

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Kawan lama group merupakan sebuah orgnasisasi yang menyediakan berbagai solusi untuk kebutuhan industri, komersial, dan juga gaya hidup masyarakat indonesia. Kawan lama awalnya adalah sebuah bisnis distribusi alat teknik dan industri, namun seiring dengan perkembangan zaman, kawan lama menjadi salah satu group bisnis terbesar di tanah air dengan jaringan yang mencakup berbagai sektor usaha. Kawan Lama Group menerapkan sistem manajemen terstruktur dalam membangun jaringan pemasok dari berbagai negara untuk memastikan standar kualitas produk. Perluasan kegiatan usaha juga diikuti dengan pembentukan unit bisnis baru yang berperan dalam mendukung proses distribusi dan pengelolaan operasional di berbagai wilayah Indonesia.



Kawan Lama Group

Gambar 2. 1 Kawan Lama Group

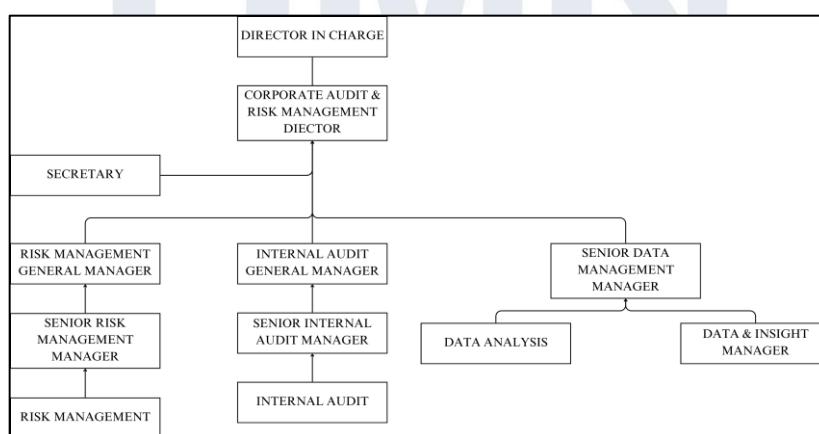
Kawan Lama Group membentuk beberapa entitas pendukung seperti PT Kawan Lama Sejahtera, yang berfokus pada distribusi alat industri, serta meluncurkan merek Krisbow, yang menyediakan berbagai produk teknik dan peralatan industri. Diversifikasi lini bisnis dilakukan untuk memperluas cakupan layanan dan memenuhi kebutuhan pasar domestik. Diiringi hal tersebut Kawan Lama Group juga mendirikan INFORMA, yang menyediakan furnitur dan perlengkapan gaya hidup. Selanjutnya, pada tahun 2011, perusahaan memperluas kegiatan usahanya ke sektor Food & Beverage (F&B) melalui PT Foods Beverages Indonesia, dengan menghadirkan merek Chatime.

Keseluruhan pilar bisnis ini berjalan berlandaskan visi perusahaan untuk menjadi “*lebih dari bisnis keluarga, tetapi bisnis untuk keluarga.*” Sementara itu, misi perusahaan adalah “*memberikan nilai tambah untuk kehidupan yang lebih baik melalui pengembangan bisnis dan pertumbuhan berkelanjutan.*” Nilai-nilai tersebut menjadi pedoman dalam setiap langkah strategis perusahaan, termasuk dalam menjaga hubungan dengan pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat luas.

Hingga saat ini, Kawan Lama Group memiliki lebih dari 30 merek usaha, 14 pusat distribusi, dan lebih dari 1.200 toko yang beroperasi di bawah enam pilar bisnis utama, yaitu Industrial & Commercial, Consumer Retail, Food & Beverage, Property & Hospitality, Commercial Technology, dan Manufacturing & Engineering.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Kawan Lama Group memiliki struktur organisasi yang tersusun secara sistematis untuk memastikan setiap fungsi bisnis dan pengawasan berjalan secara efektif. Dalam lingkup tata kelola perusahaan, divisi Corporate Audit Risk Management (CARM) berperan penting dalam memastikan penerapan manajemen risiko, audit internal, serta kepatuhan terhadap kebijakan dan standar yang berlaku. Gambar 2.2 menjelaskan terkait dengan struktur organisasi perusahaan.



Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi pada divisi Corporate Audit Risk Management (CARM) dirancang untuk memastikan seluruh proses audit, pengelolaan risiko, dan

kepatuhan di Kawan Lama Group berjalan secara terintegrasi. Rangkaian struktur ini berada di bawah koordinasi Director In Charge, yang memegang peran utama dalam menetapkan arah kebijakan serta strategi jangka panjang perusahaan. Dibawah Director In Charge terdapat Corporate Audit & Risk Management Director, yang membawahi tiga fungsi utama, yaitu Risk Management, Internal Audit, dan Data Management. Ketiga fungsi ini saling terintegrasi dalam mendukung pengendalian internal perusahaan serta memastikan seluruh proses operasional berjalan secara efektif dan sesuai dengan kebijakan yang berlaku.

Fungsi Risk Management dipimpin oleh Risk Management General Manager, yang membawahi Senior Risk Management Manager dan tim Risk Management. Divisi ini berperan dalam mengidentifikasi, menganalisis, serta mengendalikan potensi risiko yang dapat memengaruhi stabilitas operasional perusahaan. Selanjutnya, fungsi Internal Audit dipimpin oleh Internal Audit General Manager dan dibantu oleh Senior Internal Audit Manager yang mengoordinasikan tim Internal Audit. Divisi ini fokus pada pemeriksaan dan evaluasi efektivitas sistem pengendalian internal, kepatuhan terhadap kebijakan, serta efisiensi proses bisnis.

Kemudian yang terakhir terdapat Data Management berada di bawah Senior Data Management Manager, yang mengoordinasikan dua bagian penting, yaitu Data Analysis dan Data & Insight Manager. Kedua bagian ini berperan dalam pengumpulan, pengolahan, serta analisis data yang digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan strategis, termasuk dalam konteks audit dan manajemen risiko. Selain itu, terdapat posisi Secretary yang berfungsi memberikan dukungan administratif bagi keseluruhan kegiatan di bawah direktorat Corporate Audit & Risk Management agar operasional berjalan lebih efektif dan terkoordinasi.

2.3 Portfolio Perusahaan

Sejak berdiri, Kawan Lama Group telah membangun reputasi sebagai perusahaan yang terus berinovasi dan berkontribusi bagi berbagai sektor industri di Indonesia. Dalam sektor Industrial & Commercial, Kawan Lama Group menjalin kerja sama dengan berbagai pelaku industri besar melalui merek seperti

Kawan Lama Sejahtera, Krisbow, Sunco, dan KAESER Kompresor. Kemitraan ini berfokus pada penyediaan peralatan teknik, solusi manufaktur, serta sistem pendukung operasional yang digunakan oleh berbagai perusahaan industri di Indonesia.

Kemudian pada bagian Consumer Retail, perusahaan berhasil menghadirkan berbagai merek ritel populer seperti INFORMA, Toys Kingdom, SELMA, ATARU, Pet Kingdom, dan Krisbow Store. Seluruh merek tersebut telah melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia melalui ratusan gerai fisik maupun platform digital seperti Ruparupa.com, yang menjadi salah satu e-commerce unggulan di bawah Kawan Lama Group. Kemudian Di bidang Food & Beverage (F&B), Kawan Lama Group melalui PT Foods Beverages Indonesia menghadirkan merek global seperti Chatime, Chatime Atealier, Cupbop, Go! Go! CURRY, dan Gindaco, yang kini tersebar di berbagai kota besar di Indonesia.

Kemudian di bawah pilar Property & Hospitality, Kawan Lama Group mengembangkan dan mengelola pusat perbelanjaan seperti Living World dan Living Plaza, yang menjadi destinasi belanja keluarga dengan konsep *one-stop lifestyle center*. Di sisi lain, melalui Commercial Technology, perusahaan terus berinovasi menghadirkan solusi digital untuk mendukung transformasi bisnis melalui platform seperti Depo Teknik, ShopBoxo, dan Ruparupa.

Salah satu hasil karya paling menonjol dari Kawan Lama Group adalah Krisbow, merek lokal unggulan yang kini menyediakan lebih dari 31.000 jenis produk yang tersebar dalam lebih dari 25 kategori, mencakup alat keselamatan, peralatan teknik, pembersihan, listrik, hingga perkakas rumah tangga. Produk-produk Krisbow tidak hanya digunakan di Indonesia, tetapi juga telah merambah pasar global, seperti pengiriman ribuan unit produk ke Maladewa serta partisipasi dalam pameran dagang internasional Canton Fair ke-137 di Tiongkok.

Kawan Lama Group juga aktif dalam kegiatan sosial dan pemberdayaan masyarakat melalui Yayasan Kawan Lama. Salah satu inisiatif yang menonjol adalah program “Aram Bekelala Tenun Iban” di Kapuas Hulu, yang

memberdayakan ibu rumah tangga sebagai perajin tenun khas Kalimantan Barat. Produk-produk hasil tenun tersebut kemudian dipasarkan melalui jaringan ritel Pendopo serta platform ruparupa.com. Di Bali, perusahaan juga mendukung UMKM dengan memfasilitasi pameran busana lokal karya pengrajin Buleleng, memperkenalkan desain dan produk berbasis budaya kepada masyarakat luas.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA