

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2. 1 Struktur Perusahaan PT Kawan Lama Group

Sumber: Data Pribadi Perusahaan, 2023

PT. Kawan Lama Group berdiri pada tahun 1955 oleh Bapak Wong Jin, Ia mendapatkan inspirasi nama “Kawan Lama” dari sebuah momen sederhana, yaitu dalam sebuah obrolan santai pada tahun 1955. Bagi Bapak Wong Jin, “sukses” merupakan suatu kemampuan untuk memberikan hidup yang lebih baik untuk keluarga dan melayani klien hingga kolega layaknya sebuah keluarga. Semangat yang ditunjukkan tersebut terjadilah suatu filosofi utama PT Kawan Lama Group sampai sekarang. Maka dari itu, PT Kawan Lama Group berkomitmen dalam memberikan nilai tambah untuk kehidupan yang lebih baik bagi keluarga Indonesia melalui bisnis, layanan, dan produk.

Melalui momen sederhana tersebut akhirnya terlahirnya sebuah cikal bakal PT Kawan Lama Group yang sekarang bergerak dalam enam pilar bisnis yaitu *Consumer Retail*, *Industrial & Commercial*, *Food & Beverage*, *Commercial Technology*, *Property & Hospitality*, dan juga *Manufacturing & Engineering*. *Industrial & Commercial* terdiri dari Kawan Lama Solution, Krisbow, SensorIndo,

Kaesar Compressors, dan Depo Teknik. *Consumer Retail* terdiri dari ACE Hardware, ACE Xpress, Informa, Informa *Electronics*, Informa *Work & Space*, Toys Kingdom, Pet Kingdom, Pendopo, Selma, EYE SOUL, Ataru, dan Home Galeria. *Food & Beverages* terdiri dari F&B Indonesia, Chatime, Chatime Atealier, Cupbop, Gindaco, Go!Go!Curry!. *Property & Hospitality* terdiri dari Living World, Living Plaza, Anumana. *Commercial Technology* terdiri dari ruparupa dan Danakini. Dan yang terakhir ada *Manufacturing & Engineering* terdiri dari Golden Living dan Golden Golden Dacron. Keenam pilar ini dipersatukan oleh tujuan dan nilai yang sama, yaitu untuk memberikan kehidupan yang lebih baik untuk keluarga. Pada saat ini, PT Kawan Lama Group terdiri lebih dari 30 merek usaha, 1.200 toko, dan 11 pusat distribusi yang jumlahnya terus bertambah sebagai kontribusi bagi kemajuan negeri.

Semua hal tersebut dengan tujuan agar menjadi lebih dari hanya sekedar bisnis keluarga saja. Bagi Kawan Lama, makna nilai tambah akan selalu berfokus terhadap tiga hal, yaitu keunggulan layanan, kualitas produk, serta memberikan yang terbaik bagi *customer* di tengah persaingan yang semakin ketat. PT Kawan Lama juga memberikan nilai tambah ke dalam organisasi melalui sebuah penerapan budaya perusahaan yang selalu mengutamakan aspek manusia dan dirumuskan dengan sebuah istilah 'I AM ELITE' yaitu *Innovative, Accountable, Mastery, Excellence, Integrity, Teamwork*, dan *Enthusiasm*.

2.1.1 Visi Misi

PT Kawan Lama Group sebagai salah satu perusahaan Indonesia yang bergerak di bidang mesin dan peralatan industri yang memiliki visi dan misi sebagai berikut:

□ **VISI**

Lebih dari bisnis keluarga, kami adalah bisnis untuk keluarga.

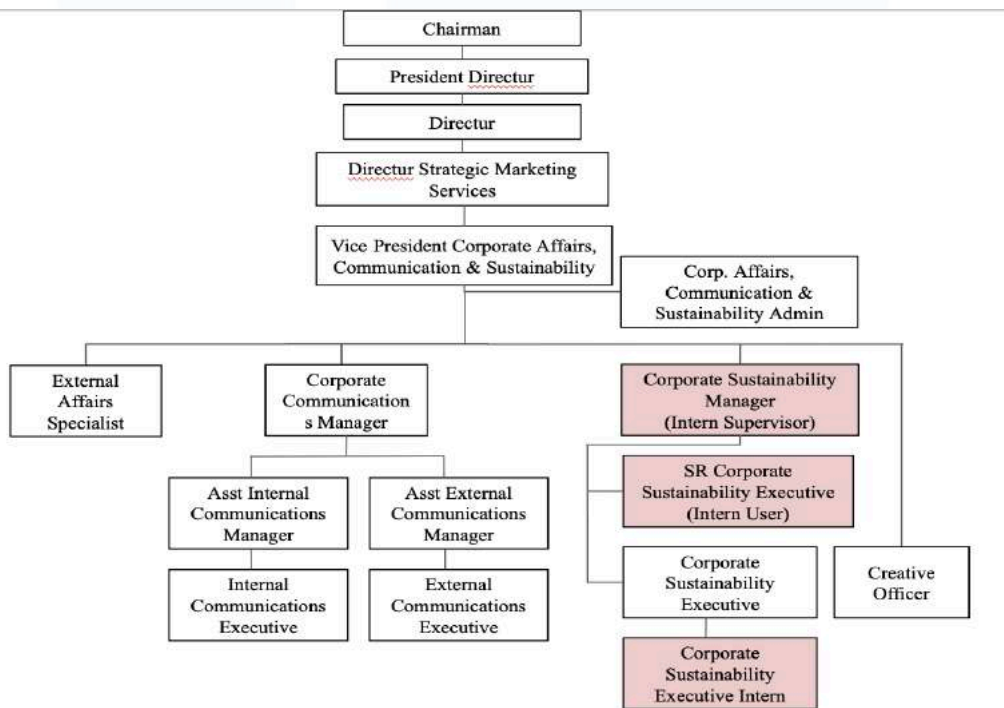
□ **MISI**

Memberikan nilai tambah untuk kehidupan yang lebih baik melalui pengembangan bisnis dan pertumbuhan berkelanjutan.

PT Kawan Lama Group memiliki misi untuk memberi nilai tambah bagi kehidupan yang lebih baik melalui:

- *Quality*: Membangun bisnis-bisnis yang terdepan, sehingga bisa meningkatkan dan menjangkau kualitas kehidupan banyak orang.
- *Service*: Semangat untuk melayani dan peduli terhadap setiap aspek yang terhubung dengan bisnis, dengan memberikan layanan terbaik.
- *Value*: Menyediakan beraneka ragam produk berkualitas dan layanan unggul yang mampu meningkatkan pengalaman pelanggan

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Corporate Affairs, Communication & Sustainability

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2024

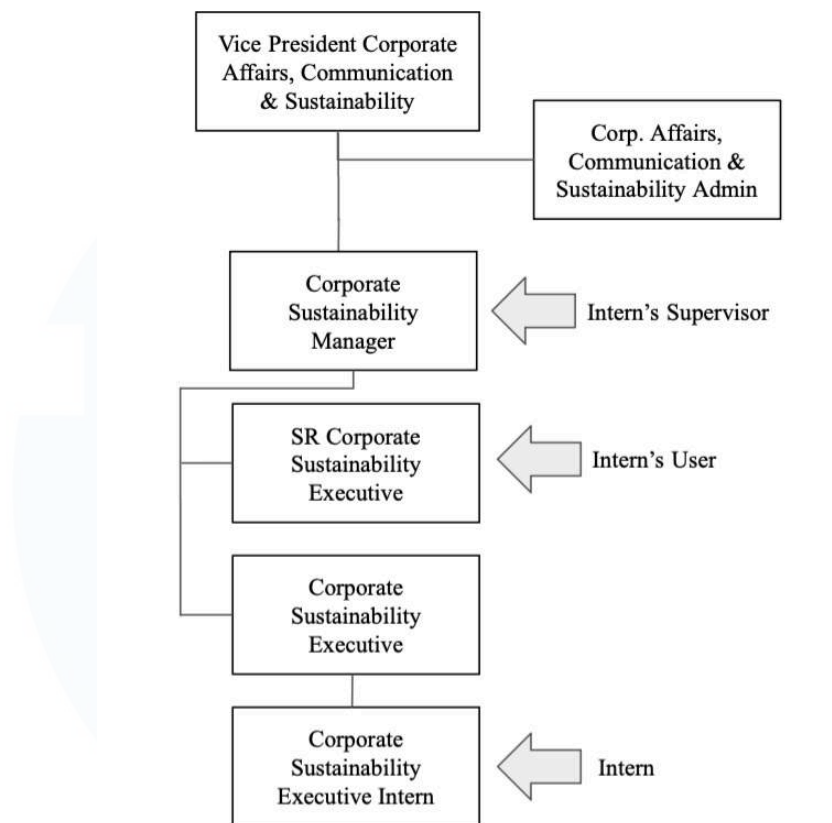
Pada gambar 2.2 di atas merupakan sebuah struktur organisasi *Corporate Affairs, Communication & Sustainability*. Pada saat ini PT Kawan Lama Group dipimpin oleh seorang *Chairman* dan dibantu oleh *President Director*. Kemudian Direktorat *Strategic Marketing Services* dipimpin oleh seorang Direktur yang dibawahnya terdapat sebuah *department Corporate Affairs, Communication & Sustainability*, yang dibagi lagi menjadi dua divisi yaitu *Corporate Communication*

dan *Sustainability* yang dipimpin oleh *Vice President*, kemudian di setiap divisi juga dipimpin lagi oleh para *manager*. Berikut merupakan tanggung jawab dan tugas dari masing-masing kelompok organisasi yang ada di PT Kawan Lama Group:

1. *Chairman* merupakan seorang pemimpin yang mempunyai tanggung jawab atas manajemen perusahaan dan menjaga komunikasi antara *stakeholder* dan membuat kebijakan untuk perusahaan.
2. *President Director* adalah seorang yang memberikan arahan dalam perkembangan, anggaran, dan rencana perusahaan kedepannya.
3. *Director* adalah orang yang bertanggung jawab terhadap beberapa *departement* serta memberikan arahan sesuai dengan tujuan perusahaan kedepannya.
4. *Vice President* adalah posisi *senior-level executive* di dalam sebuah *department*, yang bertanggung jawab untuk melakukan *report* kepada direktur.
5. *Corporate Affairs, Communication & Sustainability admin* adalah bertanggung jawab dalam mengurus administrasi kegiatan di *department*, mengurus pembelian dan reimbursemen, membantu mengatur agenda *Vice President*, memesan ruangan untuk *meeting*, sebagainya di *department Corporate Affairs, Communication & Sustainability*.
6. *Corporate Sustainability Manager* bertugas memastikan kemajuan *target* dan tujuan *sustainability*, juga mengambil tindakan yang dibutuhkan jika pencapaian *actual* tidak memenuhi target kinerja.
7. *SR Corporate Sustainability Executive* bertugas untuk *review* proposal yang diterima perusahaan berkaitan dengan *program sustainability*, membuat konsep *program* yang akan dijalankan dalam divisi *Sustainability, monitoring Program*, dan masih banyak lagi.
8. *Creative Officer* bertugas untuk merancang konsep iklan dalam bentuk sebuah draft dan menghasilkan konten kreatif.
9. *Corporate Communication Manager* bertugas untuk memimpin team *Corporate Communication* dan mengembangkan hingga

mengimplementasikan *internal* dan *external communication strategies* untuk memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan dapat mempromosikan identitas dan misi perusahaan.

10. *External Communication Manager* bertugas membantu strategi komunikasi *external*.
11. *External Communication Executive* bertugas dalam tanggung jawab dalam membangun hubungan bisnis dengan institusi bisnis seperti *supplier*, *customer*, dan *media*.
12. *Internal Communication Manager* yaitu bertugas untuk memimpin strategi komunikasi *internal*, bekerja bersama *Human Resource* dan rencana pengembangan perusahaan.
13. *External Communication Executive* mengkomunikasikan *campaign* dari *Corporate* ke seluruh Insan ELITE (karyawan) melalui berbagai *channel* komunikasi, seperti TV di *head office*, *wall poster* di dinding, Instagram, *banner* pada *system Human Capital* (HC) untuk karyawan, *email blast*, hingga mengadakan berbagai acara untuk *internal* Insan ELITE.
14. *External Affairs Specialist* bertugas dalam mengembangkan dan membangun komunikasi hingga kerjasama dengan *media* untuk meningkatkan citra dari perusahaan.



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Sustainability

Sumber: Data *Internal* Perusahaan, 2024

Gambar 2.3 diatas terdapat struktur organisasi perusahaan divisi *Sustainability* dari *Corporate Sustainability Executive Intern* yang berada pada *department Corporate Affairs, Communications & Sustainability*. Pada departemen ini terdapat 2 divisi yang dibagi yaitu *Corporate Communication* dan *Sustainability*. *Corporate Sustainability* termasuk ke dalam divisi *Sustainability* dan tugas utama dari *Corporate Sustainability Executive Intern* adalah bertanggung jawab untuk mengembangkan, mengelola, dan menerapkan strategi *sustainability* perusahaan, yang dimana akan di dalamnya juga melakukan *research, social mapping*, berinteraksi dengan *stakeholders, stakeholders external*, penerima manfaat, membuat laporan *monitoring & evaluasi report* mengenai kampanye dan *project sustainability* dengan pendekatan *end to end* dan masih banyak lagi untuk membangun kemitraan dan memperkuat praktik *corporate sustainability*. Selama praktik kerja magang, pekerja magang dibimbing secara langsung oleh *Corporate*

Sustainability Manager selaku *supervisor* dari *intern*, *SR Corporate Sustainability Executive* selaku *user* dari *intern*, *Admin*, dan *Internal Communication Executive* yang bertugas dalam membantu dalam memantau kinerja, memberikan arahan dalam mengurus sebuah projek, membuat materi projek, dan masih banyak lagi.

