

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Perusahaan

Dikutip dari situs web www.kawanlamagroup.com, Kawan Lama Group merupakan salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia yang telah beroperasi sejak tahun 1955. Didirikan oleh Mr. Wong Jin dan dikembangkan oleh putranya, Kuncoro Wibowo, perusahaan ini awalnya berbentuk toko peralatan teknik. Seiring waktu, bisnis ini berkembang dan kini memiliki berbagai pilar usaha, meliputi *industrial & commercial*, *consumer retail*, *property & hospitality*, *commercial technology*, serta *manufacturing & engineering*. Beberapa merek ternama di bawah naungan Kawan Lama Group di kategori *consumer retail* antara lain AZKO, INFORMA, INFORMA Custom Furniture, INFORMA Electronics, INFORMA Work & Space, ATARU, Pendopo, Home Galeria, Selma, EYE SOUL, Toys Kingdom, dan Pet Kingdom.

INFORMA (PT Home Center Indonesia Retail) adalah salah satu unit bisnis utama Kawan Lama Group yang berfokus pada ritel *furniture* dan produk gaya hidup. Sejak didirikan pada tahun 2004, INFORMA telah menjadi destinasi utama masyarakat Indonesia untuk memenuhi kebutuhan *furniture* rumah, kantor, dan ruang publik. Dengan lebih dari 120 toko yang tersebar di lebih dari 50 kota dan mempunyai 35.000 koleksi produk yang terus diperbarui, INFORMA menawarkan solusi lengkap mulai dari *furniture*, dekorasi, hingga peralatan rumah tangga berkualitas premium.

Selain INFORMA, PT Home Center Indonesia Retail juga menaungi beberapa unit bisnis lainnya, antara lain INFORMA Electronics, INFORMA Custom Furniture, Selma, Rolka, THYS, EyeSoul, Home Galeria, dan Pet Kingdom, yang masing-masing memiliki fokus berbeda dalam menjawab kebutuhan gaya hidup modern.

Perbedaan INFORMA, INFORMA Electronics, dan INFORMA Custom Furniture adalah sebagai berikut:

- INFORMA

INFORMA menyediakan beragam furnitur dan aksesoris untuk rumah, kantor, hingga ruang publik. Produk yang ditawarkan mencakup berbagai kategori seperti sofa, tempat tidur, meja, lemari, dekorasi, serta perlengkapan rumah tangga lainnya.

- INFORMA Electronics

INFORMA Electronics khusus menyediakan produk-produk elektronik rumah tangga dan gaya hidup digital. Produk yang ditawarkan mencakup berbagai kategori, seperti televisi, kulkas, AC, mesin cuci, hingga perangkat elektronik kecil seperti *blender*, *rice cooker*, dan *air fryer*. INFORMA Electronics juga menghadirkan berbagai pilihan merek ternama, termasuk KELS (merek milik INFORMA).

- INFORMA Custom Furniture

INFORMA Custom Furniture merupakan unit khusus dari PT Home Center Indonesia Retail yang berfokus pada layanan furnitur kustom atau pesanan khusus, memberikan keleluasaan bagi pelanggan untuk mendesain furnitur sesuai kebutuhan, ukuran ruang, gaya personal, dan anggaran.

Diperkenalkan pada tahun 2017 sebagai bentuk pengembangan konsep dari INFORMA, INFORMA Custom Furniture hadir dengan slogan "*Made to Your Request*". Layanan ini memberikan nilai tambah bagi pelanggan melalui fleksibilitas dalam menentukan bentuk, ukuran, warna, hingga material furnitur, guna mewujudkan ruangan impian, baik untuk keperluan hunian pribadi maupun kebutuhan bisnis.

2.1.1 Visi Misi Perusahaan

Dikutip dari situs web informa.co.id, INFORMA berkomitmen menjadi mitra dalam menciptakan hunian dan lingkungan bisnis yang lebih baik bagi

konsumen. Visi ini diwujudkan melalui inovasi berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan berbagai generasi. Berikut visi resmi Informa:

"To create better homes and businesses together, bringing style and comfort through continuous value creation that serves across generations."

Untuk mewujudkan visi tersebut, Informa menjalankan misi berikut:

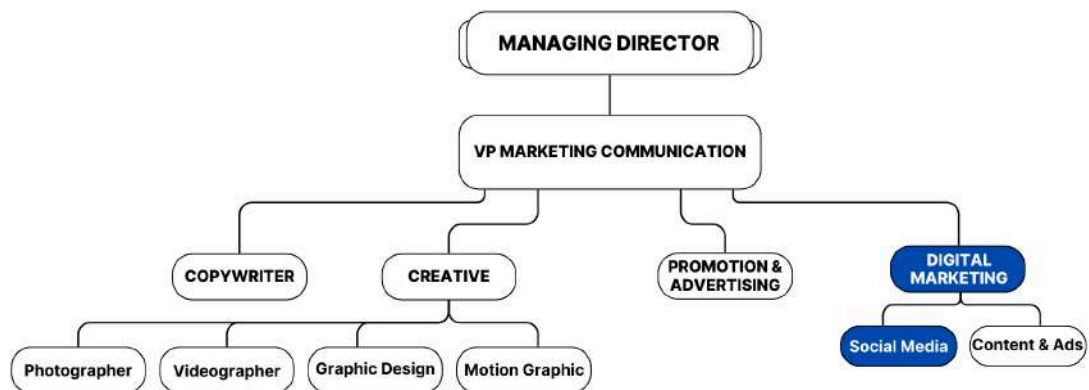
"To offer a wide range of stylish quality products and services that meet all styles and needs from timeless to latest across segments of market, with sustainable positive improvement and enjoyable shopping experience."

Misi ini mencakup tiga pilar utama:

1. Menyediakan koleksi lengkap *furniture* dan produk gaya hidup yang tidak hanya fungsional tetapi juga *stylish*.
2. Mengembangkan produk dan layanan mengikuti perkembangan tren serta preferensi konsumen.
3. Menciptakan lingkungan belanja yang nyaman, baik secara *offline* (gerai) maupun *online* (platform digital), dengan layanan ramah dan solutif.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Seluruh aktivitas di PT Home Center Indonesia Retail berada di bawah pengawasan Ibu Meutia Kumala sebagai *Managing Director*. Beliau bertanggung jawab memimpin dan mengelola bisnis secara keseluruhan, merumuskan strategi, mengawasi kinerja, serta memastikan perusahaan mencapai tujuan jangka panjang. Di bawah *Managing Director*, terdapat beberapa departemen yang bersinergi, salah satunya adalah Departemen *Marketing Communication* yang dipimpin oleh *Vice President (VP) Marketing Communication*.



Gambar 2.1 Struktur Departemen *Marketing Communication*

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2025

Berdasarkan hasil wawancara dengan semua pemegang posisi di Departemen *Marketing Communication*, yang struktur organisasinya telah ditampilkan pada Gambar 2.3, diperoleh penjelasan sebagai berikut: Seorang *VP Marketing Communication* bertugas merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasi, mengawasi, dan menganalisis semua aktivitas yang berkaitan dengan promosi di toko, media sosial, dan platform lainnya. *VP Marketing Communication* juga bertanggung jawab untuk memastikan semua program promosi dan komunikasi pemasaran berjalan sesuai dengan strategi perusahaan, anggaran yang telah ditetapkan, serta kalender pemasaran (*marketing calendar plan*).

Lalu dibawah *VP Marketing Communication*, terdapat empat divisi yang saling berkoordinasi, yaitu *Copywriter*, *Promotion & Advertising*, *Creative*, dan *Digital Marketing*. Berikut tanggung jawab dari keempat divisi tersebut:

1) Divisi Copywriter

Bertanggung jawab atas pembuatan semua konten komunikasi, *branding*, dan promosi dalam bentuk tulisan untuk berbagai media. Konten ini mencakup media cetak, media massa, dan media digital. Tugas utama divisi ini adalah memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui

tulisan sesuai dengan identitas merek dan mampu menarik minat target audiens.

2) Divisi Creative

Divisi *Creative* terdiri dari beberapa posisi dengan tanggung jawab yang saling melengkapi, yaitu *Photographer*, *Videographer*, *Graphic Design*, dan *Motion Graphic*.

a. Photographer

Memiliki tugas memotret talent untuk mendukung tim promosi dan periklanan, mengumpulkan aset konten untuk semua merek, serta memotret untuk keperluan media digital dan media cetak.

b. Videographer

Memiliki tugas merekam video untuk keperluan promosi, seperti iklan, konten media sosial, dan video internal. Selain itu, *videographer* juga bertanggung jawab untuk memastikan kualitas video yang dihasilkan memenuhi standar perusahaan.

c. Graphic Design

Memiliki tanggung jawab untuk membuat *key visual* berdasarkan strategi promosi yang dirancang oleh tim *marketing*, seperti promo tematik bulanan. Divisi ini juga mendesain materi iklan untuk media OOH (*Out of Home*), media cetak, dan media digital. Selain itu, *graphic design* membuat *master key visual* yang digunakan oleh berbagai departemen seperti *visual merchandising*, *digital marketing*, *motion graphic*, dan tim *membership*. Mereka juga mengembangkan konsep grafis untuk buku tematik, brosur promo, dan aset grafis lainnya.

d. Motion Graphic

Memiliki peran untuk membuat konten video animasi berdasarkan brosur atau *point of purchase* (POP) yang telah dicetak. Mereka menambahkan elemen animasi untuk diposting di TV toko, video tron, dan platform

digital. Selain itu, *motion graphic* juga memastikan konten video tayang dengan baik menggunakan *software* khusus.

3) Divisi Promotion & Advertising

Divisi ini memiliki peran penting dalam merencanakan dan melaksanakan program promosi yang efektif dan efisien. Tugas utama divisi ini meliputi:

- **Perencanaan Program**

Merancang program promosi yang menarik dan komunikatif sesuai dengan kebutuhan perusahaan, informasi *marketing intelligence*, serta karakteristik toko dan produk. Program ini dirancang untuk meningkatkan penjualan dan *engagement* dengan konsumen.

- **Pengawasan Pelaksanaan**

Mengontrol pelaksanaan program promosi yang sedang berlangsung dan berkoordinasi dengan pihak terkait seperti operasional, *merchandising*, dan *visual merchandising* untuk memastikan program berjalan lancar sesuai anggaran dan rencana pemasaran.

- **Evaluasi Program**

Mengevaluasi seluruh aktivitas promosi untuk memahami perilaku dan kebutuhan konsumen, serta menganalisis efektivitas program guna meningkatkan kualitas kerja di masa depan.

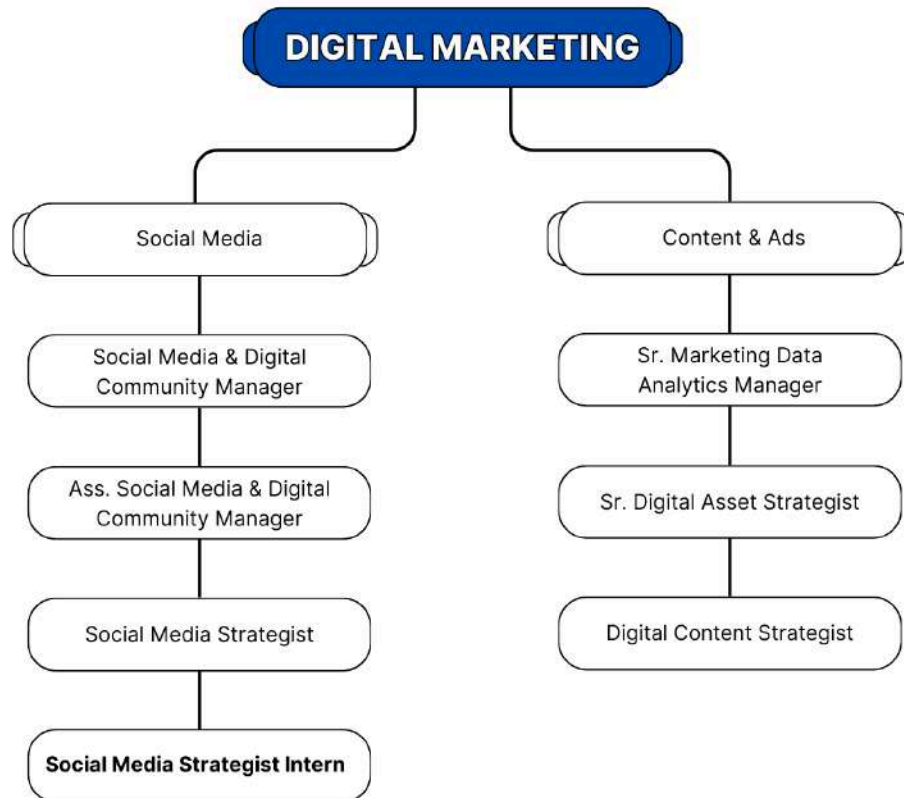
- **Hubungan dengan Vendor dan Mitra**

Membina hubungan kerja dengan vendor, sponsor, media, *agency*, dan pihak terkait lainnya, serta mengevaluasi kinerja vendor untuk memastikan pelayanan yang optimal bagi perusahaan.

- **Pengelolaan Anggaran**

Menyusun anggaran promosi agar program dapat berjalan efektif dan efisien, serta memastikan pengeluaran sesuai dengan target *revenue* perusahaan.

2.2.1 Ruang Lingkup Divisi Digital Marketing



Gambar 2.2 Struktur Departemen *Digital Marketing*

Sumber: Data Olahan Pribadi, 2025

Departemen *Digital Marketing* di INFORMA (PT Home Center Indonesia Retail) memiliki peran khusus dalam mengelola strategi pemasaran berbasis digital. *Digital Marketing* berfokus pada pemanfaatan platform digital untuk meningkatkan *brand awareness*, *engagement*, dan penjualan. Departemen ini terbagi menjadi dua divisi utama: *Social Media* dan *Content & Ads*. Berikut penjelasan tugas dan tanggung jawab masing-masing divisi:

1) **Social Media**

Divisi Social Media bertanggung jawab mengelola seluruh aktivitas media sosial perusahaan, termasuk perencanaan konten, interaksi dengan audiens, dan kolaborasi dengan *Key Opinion Leader* (KOL).

a. **Social Media & Digital Community Manager**

- Menganalisis tren dan kompetisi dalam pengelolaan media dan pemasaran digital sebagai acuan untuk standarisasi aktivitas *digital marketing*.
- Melakukan analisis dan evaluasi terhadap aktivitas media dan pemasaran digital di unit usaha sebagai dasar untuk umpan balik dan perbaikan.
- Menyusun rencana kerja taktis untuk optimasi media dan iklan digital sebagai saluran peningkatan pelanggan.
- Mengevaluasi media yang ada dan memberikan rekomendasi media untuk kebutuhan proyek pengembangan media.

b. Assistant Social Media & Digital Community Manager

Tugas posisi ini kurang lebih sama dengan *Manager*, dengan fokus tambahan pada:

- Membangun dan mengelola komunitas *online* untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.
- Menjalin interaksi di *media online* dengan baik untuk meningkatkan citra positif perusahaan dalam komunitas *online*.

c. Social Media Strategist

- Mengelola seluruh aktivitas media sosial perusahaan.
- Merancang perencanaan konten mingguan atau bulanan.
- Membuat *brief* dan *copywriting* untuk konten media sosial.
- Berkoordinasi dengan KOL untuk kampanye pemasaran.
- Berinteraksi aktif dengan pengikut melalui komentar dan pesan langsung untuk membangun hubungan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

2) Content & Ads

Divisi *Content & Ads* berfokus pada pembuatan dan pengelolaan konten serta iklan digital. Berikut tugas masing-masing posisi dalam divisi ini:

a. Sr. Marketing Data Analytics Manager

- Menentukan metode atau teknik pengolahan data pemasaran yang tepat untuk memastikan semua informasi terintegrasi dan berguna dalam pengambilan keputusan.

- Berkoordinasi dengan tim internal pemasaran untuk mengambil keputusan bisnis berdasarkan hasil rekomendasi data, sehingga strategi pemasaran menjadi lebih tajam, terukur, dan terkontrol.
- Merencanakan pengembangan metode pengolahan dan penyajian informasi terkait data pemasaran secara efektif dan efisien.
- Mengevaluasi hasil analisis data dan *insight* untuk memastikan setiap rekomendasi yang diimplementasikan terlaksana dengan baik dan terjadi perbaikan berkesinambungan.

b. Sr. Digital Asset Strategist

- Mengoptimalkan iklan berbayar sesuai target audiens dan anggaran.
- Memantau progres dan optimasi iklan di semua platform iklan digital.
- Menetapkan strategi pemasangan iklan untuk mencapai tujuan pemasaran.

c. Digital Content Strategist

- Menyusun artikel untuk situs web dan membuat *landing page* dari promo yang diberikan oleh divisi *Promotion & Advertising*.
- Memberikan notifikasi untuk aplikasi *mobile* INFORMA.
- Menyusun laporan kinerja iklan dan *traffic website*.
- Mengoptimalkan *search engine* melalui kata kunci dan konten sebagai dasar evaluasi dan pengambilan keputusan strategis.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA