

BAB II

GAMBARAN PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Bermula saat Mr. Wong Jin mendirikan toko perkakas berukuran 2x3 meter di Glodok, Jakarta Barat pada 1955. Toko kecil tersebut terus berkembang hingga pada 1980 mengganti namanya menjadi PT Kawan Lama Sejahtera. Kawan Lama Sejahtera atau yang dikenal sebagai Kawan Lama Group (KLG) berjanji untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia dengan produk yang ditawarkan oleh anak perusahaannya.



Gambar 2.1 Logo Kawan Lama Group

Sumber: Data Internal Perusahaan (2024)

Beberapa anak perusahaan dari KLG antara lain PT Kawan Lama Solusi, PT ACE Hardware Indonesia, PT Home Center Indonesia, PT Foods Beverages Indonesia, PT Dana Kini Indonesia, PT Multi Sesindo Selaras, PT Indo Kompresigma, PT Depoteknik Duta Perkakas, PT Toys Games Indonesia, dan PT Graha Satwa Paramita. Anak perusahaan dari Kawan Lama Group telah merambah ke dunia ritel, industri, makanan dan minuman, layanan, sampai ke properti.

Seiring perkembangan dunia bisnis yang semakin maju, salah satu inisiatif bisnis dalam memanfaatkan teknologi juga dijalankan oleh Kawan Lama Group dengan mendirikan perusahaan *e-commerce*, PT Omni Digitama Internusa, pada 27 April 2016. PT Omni Digitama Internusa menjadi gerbang *digital* pertama dari Kawan Lama Group dengan berfokus pada industri *e-commerce*, dan dikenal sebagai ruparupa. ruparupa menyediakan kebutuhan *Home and Living* dan menjalin kerjasama dengan anak perusahaan Kawan Lama Group lainnya seperti ACE, INFORMA, Toys Kingdom, THYS, Eye Soul, Selma, Krisbow, Pendopo, Ataru, dan Pet Kingdom. ruparupa memiliki tagline “Rumahnya Rumah”, dimana dengan

konsep *one-stop online shopping* ruparupa berharap dapat memenuhi kebutuhan rumah keluarga di Indonesia.



Gambar 2.2 Logo ruparupa

Sumber: Data Internal Perusahaan (2024)

Sebagai platform belanja online yang menyediakan berbagai kebutuhan rumah tangga, ruparupa dapat diakses melalui *website* ruparupa.com dan aplikasi yang dapat diunduh di *App Store* maupun *Google Play Store*. Namun, penawaran lain diberikan oleh ruparupa untuk kepuasan *customer*-nya yaitu sistem *Store Pick Up Service*. Dengan layanan ini, *customer* dapat memesan produk secara *online* di aplikasi atau *website* ruparupa lalu mengambil produknya di toko anak perusahaan KLG secara mandiri.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

PT Omni Digitama Internusa sebagai salah satu *e-commerce* di Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

Menjadi pilihan terbaik yang dapat diandalkan dan hadir di setiap momen keluarga dalam memenuhi kebutuhan rumah.

MISI

Menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan untuk segala kebutuhan rumah dengan layanan yang dapat diandalkan dengan membuat dan menciptakan portofolio produk-produk yang relevan bagi *customer*.

2.3 Nilai Perusahaan

PT Omni Digitama Internusa menjunjung tinggi nilai-nilai "we CARE" dalam menjalankan bisnisnya. Nilai-nilai ini meliputi:

a. *Care and Delight*

Senantiasa mencari cara baru untuk memberikan layanan yang menyenangkan dan selalu mendengarkan saran pelanggan demi kemajuan berkelanjutan.

b. *Awesome Teamwork*

Kami adalah satu keluarga besar yang saling bahu membahu mewujudkan mimpi dan memberikan perhatian terbaik kepada pelanggan. Kami selalu berusaha membantu dan menginspirasi pelanggan untuk meningkatkan kualitas hidup dan mencapai potensi maksimal mereka.

c. *Reliable*

Berkomitmen untuk menjadi yang terpercaya dalam menghadirkan produk berkualitas dengan harga yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan melalui omnichannel yang terintegrasi.

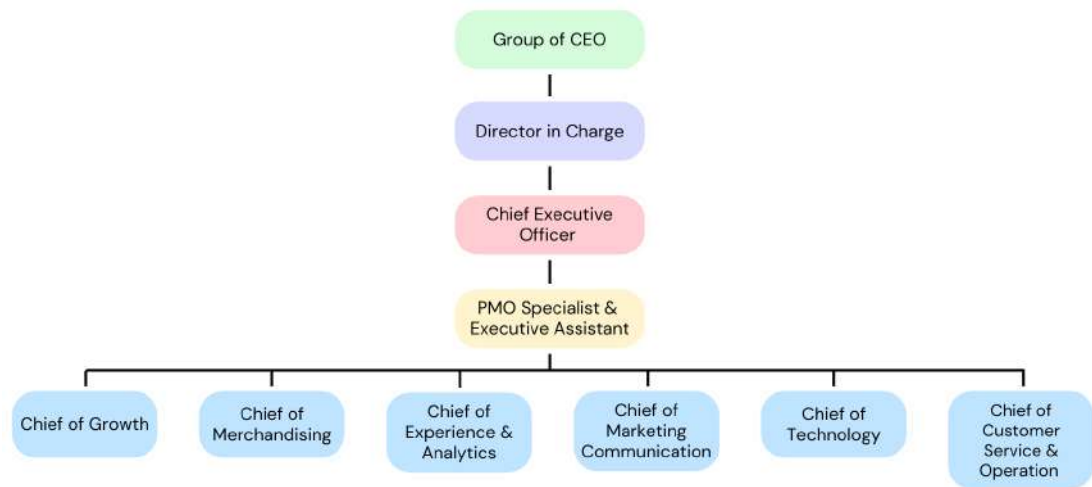
d. *Excellence*

Selalu berusaha untuk menjadi lebih baik dari hari ke hari dalam segala aspek dengan harapan membawa dampak positif.

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

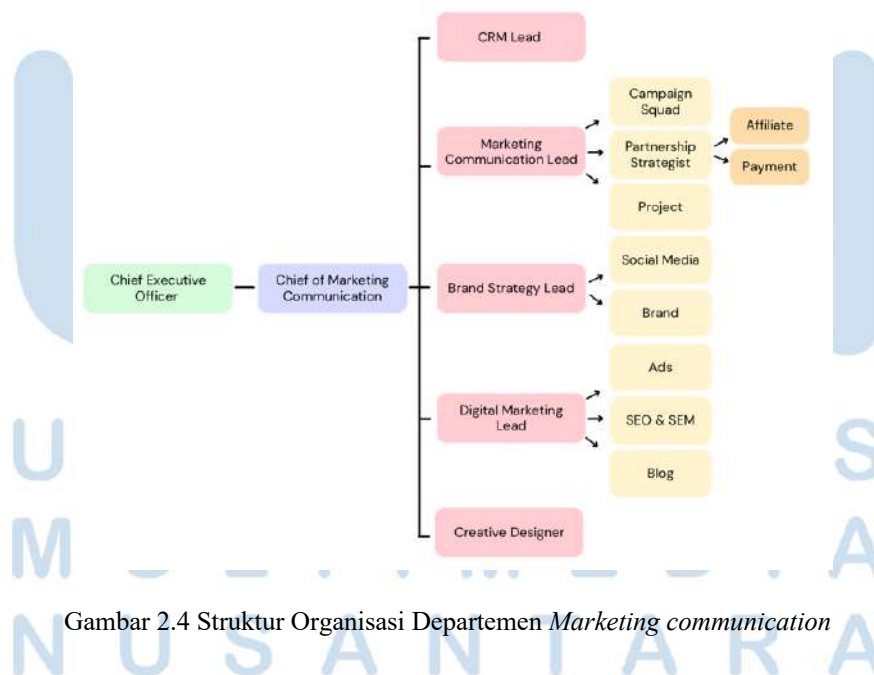
Untuk mencapai *goals* perusahaan, tentu diperlukan banyak kinerja dari tim-tim yang bisa mendukung pencapaian tersebut. PT Omni Digitama Internusa dipimpin oleh Ibu Teresa Lucia Wibowo selaku *Chief Executive Officer*, yang bertanggung jawab dalam mengawasi kinerja perusahaan. Dalam mencapai *goals* yang telah ditentukan setiap tahunnya, Ibu Teresa juga dibantu oleh berbagai departemen yang akan menjalankan strategi bisnis rupa-rupa.

PT Omni Digitama Internusa memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Omni Digitama Internusa

Berdasarkan struktur organisasi, dapat dilihat bahwa pemimpin teratas di PT Omni Digitama Internusa ditempati oleh Group of CEO dan dibantu oleh *Director in Charge*, *Chief Executive Officer*, *PMO Specialist & Executive Assistant*. Beberapa departemen dibawahnya juga membantu rupa-rupa dalam mencapai kesuksesannya, seperti *Chief of Growth*, *Chief of Merchandising*, *Chief Experience & Analytics*, *Chief of Marketing communication*, *Chief of Technology*, dan *Chief of Customer Service & Operation*.



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Departemen *Marketing communication*

Berdasarkan bagan di atas, kedudukan pekerja magang berada dibawah *Chief of Marketing communication* yang dipimpin oleh Bapak Budiono. Didalamnya, departemen *Marketing communication* memiliki banyak divisi berbeda, seperti *Campaign Squad*, *Partnership Strategist*, dan *Project*. Posisi pekerja magang berada dibawah naungan divisi *Partnership Strategist* yang dipimpin oleh Ibu Elizabeth Lukita yang menjabat sebagai *Senior Partnership Strategist* sekaligus menjadi *supervisor* pekerja magang.

Divisi *Partnership Strategist* tentu memiliki berbagai pekerjaan yang berbeda sesuai dengan rekan atau mitra yang dapat diajak bekerjasama. Hal ini membuat divisi *Partnership Strategist* terbagi menjadi 2 tim didalamnya, yaitu Tim *Affiliate & Aggregator* dan Tim *Payment*. Walaupun terbagi menjadi 2 tim, perkembangan dan hasil kerja dari setiap tim harus dilaporkan kepada Ibu Elizabeth.

Tim *Payment* dibimbing oleh Ibu Chyntia Karin, dimana tugas dari tim *Payment* adalah bertanggungjawab dalam mengelola kerjasama berbagai *campaign* untuk memperoleh *traffic* & mengakuisisi *new user*. Berbeda dengan tim *Payment*, tim *Affiliate & Aggregator* dibimbing langsung oleh Ibu Shania Gabriella dengan tugas dan *partner* masing-masing. Tugas tim *Affiliate* adalah mengelola jalannya *affiliate* dan memelihara hubungan dengan *affiliate marketers* serta KOL. Tim *Aggregator* bertugas dalam memantau penggunaan *voucher* pada *platform aggregator* dan memelihara kerjasama dengan mitra sehingga dapat menghasilkan *sales* bagi rupa-rupa.