

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Kawan Lama Group merupakan salah satu grup usaha terkemuka di Indonesia, dengan lebih dari 1.200 gerai dan menaungi lebih dari 30 merek bisnis yang terbagi ke dalam enam pilar utama: *Industrial Commercial, Consumer Retail, Food Beverage, Property Hospitality, Commercial Technology, dan Manufacturing Engineering* [2]. PT Dana Kini Indonesia, yang lebih dikenal sebagai Danakini, resmi berdiri pada 15 September 2017 sebagai lini digital di bawah pilar *Commercial Technology*, dengan fokus pada layanan finansial berbasis teknologi [3].



Gambar 2.1. Logo Kawan Lama Group

Sumber: [2]

Danakini menawarkan beragam layanan melalui empat produk utama. KiniCintaku menawarkan fasilitas cicilan bagi pelanggan yang ingin membeli barang melalui *merchant* mitra. KiniBayar memberikan akses pendanaan kepada pelanggan yang telah memperoleh limit, dan layanan ini khusus digunakan untuk transaksi di *merchant* mitra. Sementara itu, KiniFlexi memungkinkan karyawan perusahaan mitra memperoleh pembiayaan tunai, dan KiniUsaha ditujukan untuk pelaku usaha atau perusahaan dengan legalitas resmi yang ingin membeli barang usaha melalui *merchant* Danakini.

MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.2. Logo PT Dana Kini Indonesia

Sumber: [3]

Sebagai anak perusahaan digital, Danakini menghadirkan layanan Pendanaan Bersama Berbasis Teknologi Informasi (LPBBDI). Layanan ini meliputi pendanaan untuk berbagai kebutuhan, mulai dari pengeluaran rumah tangga, gaya hidup, hingga kegiatan usaha mikro. Danakini merupakan platform *peer-to-peer lending* yang bertindak sebagai perantara dalam kegiatan pembiayaan. Dengan cakupan layanan yang disebutkan, Danakini hadir untuk menyediakan opsi pembiayaan yang lebih modern, mudah diakses oleh masyarakat, dan mendukung perluasan layanan keuangan di Indonesia. [2].

Operasional Danakini berlandaskan pada nilai-nilai *corporate values* Kawan Lama Group, yang dikenal dengan akronim I AM ELITE: *Innovative, Accountable, Mastery, Excellence, Leadership, Integrity, Teamwork, and Enthusiasm*. Nilai-nilai ini membentuk budaya kerja yang *human-centric*, menekankan pentingnya dampak positif dan keberlanjutan bagi seluruh pihak terkait. Seluruh aktivitas operasional perusahaan mengikuti ketentuan dalam POJK Nomor 10/POJK.05/2022 mengenai Layanan Pendanaan Bersama Berbasis Teknologi Informasi, dengan nomor izin KEP-46/D.05/2020 [2].

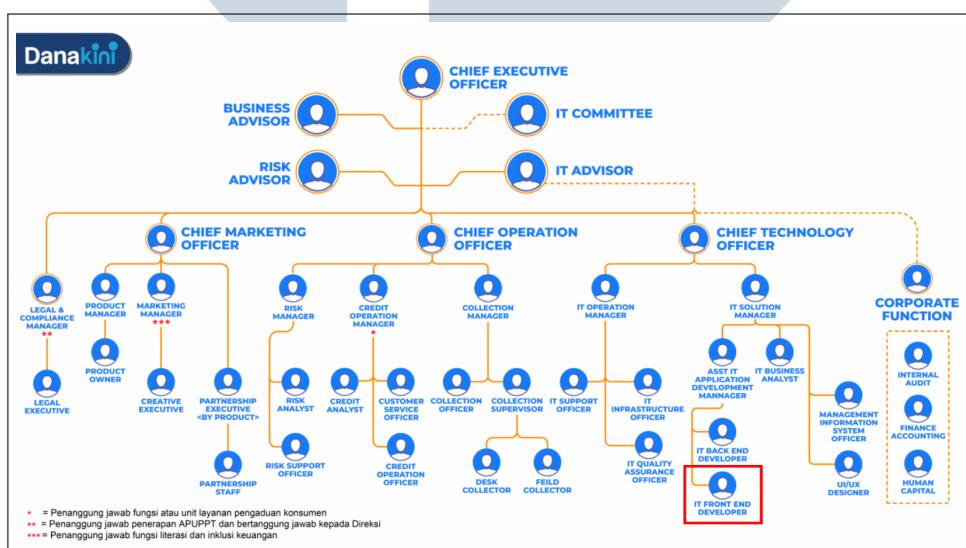
2.2 Visi dan Misi Perusahaan

PT Dana Kini Indonesia merumuskan visi dan misi yang menjadi landasan utama dalam menjalankan kegiatan dan pencapaian tujuannya. Visinya adalah memimpin sektor teknologi finansial di Asia Tenggara melalui teknologi tepat guna, penawaran finansial kompetitif, dan proses yang mudah dan cepat, serta menciptakan nilai tambah untuk para rekan bisnis. Adapun misinya yaitu memberikan nilai tambah kepada masyarakat melalui berbagai fasilitas layanan keuangan yang inovatif dan terjangkau.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Dana Kini Indonesia dipimpin oleh *Chief Executive Officer* (CEO) yang memperoleh dukungan dari *Business Advisor*, *Risk Advisor*, *IT Committee*, dan *IT Advisor*. Di bawah pimpinan CEO, terdapat tiga jabatan strategis, yakni *Chief Marketing Officer* (CMO), *Chief Operation Officer* (COO), dan *Chief Technology Officer* (CTO), beserta posisi pendukung yang diisi oleh *Corporate Function*.

CMO memiliki tanggung jawab atas pengelolaan *legal compliance*, pengembangan produk, kegiatan pemasaran, serta kerja sama kemitraan. COO berfokus pada aktivitas operasional kredit, layanan pelanggan, dan proses penagihan. Sementara itu, CTO memimpin seluruh aspek teknologi informasi, mencakup operasional *IT*, pengembangan aplikasi, dan analisis sistem bisnis. Adapun *Corporate Function* memberikan dukungan terhadap kegiatan operasional perusahaan melalui divisi *Internal Audit*, *Finance Accounting*, serta *Human Capital*. Gambar 2.3 menunjukkan struktur organisasi PT Dana Kini Indonesia.



Gambar 2.3. Struktur organisasi PT Dana Kini Indonesia

Sumber: [3]