

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Kawan Lama Group adalah sebuah perusahaan multisektor bisnis yang telah menjelma menjadi salah satu pemain utama di Indonesia. Sejak awal berdirinya pada tahun 1955 oleh Bapak Wong Jin, perusahaan ini berangkat dari sebuah toko kecil di kawasan Glodok, Jakarta, yang kala itu hanya menjual alat-alat teknik sederhana [14]. Cikal bakal yang sederhana tersebut memulai perjalanan panjang yang penuh dedikasi, semangat kewirausahaan, dan inovasi hingga menjadikannya kelompok usaha besar dengan portofolio bisnis yang sangat beragam. Berpusat di Jakarta, Kawan Lama Group membangun jaringan bisnis yang luas yang menjangkau hampir seluruh wilayah Indonesia. Sejak awal berdirinya, motivasi utama perusahaan ini adalah menghadirkan produk dan layanan berkualitas tinggi yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat sekaligus memberi kontribusi nyata terhadap perkembangan industri nasional. Visi perusahaan, “Lebih dari bisnis keluarga, kami adalah bisnis untuk keluarga,” menekankan bahwa orientasi Kawan Lama Group tidak hanya pada keuntungan, tetapi juga pada nilai kebersamaan dan keberlanjutan [15]. Hal ini kemudian diperkuat oleh misi, yaitu “Memberikan nilai tambah untuk kehidupan yang lebih baik melalui pengembangan bisnis dan pertumbuhan berkelanjutan,” yang menjadi pedoman dalam setiap langkah pengembangan usaha. Identitas perusahaan juga tercermin pada logo resmi Kawan Lama Group yang disertai motto “*Bring Value for a Better Life*” sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Logo dan Motto Perusahaan Kawan Lama Group
Sumber: [15]



Gambar 2.2 Enam Pilar Bisnis Kawan Lama Group
Sumber: [16]

Kawan Lama Group saat ini beroperasi melalui enam pilar bisnis utama dan telah memiliki lebih dari 20 unit bisnis, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.2 [16]. Pilar pertama adalah *Industrial & Commercial*, yang diwakili oleh merek-merek seperti Kawan Lama Solusi, Krisbow, Indo Kompresigma, Depoteknik, dan Sensorindo. Pilar ini fokus pada penyediaan produk serta layanan untuk sektor industri dan komersial, mulai dari alat pertukangan, perlengkapan industri, hingga mesin-mesin yang dibutuhkan oleh perusahaan maupun individu. Pilar kedua adalah *Consumer Retail*, yang meliputi jaringan ritel besar seperti AZKO (sebelumnya Ace Hardware), Informa, Toys Kingdom, Pet Kingdom, Ataru, dan Eyesoul. Pilar ini menjadikan Kawan Lama Group sebagai salah satu penyedia kebutuhan rumah tangga dan gaya hidup terbesar di Indonesia. Pilar ketiga adalah *Food & Beverage*, yang menghadirkan berbagai merek internasional dengan sistem waralaba seperti Chatime, Cupbop, Gindaco, dan Go Go Curry. Kehadiran brand-brand ini memperkuat posisi Kawan Lama Group di sektor kuliner modern yang tengah berkembang pesat. Pilar keempat adalah *Property & Hospitality*, yang menaungi Anumana Hotel & Anumana Village di Bali, serta pusat perbelanjaan Living World dan Living Plaza yang menjadi ruang komersial strategis untuk bisnis ritel dan hiburan keluarga. Pilar kelima, *Commercial Technology*, memperlihatkan adaptasi Kawan Lama Group terhadap era digital melalui platform *e-commerce*

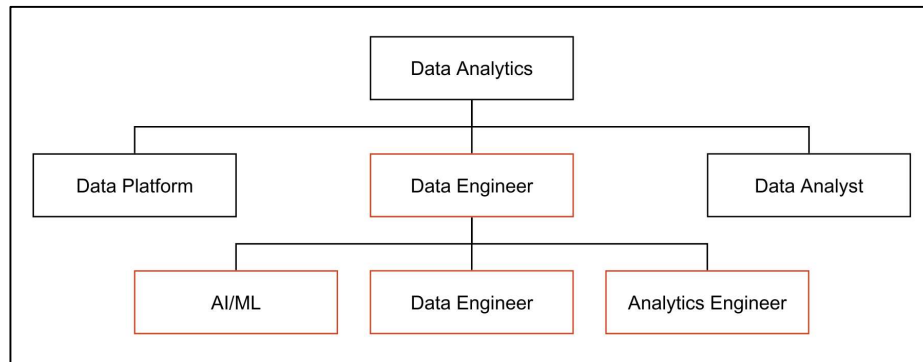
RupaRupa yang mengintegrasikan berbagai merek retail di bawah naungan perusahaan, serta DanaKini yang bergerak di layanan *fintech* untuk pembiayaan konsumen dan mitra usaha. Terakhir, pilar keenam adalah *Manufacturing & Engineering*, diwakili oleh Kawan Lama Manufacturing yang memproduksi berbagai produk furnitur seperti sofa, kursi kantor, matras, bantal, guling, dan perlengkapan rumah lainnya. Dengan keenam pilar bisnis tersebut, Kawan Lama Group tidak hanya berfokus pada satu sektor, melainkan mengintegrasikan berbagai bidang usaha untuk menjawab kebutuhan masyarakat secara menyeluruh. Keberagaman produk dan layanan inilah yang menjadikan perusahaan ini tetap relevan, adaptif, dan terus tumbuh dalam menghadapi dinamika pasar di Indonesia.

Cara kerja Kawan Lama Group berlandaskan pada integrasi enam pilar bisnisnya untuk menciptakan efisiensi sekaligus nilai tambah bagi pelanggan. Kawan Lama Group juga memanfaatkan teknologi terkini dalam mendukung operasional, mulai dari otomatisasi proses bisnis hingga pengelolaan data yang lebih terukur. Di sektor ritel, perusahaan tidak hanya berfokus pada penjualan produk, tetapi juga menghadirkan pengalaman belanja yang menyeluruh melalui jaringan toko fisik dan platform digital yang saling terhubung. Strategi ini memungkinkan konsumen menikmati kemudahan, kecepatan, serta personalisasi layanan. Kawan Lama Group juga terus mendorong inovasi berbasis data untuk membantu pengambilan keputusan strategis di berbagai lini bisnis. Fondasi budaya kerja perusahaan dirangkum dalam nilai I AM ELITE (*Innovative, Accountable, Mastery, Excellence, Leadership, Integrity, Teamwork, Enthusiasm*), yang menjadi pedoman setiap karyawan. Dengan sejarah panjang dan dedikasi terhadap kualitas serta inovasi, Kawan Lama Group telah membuktikan diri sebagai salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia. Perjalanan bisnisnya menjadi inspirasi bagi banyak pelaku usaha lainnya untuk terus berinovasi demi mencapai kesuksesan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Program magang di Kawan Lama Group dilaksanakan dalam tim *Data Analytics* yang merupakan bagian dari departemen *Information Technology* (IT). Tugas utama tim ini mencakup pengelolaan data dari tahap pengolahan hingga

penyajian dalam bentuk *dashboard* yang digunakan untuk mendukung keputusan bisnis. Sejalan dengan pertumbuhan perusahaan dan kebutuhan akan pengelolaan data yang lebih terstruktur, tim ini kemudian diperluas menjadi tiga divisi utama sebagaimana terlihat pada Gambar 2.3.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Tim *Data Analytics* Kawan Lama Group
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Divisi *Data Platform* merupakan divisi yang bertugas untuk memvalidasi dan mengelola kualitas data untuk memastikan akurasi sebelum dan sesudah pemrosesan. Kemudian, divisi *Data Engineer* bertanggung jawab atas pembersihan, transformasi, dan penyimpanan data ke dalam infrastruktur data yang terpusat, seperti *data lake*, *data warehouse*, dan *data mart*. Divisi *Data Engineer* sendiri terbagi menjadi tiga tim khusus, yakni tim *AI/ML*, *Data Engineer*, dan *Analytics Engineer*. Tim *AI/ML* sebagian besar bertanggung jawab dalam mengembangkan *chatbot* berbasis kecerdasan buatan untuk membantu eksekutif mengakses wawasan bisnis dan karyawan toko dalam pencarian produk. Tim *Data Engineer* bertanggung jawab atas pengelolaan *pipeline* ETL dan memastikan bahwa data dari berbagai sumber dapat diproses dan disimpan ke dalam sistem secara efisien. Sementara itu, Tim *Analytics Engineer* bekerja langsung dengan pengguna bisnis dengan menggunakan platform IBM Planning Analytics (TM1) untuk menyediakan laporan interaktif dan *dashboard* yang mudah diakses. Terakhir, divisi *Data Analyst* berperan menganalisis data yang telah tersedia dan mengolahnya menjadi informasi strategis. Analisis yang telah dilakukan oleh divisi ini kemudian disajikan melalui *dashboard* interaktif untuk mendukung keputusan berbasis data di seluruh unit bisnis Kawan Lama Group. Meskipun ketiga divisi ini

memiliki tanggung jawab yang berbeda, mereka tetap berkoordinasi satu sama lain untuk memastikan pengelolaan data berjalan secara optimal dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

2.3 Portfolio Perusahaan

Selama lebih dari tujuh dekade berdiri, Kawan Lama Group telah menghasilkan berbagai karya dan kontribusi melalui beragam unit bisnis yang tersebar di berbagai sektor. Kini Kawan Lama Group telah berkembang menjadi kelompok usaha yang menaungi lebih dari tiga puluh unit bisnis dan melahirkan sejumlah merek ternama yang dikenal luas masyarakat Indonesia. Merek-merek tersebut hadir dengan karakter dan keunggulan masing-masing, menjawab kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Beberapa di antaranya bahkan berhasil memperluas sayap hingga pasar internasional. Berikut adalah sejumlah merek populer yang berada di bawah naungan Kawan Lama Group:

1. AZKO

Sebelumnya dikenal dengan nama ACE Hardware Indonesia, AZKO merupakan salah satu pilar utama bisnis Kawan Lama Group di sektor ritel modern. Merek ini berada di bawah PT Aspirasi Hidup Indonesia dan fokus menyediakan berbagai perlengkapan rumah tangga, peralatan pertukangan, serta kebutuhan gaya hidup yang praktis dan inovatif. AZKO resmi berganti identitas pada tahun 2024 sebagai bagian dari strategi rebranding yang menekankan nilai aspiratif sekaligus memperluas segmen pasar. Hingga tahun 2022, AZKO telah mengoperasikan lebih dari 240 cabang di 70 kota di Indonesia, menjadikannya salah satu jaringan toko perlengkapan rumah tangga terbesar di tanah air. AZKO tidak hanya menawarkan produk, tetapi juga pengalaman belanja yang nyaman dan edukatif.

2. Informa

Informa merupakan salah satu merek Kawan Lama Group, yang berada di bawah PT Home Center Indonesia. Didirikan pada tahun 2004, Informa berfokus pada penyediaan furnitur, perlengkapan interior, serta dekorasi rumah dan kantor dengan konsep modern dan fungsional. Koleksi produknya

mencakup sofa, meja, kursi, kasur, lemari, hingga aksesoris dekorasi yang mengikuti tren terkini. Kehadiran Informa menjawab kebutuhan konsumen akan furnitur berkualitas dengan harga kompetitif, baik untuk keperluan residensial maupun komersial. Hingga kini, Informa telah memiliki lebih dari 120 toko di 50 kota besar di Indonesia, dan bahkan sudah melakukan ekspansi ekspor ke negara tetangga, salah satunya Singapura. Prestasi ini memperlihatkan kemampuan Informa dalam bersaing di pasar global, sekaligus menjadi bukti atas kualitas produk dan layanan yang ditawarkan.

3. Chatime

Salah satu merek ternama Kawan Lama Group di sektor *Food & Beverage* adalah Chatime, yang beroperasi di bawah naungan PT Foods Beverages Indonesia sejak tahun 2011. Chatime dikenal sebagai leading brand minuman *brewed tea* asal Taiwan yang berhasil diadaptasi dan dikembangkan di Indonesia. Gerai Chatime menghadirkan berbagai varian minuman, mulai dari milk tea, fruit tea, smoothies, hingga minuman dengan topping inovatif yang digemari berbagai kalangan, terutama generasi muda. Untuk mempermudah akses pelanggan, Chatime tidak hanya tersedia di gerai-gerai fisik, tetapi juga dapat dipesan melalui aplikasi F&B ID yang menjadi kanal digital resmi untuk lini usaha Kawan Lama Group di bidang kuliner. Hingga kini, Chatime telah mengoperasikan lebih dari 420 gerai yang tersebar di lebih dari 60 kota di Indonesia, menjadikannya salah satu jaringan minuman terbesar di tanah air. Kehadiran Chatime menjadi bukti keseriusan Kawan Lama Group dalam menjawab kebutuhan gaya hidup modern yang menekankan kepraktisan sekaligus kualitas produk.

4. Living World

Pada sektor *Property & Hospitality*, Kawan Lama Group menghadirkan Living World, sebuah pusat perbelanjaan modern yang dibangun melalui kerja sama strategis dengan Sinar Mas Land [17]. Konsep Living World menekankan pada integrasi gaya hidup, belanja, dan hiburan keluarga dalam satu kawasan dengan skala besar. Hingga saat ini, Living World telah berdiri di beberapa kota besar, yaitu Tangerang, Denpasar, dan Pekanbaru, dengan

luas bangunan rata-rata mencapai 150.000 meter persegi per lokasi. Pusat perbelanjaan ini dirancang untuk menghadirkan pengalaman berbelanja yang lengkap dan nyaman, dengan menghadirkan tenant-tenant internasional, brand lokal, hingga fasilitas hiburan yang ramah keluarga. Living World tidak hanya menjadi pusat konsumsi, tetapi juga ikon gaya hidup baru di kota-kota tempatnya beroperasi.

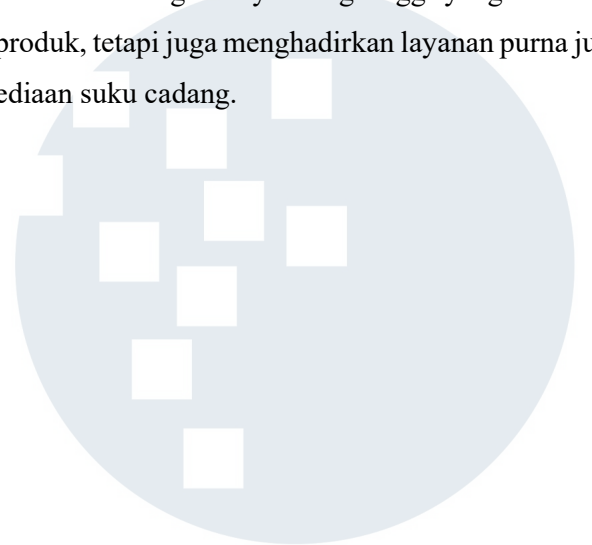
5. DanaKini

Di bidang *Commercial Technology*, Kawan Lama Group mengembangkan DanaKini, sebuah perusahaan teknologi finansial yang berada di bawah naungan PT Dana Kini Indonesia. DanaKini fokus menyediakan layanan pembiayaan konsumen dan mitra usaha dengan sistem cicilan yang mudah diakses, sehingga dapat mendukung pertumbuhan sektor ritel dan industri. Perusahaan ini telah resmi berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), sehingga menjamin keamanan serta transparansi layanan kepada pengguna. Salah satu inovasi DanaKini adalah menjalin kerja sama dengan Yokke, sebuah perusahaan penyedia layanan pembayaran digital, untuk menghadirkan fitur PayLater melalui perangkat *Electronic Data Capture* (EDC) [18]. Kolaborasi ini memungkinkan konsumen melakukan pembelian secara fleksibel dengan skema cicilan, bahkan saat bertransaksi langsung di gerai. DanaKini berperan penting dalam memperluas akses pembiayaan berbasis teknologi sekaligus mendukung strategi digitalisasi ekosistem bisnis Kawan Lama Group.

6. Krisbow

Dalam sektor *Industrial & Commercial*, salah satu merek andalan Kawan Lama Group adalah Krisbow. Dikenal luas di Indonesia, Krisbow hadir sebagai penyedia berbagai macam produk perkakas, peralatan industri, hingga perlengkapan rumah tangga dengan standar kualitas yang tinggi. Produk Krisbow mencakup kategori yang sangat beragam, mulai dari *power tools*, *hand tools*, peralatan listrik, perlengkapan keselamatan kerja, material handling, hingga kebutuhan otomotif dan rumah tangga. Sejak diluncurkan, Krisbow terus mengedepankan inovasi dan kualitas sehingga dipercaya oleh

individu maupun perusahaan besar dari berbagai sektor industri. Selain menjual produknya melalui jaringan ritel Kawan Lama seperti AZKO dan Depo Teknik, Krisbow juga memiliki kanal distribusi modern melalui platform *e-commerce* RupaRupa serta platform resmi lainnya, sehingga memperluas jangkauan pasarnya ke seluruh Indonesia. Krisbow kini dikenal sebagai merek lokal dengan daya saing tinggi yang tidak hanya fokus pada penjualan produk, tetapi juga menghadirkan layanan purna jual seperti garansi dan ketersediaan suku cadang.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA