

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Kawan Lama Group merupakan perusahaan yang telah berkembang pesat dari usaha kecil menjadi salah satu grup bisnis terkemuka di Indonesia. Berawal pada tahun 1955, Bapak Wong Jin mendirikan sebuah toko perkakas sederhana dengan luas 3x3 meter persegi di kawasan Glodok, Jakarta. Nama “Kawan Lama” sendiri terinspirasi dari sebuah percakapan santai, yang kemudian menjadi identitas dari bisnis ini [7]. Dengan tekad dan dedikasi untuk memberikan solusi terbaik bagi pelanggan, usaha ini berkembang secara bertahap, tidak hanya dalam hal produk yang ditawarkan tetapi juga dalam cara melayani pelanggan.



Gambar 2.1 Logo dan Motto Perusahaan

Seiring berjalannya waktu, pada dekade 1970-an, Kawan Lama mulai menerapkan pendekatan yang lebih proaktif terhadap bisnisnya. Tidak hanya menunggu pelanggan datang ke toko, tetapi perusahaan juga mulai menjangkau pelanggan secara langsung, memahami kebutuhan mereka, serta membangun relasi yang lebih erat dengan *principal* dari berbagai negara. Langkah ini berperan sebagai fondasi yang kuat bagi pertumbuhan perusahaan Kawan Lama dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Pada tahun 1980, usaha ini diformalkan dengan nama PT Kawan Lama Sejahtera, menandai awal dari ekspansi besar-besaran yang berlangsung selama dekade berikutnya.

Antara tahun 1982 hingga 1990, perusahaan mulai memperluas jaringan distribusinya ke berbagai wilayah di Indonesia. Untuk menjangkau segmen pasar

yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional, Kawan Lama mendirikan sejumlah anak perusahaan yang berfokus pada berbagai kebutuhan industri dan retail. Guna meningkatkan kenyamanan pelanggan, perusahaan mengembangkan konsep *one-stop shopping* dengan memindahkan toko ke pusat pertokoan empat lantai di Glodok Jaya. Perubahan ini tidak hanya memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik, tetapi juga semakin memperkuat posisi Kawan Lama di industri perkakas dan peralatan teknik.

Pada pertengahan 1990-an, dengan semakin banyaknya produk yang dipasarkan dan kebutuhan akan pelayanan yang lebih spesifik, Kawan Lama membentuk Grup Kawan Lama, yang menaungi berbagai anak usaha dengan spesialisasi berbeda. Beberapa anak perusahaan yang didirikan di antaranya PT Aspirasi Hidup Indonesia, PT Informa Furnishings, Indokompresigma, Global Tools Indonesia, Kawan Lama Multiweldindo, Millerweldindo, Toys Kingdom, Chatime, dan Kawan Lama Internusa. Pada periode ini pula, perusahaan mendapatkan sertifikasi ISO 9002, yang menunjukkan komitmen terhadap standar kualitas internasional. Memasuki tahun 1996, Kawan Lama semakin memperkokoh eksistensinya dengan memindahkan kantor pusat ke gedung baru berlantai sembilan di kawasan Meruya-Kembangan, Jakarta Barat. Keputusan ini didasarkan pada pertumbuhan bisnis yang pesat dan kebutuhan akan fasilitas yang lebih baik untuk melayani pelanggan serta mitra bisnis.

Ketika Indonesia menghadapi krisis ekonomi pada tahun 1997–1998, Kawan Lama tidak hanya bertahan, tetapi juga berhasil menciptakan merek sendiri, yaitu Krisbow. Nama Krisbow sendiri diambil dari salah satu pemilik, Krisnadi Wibowo. Keberhasilan ini menunjukkan ketahanan dan inovasi Kawan Lama dalam menghadapi tantangan ekonomi, sekaligus memperkuat posisinya sebagai pemain utama di industri perkakas. Melihat perkembangan teknologi dan tren bisnis digital yang semakin pesat, pada tahun 2011, Kawan Lama meluncurkan platform Kawan Lama Online. Langkah ini bertujuan untuk mengakomodasi kebutuhan pelanggan yang semakin berorientasi pada kemudahan transaksi berbasis digital. Dengan konsep yang menekankan pada kelengkapan produk dan layanan yang prima,

platform ini tumbuh dengan pesat dan menjadi bagian penting dari strategi bisnis perusahaan.

Saat ini, Kawan Lama Group telah berkembang menjadi perusahaan multisektor yang bergerak dalam enam pilar bisnis utama, yakni *Industrial & Commercial*, *Consumer Retail*, *Food & Beverage*, *Property & Hospitality*, *Commercial Technology*, serta *Manufacturing & Engineering*. Di pilar *Consumer Retail*, mereka memiliki brand seperti AZKO yang dikenal sebagai pusat perlengkapan rumah tangga dan gaya hidup, serta Informa yang menyediakan kebutuhan furnitur dan dekorasi rumah dan kantor. Sementara itu, melalui Krisbow, perusahaan ini menawarkan berbagai produk teknikal seperti alat pertukangan, perlengkapan industri, dan mesin-mesin yang digunakan baik oleh individu maupun korporasi. Di sektor *Food & Beverage*, Kawan Lama menghadirkan merek-merek populer seperti Chatime, Cupbop, dan Gindaco yang menasar pasar kuliner modern dengan konsep waralaba yang kuat dan pertumbuhan cabang yang masif. Pada pilar *Property & Hospitality*, Kawan Lama terlibat dalam pembangunan dan pengelolaan properti retail serta ruang komersial lainnya melalui unit bisnis seperti Kawan Lama Internusa dan Living World. Untuk pilar *Commercial Technology*, perusahaan ini menghadirkan RupaRupa, sebuah platform *e-commerce* yang menjadi kanal digital utama untuk berbagai merek retail milik Kawan Lama Group, termasuk ACE, Informa, Toys Kingdom, dan Krisbow. Terdapat pula DanaKini, sebuah layanan finansial berbasis teknologi informasi (*fintech*) yang membantu menyediakan pembiayaan secara fleksibel bagi konsumen maupun mitra usaha, termasuk skema cicilan yang terintegrasi dengan ekosistem retail Kawan Lama. Terakhir, dalam *Manufacturing & Engineering*, Kawan Lama Group memiliki unit usaha seperti Golden Dakron dan Golden Living Indonesia, yang fokus memproduksi berbagai kebutuhan furnitur seperti sofa bed dan matras untuk merek Informa.

Kawan Lama Group menghadirkan solusi yang sangat beragam untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maupun sektor industri. Dengan lebih dari 30 merek usaha, 14 pusat distribusi, dan lebih dari 1.200 toko yang tersebar di berbagai kota di Indonesia, Kawan Lama Group terus berinovasi dan beradaptasi dengan

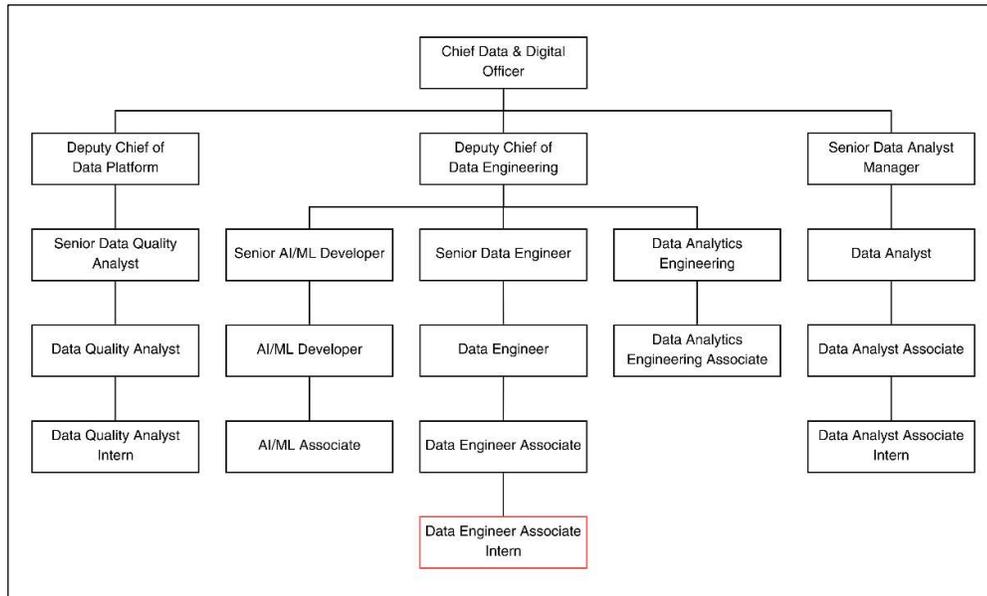
perkembangan zaman. Perusahaan ini tidak hanya berfokus pada ekspansi bisnis, tetapi juga memiliki komitmen untuk meningkatkan kualitas hidup pelanggan serta memberikan kontribusi nyata bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Kawan Lama Group menanamkan nilai-nilai kerja yang mengutamakan inovasi, keunggulan layanan, serta keberlanjutan bisnis melalui budaya perusahaan yang dikenal sebagai I AM ELITE, yakni *Innovative, Accountable, Mastery, Excellence, Leadership, Integrity, Teamwork, dan Enthusiasm*.

2.1.1 Visi Misi

Visi dari Kawan Lama Group adalah “Lebih dari bisnis keluarga, kami adalah bisnis untuk keluarga,” sedangkan misi dari Kawan Lama Group adalah “Memberikan nilai tambah untuk kehidupan yang lebih baik melalui pengembangan bisnis dan pertumbuhan berkelanjutan.”

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Program magang di Kawan Lama Group dilaksanakan di dalam divisi Data, yang dikenal dengan nama *IT Data Team*. Tim ini dibentuk pada tahun 2021 dan merupakan bagian dari departemen *Information Technology (IT)*, di mana tim ini bertugas untuk mengurus pengelolaan data, mulai dari proses pengolahan hingga penyajian informasi dalam bentuk *dashboard* yang mendukung pengambilan keputusan bisnis. Seiring dengan perkembangan perusahaan dan meningkatnya kebutuhan akan pengelolaan data yang lebih terstruktur, pada tahun 2022, *IT Data Team* mengalami reorganisasi dan dibagi menjadi tiga divisi utama, yaitu *Data Platform, Data Engineer, dan Data Analyst*. Struktur organisasi perusahaan dalam lingkup *IT Data Team* dapat dilihat pada Gambar 2.2. Pada struktur organisasi ini, posisi tertinggi dalam hierarki ditempati oleh *Chief Data & Digital Officer*, yang bertanggung jawab atas seluruh aspek strategis dalam pengelolaan data dan digitalisasi di Kawan Lama Group. Di bawah kepemimpinan *Chief Data & Digital Officer*, *IT Data Team* memiliki tiga kepala divisi yang membawahi masing-masing unit, yaitu *Deputy Chief of Data Platform, Deputy Chief of Data Engineering, dan Senior Data Analyst Manager*.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi IT Data Team Kawan Lama Group

Dalam divisi Data Engineer, yang berada di bawah naungan *Deputy Chief of Data Engineering*, memiliki 16 anggota yang terbagi menjadi tiga tim utama, yaitu *Artificial Intelligence/Machine Learning (AI/ML)*, *Data Engineer*, dan *Analytics Engineer*. Tim *AI/ML* terdiri dari tiga orang, yang mencakup satu orang *Senior AI/ML Developer*, satu orang *AI/ML Developer*, dan satu orang *AI/ML Associate*. Tim *Analytics Engineer* memiliki tiga anggota, yang terdiri dari dua orang *Data Analytics Engineering* dan satu orang *Data Analytics Engineering Associate*. Sementara itu, Tim *Data Engineer* memiliki sepuluh anggota, yang terdiri dari dua orang *Senior Data Engineer*, dua orang *Data Engineer*, enam orang *Data Engineer Associate*, serta dua orang *Data Engineer Associate Intern*. Di sisi lain, divisi *Data Analyst* yang berada di bawah naungan *Senior Data Analyst Manager* memiliki delapan anggota, yang terdiri dari enam orang *Data Analyst*, dan dua orang *Data Analyst Associate Intern*. Selanjutnya, dalam divisi *Data Platform* yang dipimpin oleh *Deputy Chief of Data Platform*, terdapat empat anggota yang terdiri dari dua orang *Senior Data Quality Analyst*, satu orang *Data Quality Analyst*, serta satu orang *Data Quality Analyst Intern*. Setiap divisi memiliki tugas dan tanggung jawab yang saling berhubungan, sehingga dapat data yang dikelola tidak hanya akurat dan

berkualitas tinggi, tetapi juga dapat digunakan secara optimal untuk pengambilan keputusan yang lebih efektif.

