

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Kurnia Ciptamoda Gemilang, yang lebih dikenal dengan PT KCG, memulai kiprahnya pada tahun 1998 dengan membuka gerai internasional pertamanya di Indonesia melalui *brand* Charles & Keith. Perjalanan bisnisnya terus berkembang, dan pada tahun 2006, PT KCG kembali memperluas jangkauannya dengan menghadirkan *brand* internasional Pedro. Di tahun yang sama, Charles & Keith telah memiliki 12 gerai ritel di Indonesia. Empat tahun kemudian, jumlah gerai Charles & Keith meningkat menjadi 20. Selang empat tahun berikutnya, lebih dari 40 gerai ritel Charles & Keith dan Pedro telah hadir di berbagai provinsi di Indonesia. Pada tahun 2018, PT KCG berhasil memperluas jaringan ritelnya dengan mengoperasikan lebih dari 80 gerai Charles & Keith dan Pedro di beberapa wilayah di Indonesia. Selanjutnya, pada tahun 2013, *brand* Pomelo resmi bergabung dalam jaringan PT KCG dan membuka gerai pertamanya di Central Park Mall. Kemudian, pada tahun 2019, PT Kurnia Ciptamoda Gemilang memperkenalkan gerai internasional pertama di Asia Tenggara dengan *brand* Emporio Armani 7 (EA7), yang berlokasi di Indonesia (Kurnia Ciptamoda Gemilang, 2022).

2.1. Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT Kurnia Ciptamoda Gemilang

Sumber: PT KCG, 2025

Gambar diatas menampilkan logo milik PT Kurnia Ciptamoda Gemilang. Logo ini menampilkan inisial “KCG” yang merupakan singkatan dari nama perusahaan, berfungsi sebagai identitas merek sekaligus mencerminkan citra perusahaan sebagai pelaku utama dalam industri ritel yang gemilang. Desain logo menggunakan tipe huruf yang tegas dan energik, dilengkapi dengan garis-garis yang merepresentasikan dinamika serta perkembangan tren *fashion* yang terus berubah dan tidak mengikuti pola tertentu. Warna huruf “KCG” menggabungkan nuansa permata elegan seperti *emerald*, *sapphire*, dan *turquoise*.

2.1.2 Visi Misi Perusahaan

PT Kurnia Ciptamoda Gemilang menetapkan visi dan misi sebagai dasar serta arah dalam menjalankan kegiatan bisnis dan operasional perusahaan.

2.1.2.1 Visi Perusahaan

PT Kurnia Ciptamoda Gemilang memiliki visi, yaitu untuk mencapai “Premium Retail Enterprise”. Istilah "premium" dalam konteks ini merujuk pada sesuatu yang berkualitas tinggi dan berkelas, baik dari segi hasil maupun proses kerja yang diterapkan di dalam perusahaan.

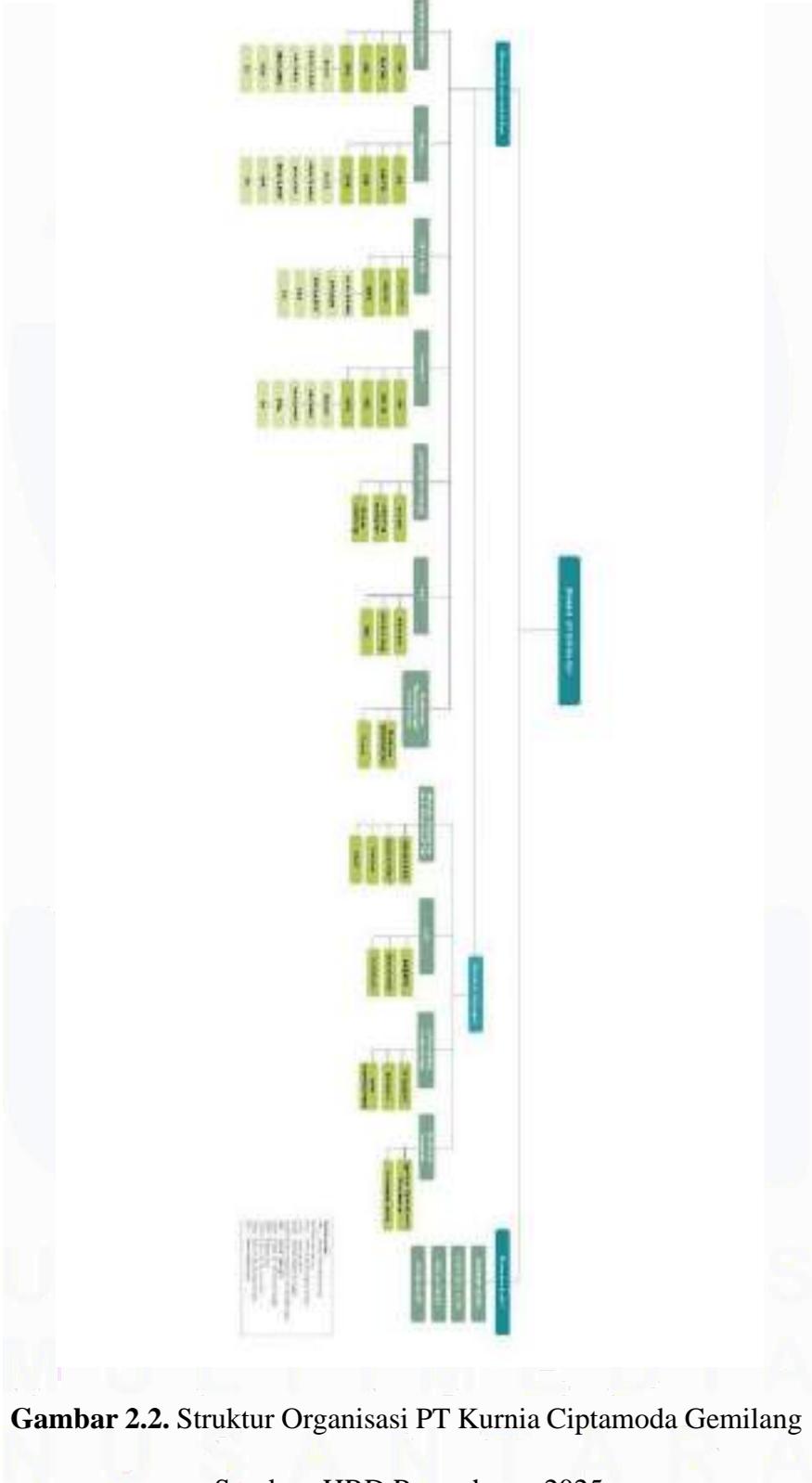
2.1.2.2 Misi Perusahaan

Dalam rangka mencapai visi di atas, PT Kurnia Ciptamoda Gemilang merancang misi, sebagai berikut:

- 1) *Financial Health*, PT KCG berkomitmen untuk mendapatkan keuntungan dan menghindari terjadinya kerugian terhadap perusahaan, serta selalu berorientasi untuk membandingkan biaya yang dikeluarkan dengan hasil yang ingin dicapai. Hal tersebut berlandaskan pada *Cost benefit Analysis*, dimana keuntungan yang diterima perusahaan harus lebih besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan untuk penjualan produk.
- 2) *Best Services*, PT KCG berupaya untuk memberikan pelayanan atau service yang terbaik bagi pelanggan, *principal*, dan *partner*.

- 3) *Right Infrastructure*, PT KCG mendukung pengembangan sarana & prasarana perusahaan, serta melakukan investasi kepada hal tersebut untuk mencapai tujuan perusahaan.
- 4) *Worldwide Reputation*, Dalam proses kerja perusahaan, PT KCG mengikuti ukuran yang telah ditetapkan secara nasional maupun internasional.

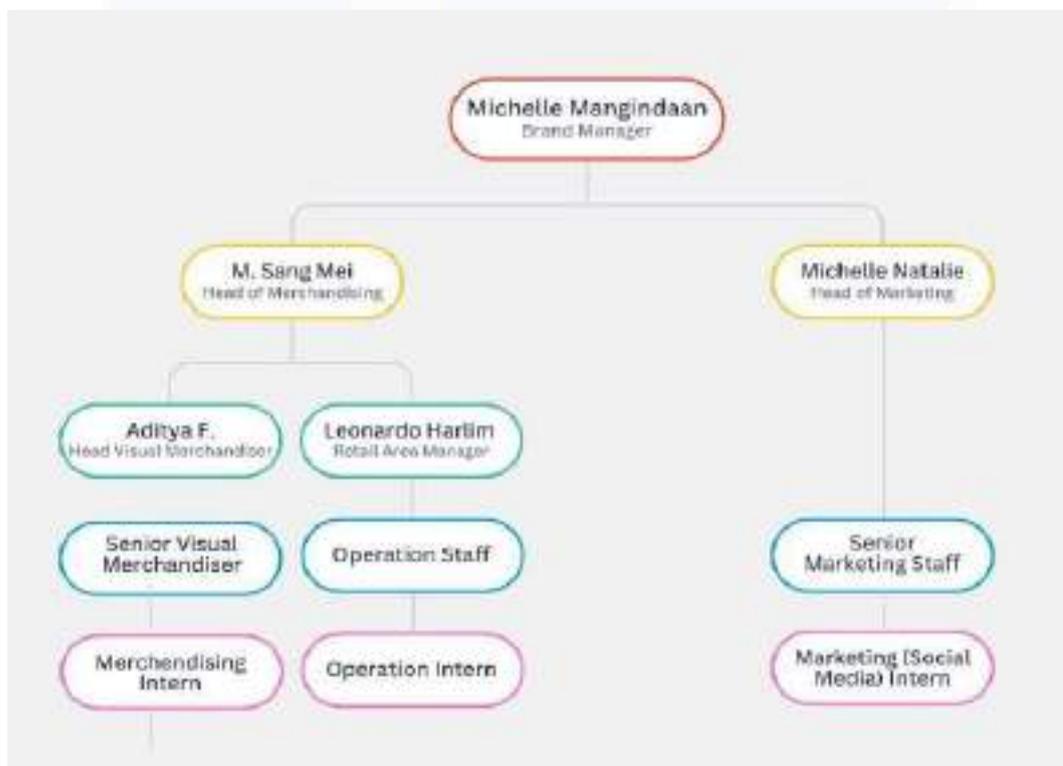
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2. Struktur Organisasi PT Kurnia Ciptamoda Gemilang

Sumber: HRD Perusahaan, 2025

Struktur organisasi di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang dipimpin oleh Board of Director (BOD) yang terdiri dari empat orang. Di bawahnya, terdapat jajaran Executive yang beranggotakan tiga orang. Selanjutnya, organisasi ini memiliki sejumlah Division Head yang bertanggung jawab atas berbagai divisi, seperti Pedro, Charles & Keith, Emporio Armani 7, Pomelo, Human Resource & General Affair, Learning & Development, Finance Accounting & Tax, serta Logistic Warehouse & Inventory. Masing-masing kepala divisi memiliki peran dan tujuan strategis yang berbeda, namun semuanya bertujuan untuk mendukung pencapaian keuntungan bagi PT Kurnia Ciptamoda Gemilang.



Gambar 2.3. Struktur Organisasi Pomelo Indonesia

Sumber: Olahan Pribadi

Struktur organisasi Pomelo Fashion Indonesia dipimpin oleh Michelle Mangindaan selaku *Brand Manager*, yang membawahi dua divisi utama, yaitu *Merchandising* dan *Marketing*.

Divisi *Merchandising* dipimpin oleh Michaela Sang Mei sebagai *Head of Merchandising*, dengan dua bagian utama di bawahnya, yaitu:

1. *Visual Merchandising*, yang dipimpin oleh Aditya Fathurachman dan terdiri dari *Senior Visual Merchandiser* dan *Merchandising Intern* dibawahnya.
2. *Operasional Retail*, yang dikoordinasikan oleh Leonardo Harlim sebagai *Retail Area Assistant Manager* dan dibantu oleh *Operation Staff* dan *Operation Intern*.

Divisi *Marketing* dipimpin oleh Michelle Natalie selaku *Head of Marketing*, yang mengoordinasikan *Senior Marketing Staff* dan *Marketing Intern*.

Selama masa magang, penulis menduduki posisi di bawah divisi *Marketing* sebagai *Marketing Intern*, dengan tanggung jawab krusial dalam mendukung aktivitas digital *branding*, khususnya dalam pembuatan konten dan pengelolaan media sosial perusahaan, berupa Instagram dan TikTok. Seluruh kegiatan magang diarahkan oleh *Senior Marketing Staff*, yang langsung berada di bawah koordinasi *Head of Marketing*. Divisi lainnya seperti *Merchandising* dan *Operasional* juga turut mendukung jalannya aktivitas perusahaan, terutama dalam hal penyajian produk dan pengelolaan toko secara menyeluruh.

