yang mengangkat konsep *omnichannel* yang memadai kebutuhan konsumen dengan menyediakan platform belanja secara *online* pada website atau aplikasi dan juga toko fisik *on-site* untuk melihat produk yang ingin dibeli secara langsung secara fisik. Walaupun toko fisik ruparupa sendiri belum tersedia, toko yang dapat dikunjungi oleh konsumen merupakan toko fisik *on-site* dari bisnis unit yang tersedia di ruparupa seperti toko ACE Hardware dan Informa. Di dalam *website* dan aplikasi ruparupa juga terdapat fasilitas ‘STOPS’ yang merupakan singkatan dari *Store Pick Up Service* di mana *customer* dapat berbelanja secara *online* dan mengambil barang secara langsung di toko terdekat. Hal ini membuat kegiatan berbelanja menjadi lebih efektif dan menghemat lebih banyak waktu konsumen.

2.3 Visi Misi PT Omni Digitama Internusa (ruparupa)

Sebagai sebuah salah satu *e-commerce home-living* di Indonesia, PT Omni Digitama Internusa (ruparupa) memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI: Kami ingin menjadi pilihan utama untuk kebutuhan rumah yang selalu dapat diandalkan dan hadir di setiap momen.

MISI: Memberikan pengalaman belanja *online-offline* yang mulus dengan membangun portfolio yang relevan untuk produk rumah tangga, gaya hidup, dan hobi yang dapat menjawab dan menginspirasi kebutuhan konsumen kami sehari-hari.

Selain visi misi tersebut dan sebagai bagian dari perusahaan, seluruh karyawan ruparupa mengangkat budaya serta nilai perusahaan yaitu ‘we CARE’ yang berupa singkatan dari *Care & delight*, *Awesome teamwork*, *Reliable*, dan *Excellence*.

- *Care & Delight*

Selalu berusaha untuk mencari cara baru dalam memberikan pelayanan yang menyenangkan.

- *Awesome Teamwork*

Saling membantu dalam mewujudkan mimpi dan memberi perhatian yang sama kepada pelanggan.

- *Reliable*

Terpercaya dan andal dalam menghadirkan produk berkualitas dan harga yang sesuai dengan memahami kebutuhan pelanggan.

- *Excellence*

Selalu berusaha untuk menjadi lebih baik dari hari kemarin dalam segala hal.

2.4 Struktur Organisasi PT Omni Digitama Internusa (ruparupa)

Dalam kepemimpinan dan struktur perusahaan, PT Omni Digitama Internusa (ruparupa) dipimpin oleh seorang *Chief Executive Officer*, Teresa Wibowo, yang merupakan generasi ketiga pendiri perusahaan Kawan Lama Group.

Bagi sebuah perusahaan di era digital yang sangat kompetitif ini, departemen marketing memiliki peran yang fundamental. Di rugarupa, departemen marketing terdiri dari enam divisi yang dipimpin oleh seorang *Chief Marketing Officer* bernama Budiono Darmawan yang juga membawahi lebih dari 50 karyawan.

Berikut merupakan enam divisi beserta bentuk struktur organisasi dari departemen Marketing PT Omni Digitama Internusa (ruparupa):

A. *Campaign Strategist*

Bertanggung jawab untuk mengembangkan dan merancang kampanye atau promosi untuk *e-commerce* rugarupa.

B. *Digital Ads Strategist*

Mempromosikan kampanye atau promosi di rugarupa dengan menggunakan iklan digital seperti *search engine optimization* dan *paid ads*.

C. *Partnership Strategist*

Mencari mitra – mitra yang dapat bekerja sama dengan ruparupa dan bertanggung jawab untuk menjalin hubungan yang baik dengan mitra – mitra tersebut.

D. Customer Engagement Strategist

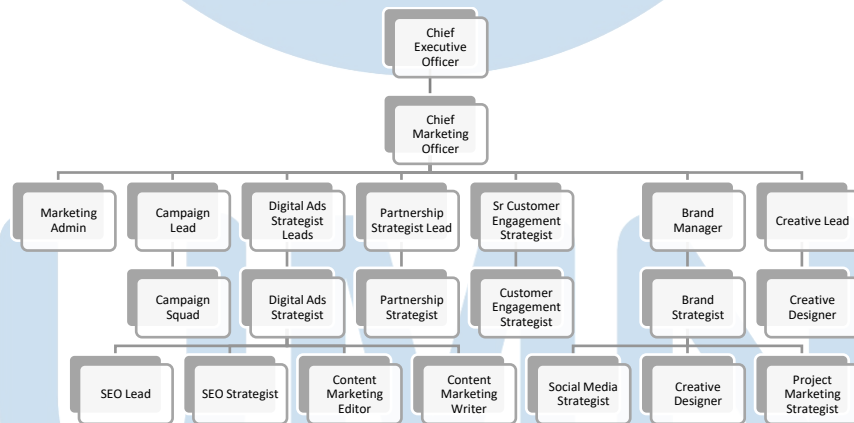
Mengirim seluruh kampanye atau promosi *e-commerce* ruparupa ke internal dan eksternal perusahaan melalui email dan *push notification* aplikasi.

E. Brand Strategist

Mengembangkan citra merek agar ruparupa dikenal lebih luas dengan merancang dan membuat konten untuk seluruh akun *media sosial* ruparupa seperti Instagram, TikTok, dan YouTube Shorts.

F. Creative Designer

Membuat desain visual untuk kampanye atau promosi yang akan dikomunikasikan dan di-*upload* pada semua *own channel* ruparupa sesuai dengan arahan tim di departemen marketing yang membutuhkan materi visual.

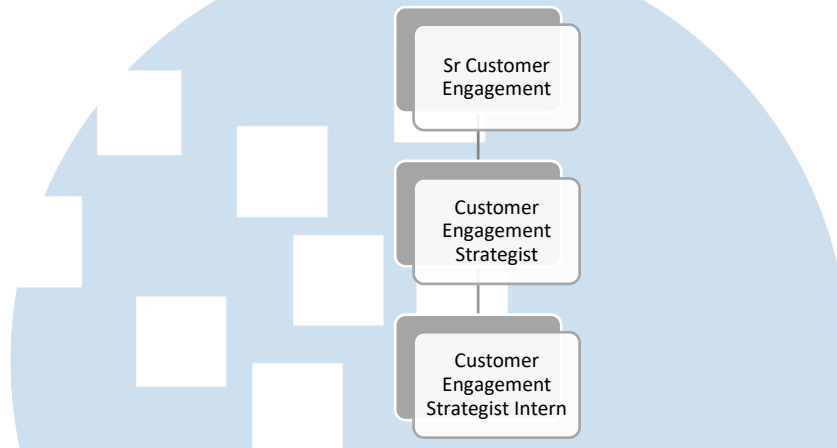


Gambar 2. 4 Struktur Departemen Marketing PT Omni Digitama Internusa (ruparupa)

Sumber: Data Olahan Pemangang (2023)

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

Pemegang merupakan pekerja magang yang merupakan bagian dari tim *Customer Engagement* yang memiliki struktur seperti berikut:



Gambar 2. 5 Struktur Organisasi Tim *Customer Engagement*

Sumber: Data Olahan Pemegang (2023)

Pemegang merupakan *Customer Engagement Strategist Intern* dalam tanggung jawab Jessica Natania selaku *Sr. Customer Engagement*. Divisi *Customer Engagement* ruparupa juga dibantu oleh empat karyawan tetap lainnya.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA