

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo Kanmo Retail Group

Sumber: Data Website Kanmo Group

Kanmo Retail Group (PT Multitrend) merupakan anak perusahaan dari K.Aloomall Group yang telah berdiri sejak 1940. K.Aloomall Group merupakan perusahaan yang memegang berbagai bisnis mulai dari perdagangan, tekstil, ritel, properti, dan masih banyak lagi lainnya.

Nama resmi perusahaan tempat penulis melaksanakan praktek kerja magang adalah PT Multitrend Indo/Kanmo Retail Group yang memiliki head office di Gedung Menara Era lantai 14-15 Jl. Senen Raya No.135-137, Kec.Senen, Jakarta Pusat, 10410.

Kanmo Retail Group pertama kali didirikan di Indonesia pada tahun 2005 dan fokus menjadi perusahaan retail untuk mendistribusikan *brand-brand* besar dari luar negeri. Gerai pertama yang buka pada tahun 2005 ini adalah brand Mothercare Indonesia yang berfokus pada fashion anak dan kebutuhan-kebutuhan ibu dan anak. Pada tahun 2008 Kanmo Group membuka gerai selanjutnya yaitu *brand* Early Learning Centre (ELC) yang menghadirkan berbagai mainan edukatif

untuk bayi dan anak-anak. Kemudian, pada tahun 2009, Kanmo memperkuat lini *fashion* anak-anak melalui peluncuran brand Gingersnaps di Indonesia.

Melihat keberhasilannya Kanmo Retail Group pun mulai memperluas cakupan bisnisnya ke sektor lain seperti *fashion* dewasa pria dan wanita yang terlihat pada tahun 2012 masuk *brand fashion* luar negeri yang terkenal seperti Coach. Coach merupakan salah satu brand dari Kanmo Retail Group yang menarik masyarakat dengan menjual berbagai produk *high-end* seperti tas, baju, sepatu, dan lainnya. Karena kestabilan dalam membawa *brand-brand* luar negeri ke Indonesia, Kanmo Retail Group akhirnya membawa Justice, salah satu *brand fashion* untuk remaja. Pada tahun ini juga Kanmo Retail Group meluncurkan *e-commerce platform* yang bernama mothercare.co.id untuk meningkatkan pengalaman berbelanja para ibu-ibu.

Kemudian, pada 2017, Kanmo Retail Group meluncur berbagai *brand-brand* baru seperti *brand footwear* yaitu Wilio, yang merupakan label *fashion casual* urban untuk anak muda dan *brand* Havaianas. Selanjutnya Kanmo Retail Group juga berhasil membuka gerainya di Bandara Internasional Soekarno-Hatta pada terminal T3 yaitu Travel Gallery, yang menawarkan produk *travel accessories* dan *lifestyle modern* berisi berbagai macam produk dari *brand-brand* yang dibawah Kanmo Retail Group.

Pada 2018 Kanmo Retail Group memperluas pasarnya dengan mendatangkan brand ternama yaitu Kate Spade, serta meluncurkan *website* untuk brand *fashion* Justice Indonesia www.shopjustice.co.id yang memudahkan untuk melihat produk. Karena ingin memperbesar pangsa pasar kembali, Kanmo Retail Group mendatangkan *brand* Nespresso yang mengarah pada segmen *lifestyle* dengan menjual mulai dari biji kopi, mesin kopi, hingga alat-alat untuk membuat kopi instan lainnya.

Hingga tahun 2020 Kanmo Retail Group telah membuka lebih dari 260 gerai yang beroperasi lebih dari 16 kota yaitu Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, Makassar, Manado, Pontianak, Palembang, Medan, dan kota-kota besar lainnya.

Kanmo Retail Group juga mendatangkan kembali *brand* luar ternama ternama yaitu Cole Haan yang merupakan *brand footwear* dewasa pria dan wanita.

Setelah merambah dan meluncurkan *brand-brand* ternama pada pandemi kini Kanmo Retail Group menunjukkan adaptabilitas tinggi dengan memperkuat platform digital dan *e-commerce*, serta menerapkan pendekatan *omnichannel* yang mengintegrasikan pengalaman belanja *online* dan *offline* secara mulus. Pada 2021, Kanmo memperluas jangkauannya ke sektor *sport lifestyle* dengan menghadirkan *brand* global seperti Adidas dan HEAD, menjawab tren konsumen yang semakin aktif dan sadar gaya hidup sehat.

Dengan berbagai strategi kini inovasi terus berlanjut pada tahun 2023, ketika Kanmo meluncurkan Coach Restaurant pertama di Asia, sebuah gebrakan baru yang menyatukan *fashion* dan kuliner dalam satu pengalaman premium dan imersif. Tahun 2024, Kanmo Group kembali mencuri perhatian dengan menjalin kemitraan resmi bersama Liverpool FC, klub sepak bola legendaris asal Inggris, sebagai bagian dari strategi memperkuat penetrasi di pasar *sportswear* dan komunitas penggemar sepak bola global.

Dengan perjalanan yang dimulai dari *retail parenting* hingga menjadi rumah bagi berbagai *brand* ikonik dan ternama dunia dalam *fashion*, *lifestyle*, dan *sport*, Kanmo Group saat ini memiliki lebih dari 16 brand, 24 kota di Indonesia, 260 stores di Indonesia dan memiliki lebih dari 1 juta konsumen hingga lebih dari 1,8 juta transaksi pada *e-commerce*.

2.2. Visi Misi Kanmo Group

2.2.1 Visi

“Inspire and enrich life journeys”

Kanmo sebagai perusahaan yang sudah berdiri 20 tahun di Indonesia, dapat menemani perjalanan konsumen mulai dari bayi hingga dewasa, dimana

saat bayi lahir ke dunia disanalah perjalanan seseorang itu dimulai. Kanmo ingin ia hadir menemani untuk menyediakan produk dari berbagai segmen dan brand.

2.2.2 Misi

Adapun Misi dari Kanmo Group:

- *We strive to grow a high-performance organization with world class infrastructure that serves as springboard for our brands*
- *We commit to understand our customers, their needs and exceed expectations at all level*
- *We provide a best-in-class seamless omni-channel experience and accessibility to our products and services*
- *We deliver leading brands to our customers through relentless innovation and search for excellence*
- *We attract, develop, and retain the best talent to deliver outstanding service.*

2.2.3 Core Values

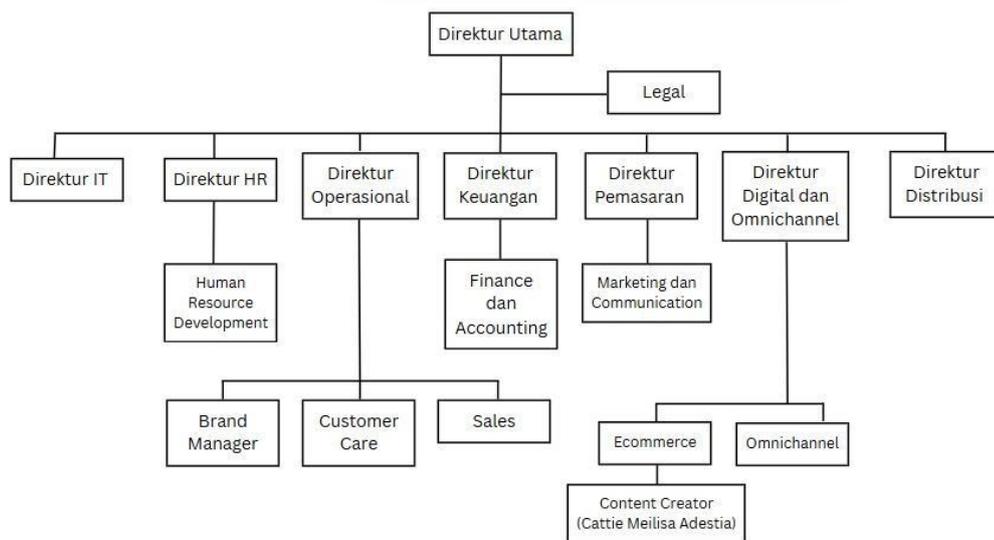
Kanmo Group memiliki *Core Values* yang harus dimiliki oleh setiap karyawannya yaitu “*IGROW*”

- *Integrity and Passion*
- *Gracious and Humble*
- *Recognition and Kindness*
- *Optimism and Excellence*
- *We are family 1st*

2.3. Struktur Organisasi Perusahaan

Kanmo Retail Group sendiri memiliki struktur organisasi yang cukup sederhana, dimana pada Kanmo Retail Group berfokus pada 8 departemen yakni sebagai berikut:

1. *Legal Team*
2. *IT Team*
3. *Human Resource Team*
4. *Operasional/Operation Team*
5. *Keuangan/Finance Team*
6. *Pemasaran/Marketing Team*
7. *Digital dan Omnichannel Team*
8. *Distribusi/Distribution Team*



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Kanmo Group

Sumber: Data olahan magang, 2025.

Berdasarkan gambar diatas terlihat bahwa Kanmo Group memiliki beberapa divisi, yaitu sebagai berikut:

1. *Legal Team*

Dalam divisi legal berfungsi untuk memberikan dukungan dan pengawasan dari sisi hukum serta memastikan semua aktivitas perusahaan berjalan sesuai regulasi dan kepatuhan yang berlaku.

2. *IT Team*

IT Team pada Kanmo Group disini memegang peran sebagai tulang punggung teknologi informasi perusahaan. Tim ini memastikan infrastruktur sistem berjalan secara optimal, mendukung kebutuhan digitalisasi, pengelolaan database, sistem POS (*Point of Sales*) di toko, integrasi *omnichannel*, serta keamanan data perusahaan dan pelanggan. Tim IT juga membantu segala keperluan dan kebutuhan mulai dari laptop hingga perubahan *password* untuk platform Microsoft Teams yang digunakan.

3. *Human Resources Team*

Divisi *Human Resources (HR)* pada Kanmo Group memegang peran sentral dalam pengelolaan sumber daya manusia. *Human Resources (HR)* bertanggung jawab untuk melakukan proses rekrutmen, pengembangan keterampilan, serta pembentukan budaya kerja yang sehat dan produktif. Di dalamnya terdapat tim *Human Resource Development* yang memiliki fokus utama merancang program pelatihan, penilaian kinerja, serta jalur karir karyawan baik untuk level toko maupun *head office*.

4. *Operational Team*

Operasional pada Kanmo Group bertanggung jawab mengatur kelancaran kegiatan sehari-hari di berbagai store dan kanal distribusi. Divisi *Brand Manager* ini bertugas menjalankan strategi masing-masing brand, mulai dari pemilihan produk, *positioning*, promosi, hingga penjualan. Di sisi lain, tim *Customer Care* menangani segala bentuk komunikasi dan

keluhan dari pelanggan, baik melalui media sosial, email, maupun layanan pelanggan lainnya, guna memastikan kepuasan dan loyalitas konsumen tetap terjaga dari segi *online e-commerce* maupun *offline* di *store*

5. *Finance Team*

Finance pada Kanmo Group memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan laporan keuangan, pengawasan arus kas, dan pelaporan pajak. Unit *Finance dan Accounting* memastikan seluruh transaksi dicatat secara akurat dan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku. Selain itu, terdapat tim *Sales* yang berperan dalam mencapai target penjualan perusahaan melalui berbagai strategi komersial yang relevan dengan pasar dan kebutuhan konsumen serta mengurus perihal data penjualan dan laporan keuangan setiap *store* dan setiap *e-commerce*.

6. *Marketing Team*

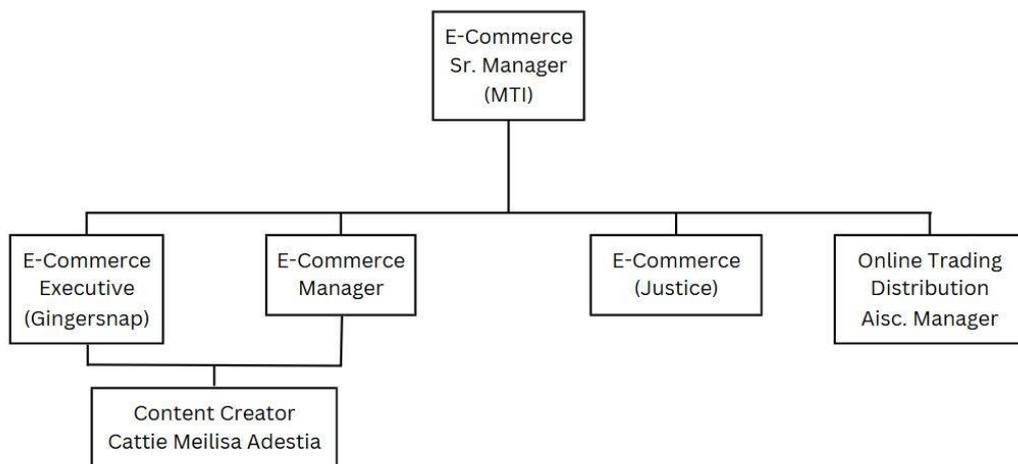
Marketing Team hadir dengan tugas menyusun dan mengeksekusi kampanye pemasaran kreatif dan terintegrasi. Bagian *Marketing dan Communication* menangani komunikasi merek, promosi produk, hingga pengelolaan media sosial dan *digital campaign* yang disesuaikan dengan karakteristik setiap *brand*. Dalam divisi marketing ini juga mengelola *event-event* sesuai dengan *brand*, melakukan kerja sama dengan KOL, dan berbagai kegiatan acara besar yang diadakan oleh *brand*.

7. *Digital dan Omnichannel Team*

Digital dan Omnichannel pada Kanmo Group bertanggung jawab dalam menyatukan jalur penjualan daring dan luring secara terintegrasi. Sedangkan, pada bagian *e-commerce*, tim bertanggung jawab dalam mengelola aktivitas penjualan melalui berbagai *platform marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, TikTok, dan juga situs resmi dari masing-masing merek. *E-commerce* juga memiliki tugas dalam mengelola konten *marketplace*, dan konten *ads*.

8. *Distribution Team*

Distribution/Distribusi pada Kanmo Group berperan penting dalam memasok dan logistik dari perusahaan, dimana *Distribution Team* memastikan seluruh produk dari gudang/*warehouse* tersalurkan ke seluruh store sesuai dengan *brand-brand*, tidak hanya itu namun pada divisi ini di Kanmo Group memiliki peran dalam mengelola konten pada *platform* media sosial Instagram, TikTok dari *brand-brand* tertentu hingga konten *marketplace* Shopee.



Gambar 2. 3 Struktur Departemen E-commerce Kanmo Group

Sumber: Data olahan penulis, 2025

Berdasarkan gambar di atas yang di dapatkan dari perusahaan bahwa E-commerce Team berada pada naungan *E-commerce Sr Manager* yaitu *E-commerce manager*, *E-commerce executive Gingersnap*, *E-Commerce (Justice)*, *Online Trading Distribution Assistant Manager* dan Penulis sendiri ditempatkan di bawah arahan kerja dari *E-commerce Team* dari brand Mothercare Indonesia, Gingersnap, The Children's Place, Wilio, Early Learning Centre dan Playgro, pada posisi *Content Creator Internship* dibawah supervisi *E-Commerce Manager*. Departemen *E-Commerce* sendiri bertanggung jawab terhadap beberapa *job description*, seperti *sales checking*, *content ads*, *content marketplace*, hingga *content campaign*. Sebagai berikut:

1. *E-commerce Sr. manager*

E-commerce Sr. manager memiliki tugas atau tanggung jawab penuh atas keseluruhan strategi dan operasional *e-commerce* untuk *brand-brand* yang berada di bawah naungan MTI. Posisi ini menjadi pemimpin utama dalam divisi *e-commerce* yang memastikan bahwa seluruh aktivitas *digital commerce* berjalan dengan optimal dan terintegrasi. *E-commerce manager* mengarahkan jalannya campaign besar, menentukan kebijakan harga, mengatur target penjualan, serta menjembatani koordinasi antar tim *e-commerce* dengan tim lain seperti *marketing*, distribusi, hingga manajemen pusat. Selain itu, *E-commerce manager* juga memantau performa setiap *brand* dan menganalisis efektivitas strategi penjualan *online*.

2. *E-Commerce Manager*

E-Commerce Manager berada pada posisi pengawasan dan koordinasi atas beberapa brand yang dikelola oleh tim *e-commerce*. *E-Commerce Manager* bertugas menyusun strategi penjualan, mengelola perencanaan kampanye, serta mengawasi kinerja harian tim di bawahnya. Selain itu, *E-Commerce Manager* juga menjadi penghubung langsung antara *E-Commerce Sr. Manager* dan para eksekutif *brand*, termasuk memberikan persetujuan atas konten dan rencana promosi. Ia juga melakukan evaluasi performa penjualan secara rutin, menyusun laporan, dan memastikan seluruh proses berjalan sejalan dengan target perusahaan.

3. *E-Commerce Executive (Gingersnap)*

E-Commerce Executive (Gingersnap) memiliki fokus utama dalam menangani operasional *e-commerce* untuk brand Gingersnap. *E-Commerce Executive (Gingersnap)* bertanggung jawab untuk mengelola data produk, mulai dari proses upload ke platform *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, TikTok, dan lainnya, dengan memperhatikan

kelengkapan informasi produk seperti judul, deskripsi, foto, dan ketersediaan stok.

4. *E-Commerce (Justice)*

E-Commerce (Justice) bertugas secara khusus untuk *brand Justice* dan memiliki tanggung jawab yang serupa dengan *E-Commerce Executive*. *E-Commerce (Justice)* mengatur pengelolaan data produk mulai dari upload hingga *maintenance* produk di platform *online*. Posisi ini juga mengatur dan menjalankan *campaign* khusus *brand Justice*, berkoordinasi dengan tim visual untuk kebutuhan konten, serta memastikan ketersediaan stok dan kesesuaian harga di *marketplace*. *Monitoring* performa penjualan dan pelaporan rutin juga merupakan bagian dari tanggung jawabnya.

5. *Online Trading Distribution Assistant Manager*

Online Trading Distribution Assistant Manager memainkan peran penting dalam memastikan kelancaran proses distribusi pesanan dari platform *e-commerce*. *Online Trading Distribution Assistant Manager* bertanggung jawab atas alur pengiriman barang dari *warehouse* ke pelanggan, mengatur sistem distribusi yang efisien, serta berkoordinasi dengan tim logistik dan *customer service* terkait pemenuhan pesanan maupun pengembalian produk. Selain itu, posisi ini juga menyusun laporan terkait kecepatan pengiriman, tingkat keberhasilan order, dan update stok barang di gudang untuk mendukung operasional *e-commerce* secara keseluruhan. Selain itu juga divisi ini memiliki tugas untuk membuat konten pada platform TikTok, Instagram hingga *marketplace* Shopee.

6. *Content Creator Internship*

Content Creator Internship yang memiliki pengawasan dari *e-commerce manager* dan *e-commerce executive* untuk setiap pekerjaan dan pembuatan konten. *Content Creator Internship* disini memiliki tanggung jawab untuk membuat sebuah konten sesuai dengan produk yang e-

commerce team input, meliputi *content planning*, *content brief*, *copywriting*, *take content* hingga *editing* untuk konten-konten yang akan dibutuhkan untuk platform TikTok dan *marketplace* Shopee.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA