

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Pada tahun 1980, toko perkakas Kawan Lama bertransformasi menjadi PT Kawan Lama Sejahtera diikuti dengan pembukaan cabang yang kian tersebar di berbagai kota (Kawan Lama Group, 2022). Pada tahun 1998, Krisbow Indonesia hadir sebagai representasi produk *home brand* dari Kawan Lama Group. Berikut adalah tampilan dari logo PT Krisbow Indonesia.

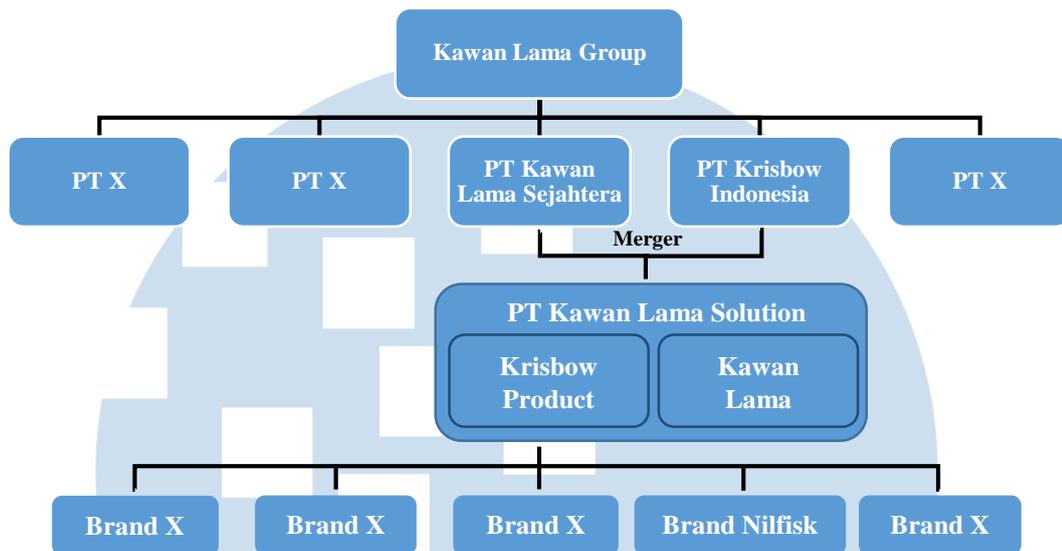


Gambar 2.1 Logo PT Krisbow Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Kawan Lama Group merupakan perusahaan yang menjadi identitas dari kelompok unit bisnis multisektor yang masing-masing bergerak dalam 6 pilar bisnis, yakni *Industrial & Commercial*, *Consumer Retail*, *Food & Beverage*, *Property & Hospitality*, *Commercial Technology*, serta *Manufacturing & Engineering*, namun dipersatukan oleh nilai dan tujuan yang sama yaitu memberikan kehidupan yang lebih baik bagi keluarga. Kawan Lama Group bermula dari gagasan Bapak Wong Jin pada tahun 1955 untuk membangun bisnis dengan membuka sebuah toko perkakas yakni “Kawan Lama” di Glodok, Jakarta. Kawan Lama semakin berkembang dan mulai menjadi perusahaan yang menyediakan peralatan teknik, industri, dan permesinan dengan kualitas terbaik (Kawan Lama Group, 2022). Dibawah ini merupakan struktur dari organisasi Kawan Lama Group saat ini.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Kawan Lama Group  
 Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Pesatnya peningkatan permintaan pasar mendorong manajemen merasakan pentingnya unit bisnis yang berdedikasi khusus untuk mengembangkan merek terkait. Pada akhirnya PT Krisbow Indonesia didirikan pada Juli 2013 (Krisbow, 2023). Dengan menyediakan produk-produk berkualitas tinggi, mulai dari perkakas tangan & perkakas listrik hingga mesin & perlengkapan untuk kebutuhan komersial, industri, dan rumah tangga, produk Krisbow dapat ditemukan pada berbagai jaringan toko yang dimiliki oleh Kawan Lama Group seperti ACE Hardware, Kawan Lama Solution, Depo Teknik, Toko Perkakas Krisbow, RupaRupa, sampai dengan *marketplace online* lainnya (Kawan Lama Group, 2022).

Pada Januari 2023, PT Kawan Lama Solution (PT Kawan Lama Solusi) diluncurkan sebagai identitas baru dari PT Kawan Lama Sejahtera dan PT Krisbow Indonesia. Dengan visi dan misi untuk menciptakan *industrial ecosystem* dengan ragam solusi yang lengkap untuk kebutuhan industri di Indonesia, Kawan Lama Solution hadir untuk mendukung pengembangan industri nasional dengan menyediakan ragam produk keperluan komersial dan industrial berkualitas, mulai dari peralatan kebersihan, pengukuran, pemesinan, perkakas, peralatan pemotong,

rak penyimpanan, hingga suku cadang (Kawan Lama Group, 2022). Selain menghadirkan produk *home brand* Krisbow, beragam merek dunia pun tersedia, seperti Mitutoyo, OSG, Tungaloy, Chiyoda, Facom, Nilfisk, Launch, Feeler, YSD, Metabo, Wagner, DAVI, Marposs, Pferd, Noritake, dan masih banyak lagi. Berikut adalah tampilan dari logo PT Kawan Lama Solution.



Gambar 2.3 Logo PT Kawan Lama Solution

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Nilfisk merupakan salah satu merek yang tersedia di PT Krisbow Indonesia yang menjadi bagian dari PT Kawan Lama Solution. Nilfisk adalah merek luar negeri asal Denmark yang menyediakan produk dan layanan kebersihan profesional global terkemuka untuk kebutuhan penggunaan konsumen secara pribadi, industrial dan komersial (Nilfisk, 2024). Berikut adalah tampilan dari logo Nilfisk.

# NILFISK

Gambar 2.4 Logo Nilfisk

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Sampai dengan saat ini, PT Krisbow Indonesia (PT Kawan Lama Solution) telah mendistribusikan produk dari berbagai merek ke cabang toko Kawan Lama Solution yang telah dibuka di Bekasi, Solo, Kudus, Kiaracandong, Cimanggis, Gresik, Dumai, Banjarmasin, Samarinda, Tabalong, Palembang, Pekanbaru, Bali, Pontianak, Kendari, Cilegon, dan akan dibuka juga di kota-kota lainnya. Didukung dengan 32 *service center* dan lebih dari 500 tenaga penjual profesional, PT Krisbow Indonesia berfokus pada inovasi rangkaian produk agar dapat selalu beradaptasi dengan tren terkini kebutuhan pelanggan. PT Krisbow Indonesia juga turut beradaptasi dengan perkembangan teknologi dengan menghadirkan layanannya melalui *e-commerce* sehingga transaksi bagi pelanggan dari sisi *Business to*

*Business (B2B), Business to Government (B2G) hingga Business to Customer (B2C) dapat lebih mudah dilakukan.*

## **2.2 Visi Misi**

Layaknya perusahaan-perusahaan yang berdiri di Indonesia, PT Krisbow Indonesia memiliki visi misi sebagai identitas perusahaan sekaligus untuk mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan, yaitu:

### **2.2.1 Visi**

*"To Become the Ultimate Choice to provide the right product at the right price for all commercial, industrial and household customer "*

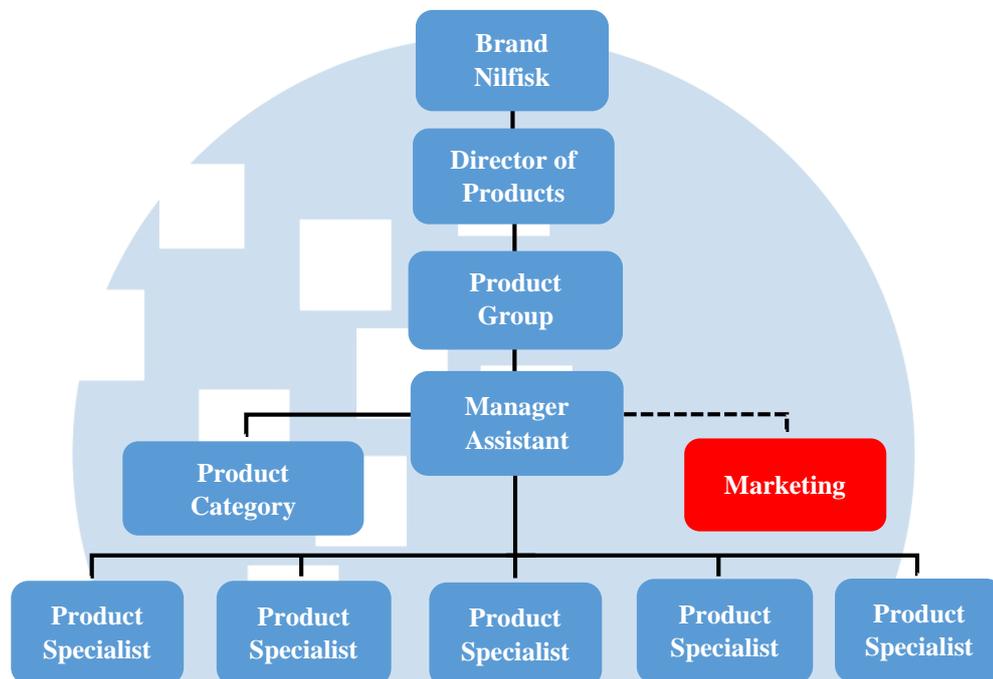
### **2.2.2 Misi**

- 1. To constantly develop a complete product range to fulfill all customer needs.*
- 2. To provide easy access to global market through widespread distribution network.*
- 3. To deliver quality services to attain excellent customer experience.*

(Krisbow, 2023)

## **2.3 Struktur Organisasi Perusahaan**

PT Krisbow Indonesia (PT Kawan Lama Solution) merupakan sebuah perusahaan dengan menyediakan beragam merek dunia sesuai dengan kategori produknya masing-masing, seperti Mitutoyo, OSG, Tungaloy, Chiyoda, Facom, Nilfisk, Launch, Feeler, YSD, Metabo, Wagner, DAVI, Marposs, Pferd, Noritake, dan masih banyak lagi. Nilfisk sebagai merek yang berada di bawah PT Krisbow Indonesia memiliki struktur organisasi sendiri sebagai berikut.

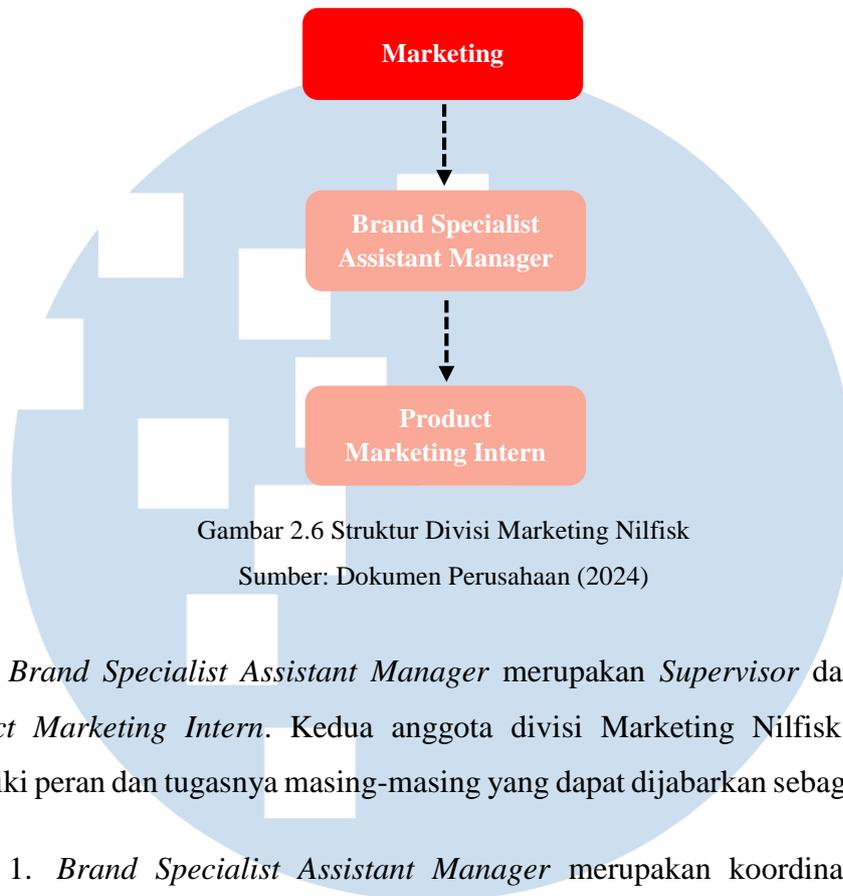


Gambar 2.5 Struktur Organisasi Nilfisk  
 Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Berdasarkan bagan diatas, dapat diketahui bahwa posisi tertinggi dalam struktur organisasi Nilfisk di PT Krisbow Indonesia adalah *Director of Products* yang kemudian diikuti dengan *Product Group Manager* dan *Manager Assistant* yang berada dibawahnya. *Manager Assistant* terdiri dari *Product Category Manager*, *Marketing*, dan tim produk (*Product Specialist*) dari Nilfisk.

#### 2.4 Ruang Lingkup Divisi

Sebagai penyedia produk dan layanan kebersihan professional yang berada di bawah naungan PT Krisbow Indonesia, Nilfisk memiliki sebuah divisi yang bertanggung jawab untuk menjalankan aktivitas *Marketing Communication* yang telah dirancang, yakni divisi *Marketing*. Saat ini, divisi *Marketing* Nilfisk terdiri dari 2 orang, yaitu *Brand Specialist Assistant Manager* dan *Product Marketing Intern*. Berikut adalah susunan dari divisi *Marketing* Nilfisk.



Gambar 2.6 Struktur Divisi Marketing Nilfisk  
 Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

*Brand Specialist Assistant Manager* merupakan *Supervisor* dari seorang *Product Marketing Intern*. Kedua anggota divisi Marketing Nilfisk memiliki peran dan tugasnya masing-masing yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. *Brand Specialist Assistant Manager* merupakan koordinator dalam divisi *Marketing* Nilfisk yang bertanggung jawab terhadap setiap aktivitas *marketing* yang dilakukan, mulai dari aktivitas *Digital Marketing*, media sosial, *event*, publikasi *offline*, dan lainnya.
2. *Product Marketing Intern* merupakan bagian dari divisi *Marketing* Nilfisk yang bertanggung jawab untuk mengelola media sosial Nilfisk berupa Instagram, TikTok, LinkedIn, Youtube, dan Facebook. Selain itu, *Product Marketing Intern* juga bertanggung jawab dalam merencanakan dan merealisasikan aktivitas *Digital Marketing* yang telah dirancang, seperti konten media sosial, kolaborasi produk dengan *Influencer*, dan merancang *layout* program promo Nilfisk setiap bulannya.