

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Tentang Kawan Lama Group

Kawan Lama Group merupakan *holding company* (induk perusahaan) dari Ruparupa. Sekilas mengenai Kawan Lama Group, salah satu industri retail ternama ini didirikan pada tahun 1955, oleh Alm. Wong Jin (Kawan Lama Group, 2024). Istilah ‘Kawan Lama’ terbesit dalam benak Beliau, ketika sedang berbicara mengenai kehidupan bersama ‘kawan lama’-nya. Momen tersebut menciptakan kehangatan tersendiri bagi dirinya, sehingga ia ingin membawakan ‘kehangatan’ yang sama bagi konsumen melalui produknya

Berawal dari sebuah toko perkakas kecil berukuran persegi (3x3 m<sup>2</sup>), Kawan Lama berubah menjadi sebuah Perseroan Terbatas (PT) setelah berhasil menjalin hubungan B2B dengan berbagai negara, sehingga dikenal dengan nama PT Kawan Lama Sejahtera pada tahun 1980. Saat ini, PT Kawan Lama Sejahtera dipimpin dan diawasi oleh putra Alm. Wong Jin, yakni Kuncoro Wibowo, dan berhasil memperluas enam lini bisnis dengan beragam unit, yakni (1) Industrial & Commercial; (2) Consumer Retail; (3) Food & Beverages; (4) Property & Hospitality; (5) Commercial Technology, dan (6) Manufacturing & Engineering. Setiap lini bisnis terbagi menjadi PT yang berbeda, seperti kelompok AHI (PT Ace Hardware Indonesia) yang terdiri dari unit bisnis Ace Hardware, Miss Ace, Pendopo, dan Ataru; HCI (PT Home Center Indonesia), terdiri dari Informa, Selma, dan Ashley; PT Graha Satwa Paramita, terdiri dari Pet Kingdom; PT Toys Games Indonesia, terdiri dari Toys Kingdom; F&B Indonesia, terdiri dari Chatime, Cupbob, Gindaco, dsb; PT Omni Digitama Internusa, yakni Ruparupa. (Kawan Lama Group, 2024).

##### 2.1.1 Tentang Ruparupa

Ruparupa merupakan model *e-commerce* berbentuk *marketplace*, pertama dan satu-satunya yang dimiliki Kawan Lama Group. Didirikan oleh Teresa Wibowo, selaku putri Kuncoro Wibowo, pada tahun 2016, Ruparupa menjadi sarana bagi Kawan

Lama Group untuk menjangkau dan memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan hariannya. Hanya melalui gawai dan koneksi internet, konsumen dapat membeli dan menikmati beragam produk Kawan Lama Group, mulai dari *furniture* hingga mainan. Ruparupa dapat diakses melalui *website* ataupun aplikasi yang dapat diunduh di Google Play Store maupun App Store.

Ruparupa menyediakan berbagai tawaran yang dapat dirasakan oleh konsumennya, seperti gratis ongkos kirim, cicilan hingga 0% melalui kerja sama dengan *partner bank* ternama, Store Pick-up Services (STOPS), *scan and shop*, *voucher* diskon maupun *cashback*, dan sebagainya. Fitur yang paling menonjol adalah STOPS, yang memungkinkan konsumen untuk membeli produk secara *online* dan mengambilnya di gerai unit bisnis terdekat.

Sebagai *marketplace* digital yang terhitung baru, Ruparupa turut melakukan B2B dengan Shopee dan Tokopedia, sebagai sarana menumbuhkan *awareness* masyarakat. Sebagai contoh, Toys Kingdom. Ketika konsumen melakukan pencarian produk maupun toko Toys Kingdom di Shopee, maka akan muncul Toys Kingdom Official Shop (akun yang dijalaninya oleh PT Toys Games Indonesia). Pada laman utama, konsumen akan menjumpai *banner* promo yang sedang berjalan dan ketika ditekan, konsumen langsung diarahkan ke situs *official* Ruparupa.

## 2.2 Visi Misi Perusahaan

Dalam menjalankan Ruparupa, Kawan Lama Group menerapkan visi dan misi sebagai berikut:

### VISI

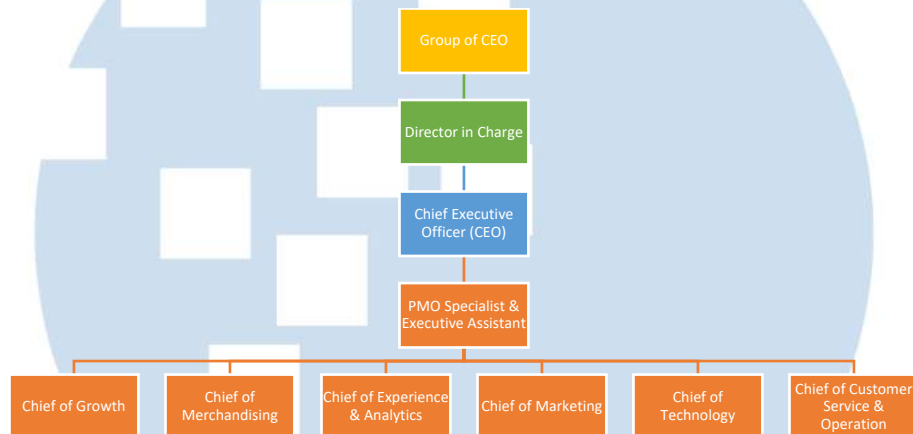
Menjadi *top of mind* di benak masyarakat Indonesia, sebagai platform *digital marketplace* yang dapat diandalkan untuk kebutuhan rumah tangga, setiap saat.

### MISI

Menciptakan pengalaman belanja menyenangkan melalui *branding* yang relevan dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga, gaya hidup (*lifestyle*), dan permasalahan harian konsumen.

### 2.3 Struktur Organisasi

Ruparupa dipimpin oleh Teresa Wibowo selaku Chief Executive Officer (CEO). Adapun Ruparupa memiliki berbagai departemen yang saling berkaitan dalam menjalankan tugasnya, dengan struktur sebagai berikut.

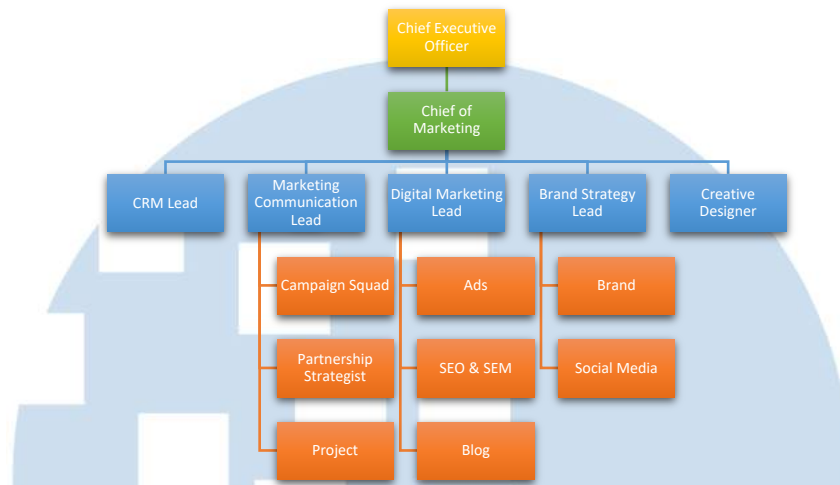


Gambar 2.1 Struktur Organisasi Ruparupa

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Berbagai departemen tersebut menjalani fungsi manajerial dan kinerja dari segala hal yang berkaitan dengan Ruparupa. Campaign Squad sendiri tergabung dalam Departemen Marketing, di bawah naungan Chief of Marketing dengan pengawasan PMO Specialist & Executive Assistant. Berikut adalah struktur dari Departemen Marketing.

U M M N  
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 Departemen Marketing Rugarupa

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Departemen Marketing bertugas untuk membuat materi *advertising*, mulai dari tahap perencanaan strategis, eksekusi, hingga *monitoring* dan evaluasi. Selain itu, Departemen Marketing juga berperan dalam melaksanakan fungsi koordinasi dan *reporting*, yakni menjadi penyalur terhadap program yang dibuat kepada departemen lainnya, serta membuat *marketing report*. Berikut adalah penjabaran tugas dan tanggung jawab (*job description*) Departemen Marketing dan hubungannya dengan kerja magang secara rinci:

#### A. CEO

Memberikan persetujuan terhadap proposal kegiatan *marketing* yang diajukan dan menjalankan fungsi pengawasan secara garis besar.

#### B. Chief of Marketing

Menjalankan fungsi kerja Departemen Marketing; mengadakan pertemuan dan mengajukan ide ataupun program-program yang berpotensi mendorong *sales* perusahaan hingga mencapai target, serta melakukan fungsi pengawasan secara mendalam melalui hubungan langsung dengan divisi di bawahnya.

#### C. CRM Lead

Melaksanakan tanggung jawab dalam menghubungkan konsumen dengan strategi *marketing* yang dijalankan (pembuatan *push notif*, *newsletter*, *pop-up*

*banner* yang muncul ketika konsumen mengunjungi RUPARUPA, dsb). CRM bertujuan untuk memberikan notifikasi pada konsumen terkait *marketing* yang sedang dijalankan RUPARUPA.

#### D. Marketing Communication Lead

Mengatur fungsi penyusun program pemasaran dengan mengawasi kinerja Campaign Squad (perancang program), Partnership Strategist (membangun hubungan kerja sama dengan *stakeholder external*), dan Project.

#### E. Digital Marketing Lead

Menjalankan pemasaran program RUPARUPA di seluruh platform *digital*, melalui strategi periklanan baik secara audio maupun visual (*Ads*); *survey top search & keyword* sebagai analisis produk RUPARUPA yang sedang digemari dan dicari oleh konsumen (*SEO & SEM*); penyusunan informasi dan identitas RUPARUPA (*Blog*)

#### F. Brand Strategy Lead

Menjalankan fungsi pemeriksaan dan *approval* aset promosi yang sedang berjalan ataupun akan dihadirkan, seperti: (1) melihat apakah rancangan yang diajukan sudah sesuai dengan SOP perusahaan dan EYD; (2) memastikan kesesuaian *brand attributes* dari *buyer* agar menghindari konflik. Divisi ini juga berfungsi untuk membuat konten, mengawasi, dan mengevaluasi *engagement* sosial media RUPARUPA.

#### G. Creative Designer

Merancang aset-aset visual promosi dari program kampanye yang akan dijalankan, seperti *slider*, *pagebanner*, dan sebagainya. Adapun kebutuhan aset berasal dari divisi Campaign Squad, dan hasil *final*-nya akan dikirimkan ke divisi lainnya agar dapat ditampilkan di RUPARUPA.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA