



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Perusahaan Kawan Lama merupakan perusahaan distribusi terkemuka di Indonesia dengan jangkauan terluas dari peralatan industri dan mesin. Kawan Lama beroperasi lebih dari 23 cabang di beberapa negara. Berdiri dari tahun 1955, perusahaan Kawan Lama semakin berkembang dan memperluas bisnis di berbagai bidang. Kawan Lama berkembang menjadi bisnis group yang sukses di kenal di Indonesia.

Gambar 2.1 : Logo Perusahaan Kawan Lama



Kawan Lama®
#1 Commercial & Industrial Supply Company

Sebelum menjadi perusahaan besar seperti sekarang, Wong Jin, sebagai pendiri, membuka toko sederhana pada tahun 1955 yang menjual peralatan (*hardware*) dengan luas took 3x3 meter di daerah Glodok. Kemudian bisnis semakin berkembang ketika anaknya, Kuncoro Wibowo, melakukan perkembangan dalam usaha Wong Jin. Tahun 1980 PT. Kawan Lama Sejahtera terdaftar sebagai perusahaan distribusi. Sampai saat ini, perusahaan masih dipegang oleh Kuncoro Wibowo sebagai generasi kedua dalam bisnis perusahaan Kawan Lama.

Visi dari perusahaan Kawan Lama adalah untuk menjadi perusahaan “*WORLD CLASS*” baik di bidang komersial maupun sebagai perusahaan pemasok industri.

W : <i>Widest range and network</i>	C : <i>Continous learning organization</i>
O : <i>Operational and service excellences</i>	L : <i>Latest Information Technology</i>
R : <i>Respected organization</i>	A : <i>Access to global market</i>
L : <i>Leading supply company</i>	S : <i>Sense of pride and happiness</i>
D : <i>Dynamic and professional management</i>	S : <i>Sharing Industrial Expertise</i>

Misi dari perusahaan adalah menjadi partner bagi konsumen dan juga partner bisnis dalam menyediakan peralatan, perlengkapan, dan mesin dengan keunggulan layanan yang luar biasa. Kawan Lama membangun para karyawan untuk menjadi pribadi yang *Elite (Excellence, Leadership, Integrity, Teamwork, Enthusiasm)*. Nilai yang ditanamkan tersebut membangun pribadi tiap individu menjadi pribadi yang luar biasa dalam menyediakan pelayanan terbaik hingga membangun nilai potensial dalam diri mereka di dalam organisasi.

Lebih dari setengah abad, Kawan Lama tumbuh dan berkembang bisnisnya dari usaha industri ke bisnis ritel, layanan dan bisnis properti. Bisnis dalam Kawan Lama kini disebut dengan Kawan Lama Group yang terdiri dari *B2B Distribution (business to business distribution)*, *B2C Retail (business to customer)*, *Service and Property*, dan *Manufacturing and engineering*.

Gambar 2.2 : Kawan Lama Group



Perusahaan Kawan Lama juga aktif dalam kegiatan CSR. Kegiatan CSR ini merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial masyarakat di lingkungan kerja Kawan Lama. Kegiatan sosial yang pernah dilakukan oleh perusahaan adalah:

1. Berpartisipasi dalam kepedulian terhadap bencana alam di Indonesia
2. Membersihkan candi Borobudur dan Prambanan
3. Kompetisi metrologi tingkat nasional untuk pelajar
4. Berbagi keahlian industri dengan institusi pendidikan

Selain perusahaan Kawan Lama sendiri, setiap brand dari setiap jenis usaha juga diwajibkan untuk melakukan kegiatan sosial yang sesuai dengan lingkup kerja masing-masing bisnis. Bagi perusahaan kegiatan CSR merupakan investasi jangka panjang yang

berguna untuk meminimalisasi resiko sosial, serta berfungsi sebagai sarana meningkatkan citra perusahaan di mata publik.

Penulis melakukan praktik kerja magang dalam bidang bisnis *B2C Retail* Kawan Lama. Berikut adalah beberapa brand yang dipegang oleh bisnis Kawan Lama retail:

1. Ace Indonesia

Ace didirikan pada tahun 1995 sebagai anak perusahaan dari PT. Kawan Lama Sejahtera. PT. Ace Hardware Indonesia, Tbk merupakan pemegang lisensi tunggal dari Ace Hardware Indonesia yang ditunjuk langsung oleh Ace Hardware Corporation, Amerika. Sampai saat ini, Ace sudah memiliki lebih dari 100 cabang di seluruh Indonesia.

Gambar 2.3 : Logo Ace



Visi dari Ace adalah berusaha menjadi pusat ritel perlengkapan rumah dan gaya hidup yang terdepan di Indonesia. Dalam hal ini, Ace sudah berusaha untuk menyediakan lebih dari 1000 jenis barang kebutuhan rumah tangga untuk mempermudah para konsumen dalam berbelanja. Sedangkan misi dari Ace Indonesia adalah memberikan pilihan lengkap untuk produk berkualitas tinggi dengan harga kompetitif, yang ditunjang dengan pelayanan pelanggan oleh tim profesional.

2. Informa

Informa merupakan bisnis furniture terbesar dan terlengkap di Indonesia dengan konsep berbelanja *one stop shopping*. Informa menyediakan lebih dari 60.000 produk berkualitas dengan suasana berbelanja yang nyaman. Informa sudah

memiliki lebih dari 60 cabang di seluruh Indonesia. Selain sebagai perusahaan ritel, Informa juga melakukan bisnis *B2B* yang melayani penjualan dalam skala yang besar. Beberapa perusahaan yang bekerjasama dengan Informa antara lain Toyota Astra, Bank Mandiri, Kidzania, Honda, Burger King, Starbucks, Omni Hospital, dan lainnya.

Gambar 2.4 : Logo Informa



Informa juga membawa brand pendopo yang merupakan salah satu brand milik perusahaan Kawan Lama Retail. Pendopo merupakan Rumah Batik dan Kerajinan Indonesia, menghadirkan koleksi batik cap dan tulis dari berbagai daerah melalui kemitraan dengan para pengrajin tradisional. Untuk saat ini pendopo memiliki 3 cabang yang berada di Jakarta, Tangerang dan Bandung.

Gambar 2.5 : Logo Pendopo



3. Toys Kingdom

Toys Kingdom juga merupakan anak perusahaan dari Kawan Lama group di bidang retail. Toys Kingdom merupakan toko mainan terlengkap untuk para anak maupun bagi orang tua yang hobi dengan mainan tertentu. Bisnis dari perusahaan ini sudah bergerak hingga *e-commerce*. Sampai saat ini, Toys Kingdom sudah memiliki 25 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia.

Gambar 2.6 : Logo Toys Kingdom



4. Chatime

Chatime merupakan minuman asal Taiwan yang didirikan pada tahun 2005. Sejak saat itu Chatime terus berkembang hingga lebih dari 1000 cabang diseluruh dunia, terutama di Asia. Kawan Lama sendiri telah membawa brand Chatime ini sejak tahun 2011 dan telah mendirikan lebih dari 100 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia. Seluruh gerai Chatime di Indonesia merupakan milik Kawan Lama retail. Kawan Lama tidak membuka *franchise* dalam bisnisnya.

Gambar 2.7 : Logo Chatime



5. Office 1 Superstore

Office 1 Superstore merupakan perusahaan multinasional dari Amerika yang beroperasi di 27 negara dengan lebih dari 600 gerai. Office 1 Superstore merupakan toko yang menjual kebutuhan kantor dengan konsep “one stop shopping untuk kebutuhan kantor Anda”, produk bermutu kami terbagi menjadi 8 departemen kategori, yaitu Stationery, Paper & Supplies, Technology, Gifts & Novelties,

Furniture, Bags, Janitorial, dan Business Center Services. Departemen Business Center Services menyediakan seluruh digital large format printing, scanning & photocopy, photo studio, photo booth, dan business services lainnya. Pada bulan Maret 2011 Office 1 hadir pertama kali di Indonesia dan sampai saat ini sudah ada 9 gerai yang tersebar di Indonesia.

Gambar 2.8 : Logo Office 1 Superstore



6. Bike Colony

Didirikan pada tahun 2011, Bike Colony muncul dari kebutuhan akan sepeda dengan kualitas tinggi yang jarang ditemukan di Indonesia. Seiring dengan berkembangnya para pengguna sepeda di Indonesia, maka Bike Colony hadir sebagai anak perusahaan Kawan Lama Retail Business yang memfasilitasi kebutuhan masyarakat untuk hidup sehat dengan bersepeda. Bike Colony menyediakan berbagai koleksi sepeda dengan brand internasional, baik untuk kebutuhan sehari-hari ataupun profesional, beserta aksesoris dan perlengkapannya. Hingga saat ini, Bike Colony sudah memiliki 12 gerai yang tersebar di pulau Jawa dan Bali.

Gambar 2.9 : Logo Bike Colony



7. Cupbop

Merupakan brand terbaru milik Kawan Lama yang berdiri pada tanggal 22 Juni 2016. Cupbop merupakan makanan Korea asal Amerika yang terkenal dengan jenis *foodtruck*. Cupbop hadir di Indonesia dengan gaya restaurant. Saat ini Cupbop sudah ada di Alam Sutera dan akan segera membuka gerai kedua di daerah Jakarta.

Gambar 2.1.0 : Logo Cupbop



2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Dalam proses praktek kerja magang, penulis berada pada bagian *Project Management* Internship yang berada dibawah arahan langsung Pungkas Riandika selaku Head of Digital Marketing dan Melissa Tjahyadi selaku Project Manager Digital Marketing Kawan Lama Retail. Divisi *Digital Marketing* sendiri dalam praktiknya merupakan orang-orang yang bekerja di bidang digital untuk mengembangkan bisnis retail milik perusahaan Kawan Lama.

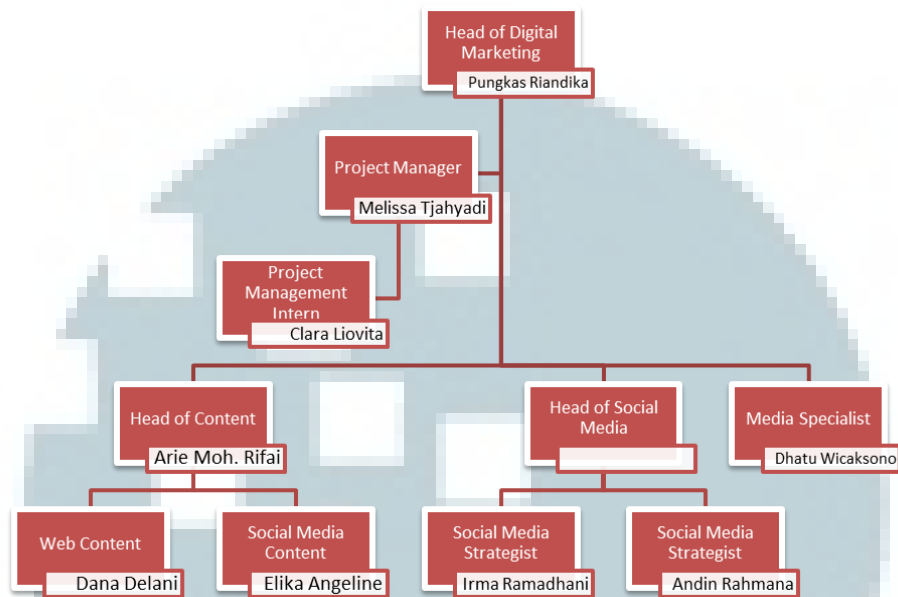
Gambar 2.2.1 : Struktur Perusahaan



Tim digital marketing berada dibawah naungan divisi Marketing Kawan Lama Retail. Tentu setiap bagian memiliki perannya masing-masing. Tugas seorang PR dalam perusahaan ini adalah untuk berhubungan langsung dengan media, membuat release dan media monitoring. Sedangkan tim Activation bertugas untuk merancang suatu acara dari masing-masing brand Kawan Lama Retail, seperti acara launching atau buka bersama dengan media. Tim iklan dan promosi bertugas untuk merancang program bulanan dari masing-masing brand dan juga melakukan perencanaan materi iklan untuk media tertentu, seperti brosur bulanan, billboard, dan lainnya.

Sedangkan tim digital disini memegang peranan untuk menyampaikan program yang telah dirancang oleh tim promosi dalam media digital dan merencanakan pemasangan iklan serta program digital Kawan Lama Retail. Berikut struktur divisi digital marketing Kawan Lama Retail:

Gambar 2.2.2 : Struktur Divisi Penulis Melakukan Praktik Kerja Magang



Adapun ruang lingkup kerja divisi-divisi yang erat kaitannya dengan divisi yang ditekuni oleh penulis dalam praktik magang di Kawan Lama Retail, yaitu:

2.2.1 Project Management Digital Marketing

Bertanggung jawab untuk menjadi jembatan dalam menyampaikan informasi antara setiap brand dengan tim digital marketing dan juga sebaliknya. Membuat brief untuk tim creative sesuai dengan apa yang diinginkan untuk ditampilkan dalam media digital. Tentu tim project juga ikut serta dalam pengembangan ide serta strategi untuk setiap project brand Kawan Lama Retail.

Selain itu *project* juga bertugas untuk melakukan approach ke masing-masing brand untuk memperoleh *brief* mengenai promo atau event terbaru. Apabila dirasa memerlukan tim agency dalam suatu project, maka tim akan melakukan pitching dengan beberapa agency dan melakukan *brief* kepada agency untuk menjelaskan apa yang diinginkan oleh brand. *Project* juga memiliki tanggung jawab untuk mengawasi setiap project yang sedang berjalan dari masing-masing brand. Oleh sebab itu, *project*

harus memiliki list proyek yang sedang berjalan maupun yang akan berjalan dari setiap brand.

Seorang *project management officer* harus mampu dalam mengelola pesan yang diperoleh dari tim P&A (*Promotion and Advertising*) brand untuk dijadikan suatu proyek dalam digital marketing. Tim *project* juga harus melakukan brief terhadap tim untuk dapat menghasilkan proyek yang diharapkan oleh brand di perusahaan. Setiap proyek yang sedang dilaksanakan harus diamati oleh tim *project* agar kualitas hasil sesuai dengan harapan brand. Selain itu tim ini juga harus mampu untuk mengatur keuangan dalam digital marketing, seperti untuk biaya iklan online, hadiah untuk kuis di media sosial dan sebagainya.

Kesimpulannya ada tiga tugas ini dari seorang *project management officer*, yaitu *cost efficiency* (efisiensi biaya), *time effectivity* (efektifitas waktu), dan *quality assurance* (menjamin kualitas). *Project Management* berada pada posisi strategis dalam tim Digital Marketing, karena berada langsung dibawah arahan *head of digital marketing* yang turut memberikan masukan strategi komunikasi yang baik kepada brand maupun tim internal.

2.2.2 Content Digital Marketing

Tim Konten memiliki tanggung jawab untuk membuat konten dalam media digital seperti website, media sosial, dan juga mobile app yang merupakan aset dari brand. Tim konten akan membuat konten yang sesuai dengan brief yang diberikan oleh tim project. Konten digital marketing terdiri dari konten website yang bertugas untuk memperbaharui konten website setiap brand, dan konten sosial media yang bertugas untuk membuat konten kreatif bagi sosial media Kawan Lama Retail.

2.2.3 Social Media Strategist

Tim media sosial memiliki tanggung jawab untuk menciptakan *engagement* tiap brand dalam sosial media yang dimiliki oleh brand. Masing-masing brand memiliki tiga media sosial, yakni facebook, twitter dan instagram. Tugas dari tim media sosial

juga untuk memantau para konsumen melalui online. Tim harus mengetahui informasi setiap brand yang dipegang untuk memberikan informasi yang tepat kepada publik. Apabila ada keluhan dari publik di media sosial, tim juga harus mampu untuk menanganinya sehingga tidak menjadi isu yang negatif bagi brand. Tentu hal ini juga selalu dikomunikasikan dengan tim *project* digital marketing. Jadi tugas utama *social media strategist* adalah perencanaan konten, crm online, dan monitoring.

2.2.4 *Media Specialist*

Bertanggung jawab dalam melakukan analisis terhadap media digital dan melakukan perencanaan iklan online untuk brand Kawan Lama Retail mengenai media yang akan digunakan dalam melakukan suatu project tertentu. Tugas utama spesialis media adalah *planning* yaitu melakukan perencanaan untuk iklan online, *buying* yaitu untuk membeli slot kosong yang sesuai untuk meletakkan iklan online, dan *placement* yaitu peletakkan konten iklan di media yang tepat. Tentu dalam melakukan ini dibutuhkan keterampilan dalam mengatur *budget* yang diberikan oleh tim *project*.

2.2.5 *Creative*

Tim kreatif berada diluar dari divisi digital. Tim ini bertanggung jawab untuk membuat serta mengemas konten maupun desain berdasarkan brief atau panduan yang diberikan oleh klien untuk kemudian direalisasikan dalam berbagai strategi serta bentuk visual maupun konten kata-kata yang menarik dan sesuai dengan berbagai aspek terkait klien yang ditangani. Riset juga dilakukan oleh tim kreatif untuk mendukung hasil yang maksimal yang sesuai dengan kebutuhan dari tiap brand.

2.2.6 *Promotion and Advertising*

Tim ini berada diluar dari divisi digital marketing. Bertanggung jawab dalam membuat promosi yang menarik dari brand dan juga melakukan iklan di media konvensional. Tim melakukan brief kepada seluruh store dari brand apabila terhadap

promo. Tim ini juga melakukan brief kepada tim digital untuk dapat menyampaikan pesan secara online.

Baik dari divisi digital marketing, P&A, dan creative dalam praktiknya terus berjalan beriringan untuk dapat mencapai tujuan dari brand. Selain itu ketiga tim ini harus jalan saling berdampingan agar dapat terwujud bisnis *online to offline* dan *offline to online*. Koordinasi antar tim ini sangat diperlukan untuk dapat memperoleh hasil yang maksimal.

The logo of Universitas Muhammadiyah Negeri (UMMN) is displayed. It consists of a large, light blue circular emblem containing a stylized white face with several square-shaped eyes and a wide, open mouth. Below the emblem, the letters 'UMMN' are written in a bold, light blue, sans-serif font.



UMN