

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Kawan Lama Group pertama kali didirikan pada tahun 1955 oleh bapak Wong Jin. Perusahaan Kawan Lama awalnya hanya sebuah toko perkakas yang terletak di Grogol, namun lama perlahan Kawan Lama terus berkembang menjadi salah satu perusahaan retail dan distribusi terbesar di Indonesia. Sejak awal berdiri, Kawan Lama memiliki tujuan untuk menyediakan produk untuk meningkatkan kualitas hidup keluarga. Dalam perjalanannya, Kawan Lama tidak hanya fokus sebagai bisnis keluarga, tapi berkembang menjadi bisnis yang berdampak bagi semua pihak.



Gambar 2.1 Logo Kawan Lama Group

Perjalanan Kawan Lama Group yang bermula pada tahun 1965 dimulai dengan sebuah toko perkakas sederhana berukuran tiga meter di Glodok, Jakarta. Dengan tujuan menyediakan peralatan berkualitas bagi pelanggan, nama “Kawan Lama” pun berdiri. Nama tersebut berasal dari sebuah perbincangan sederhana namun bermakna harapan untuk menjalin hubungan erat dan jangka panjang dengan pelanggan serta mitra bisnis. Pada tahun 1968, usaha diteruskan oleh generasi kedua, yakni Bapak Kuncoro Wibowo dan saudara-saudaranya. Dengan generasi kedua ini, usaha mulai menerapkan pendekatan yang lebih modern seperti sistem pengelolaan yang lebih maju, ataupun menjalin kerja sama dengan pihak luar. Usaha mengalami perubahan besar pada tahun 1980 dengan pendiriannya Pt. Kawan Lama Sejahtera. Berjalan paralel dengan pertumbuhan yang dialami, pusat

perusahaan tidak lagi hanya di toko sama, namun dipindahkan ke sebuah gedung di Glodok Jaya yang memiliki 4 lantai. (Kawan Lama Group, n.d.).

Seiring waktu, Kawan Lama Group terus mengembangkan usahanya sejak periode tahun 1990-an. Kawan Lama Group terus bertransformasi untuk menyediakan berbagai kebutuhan industri (seperti Sensorindo, Indo Kompresigma, dan Krisbow) hingga multisektor dengan memasuki industri ritel modern (seperti ACE, INFORMA, SELMA), industri properti (seperti Living World, Anumana Hotel), industri makanan dan minuman (seperti Chatime, Cupbop, Gindaco), industri teknologi komersial (seperti ruparupa, Danakini), hingga industri manufaktur (Golden Dacron, Kawan Lama Manufacturing).

Perusahaan juga melakukan beberapa langkah strategis seperti pendaftaran ACE di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007, konsolidasi menjadi Kawan Lama Solution pada 2023, serta transformasi besar pada tahun 2024 melalui perubahan nama menjadi PT Aspirasi Hidup Indonesia Tbk. Karena pertumbuhan yang konsisten, Kawan Lama Group kini berdiri di atas enam pilar bisnis utama yang didukung oleh lebih dari 30 merek, 14 pusat distribusi, dan lebih dari 1.200 gerai di seluruh Indonesia. (Kawan Lama Group, n.d.).

Oleh karena itu, kini Kawan Lama tidak hanya menjual perkakas atau bergerak di satu bidang saja, namun telah berkembang dan ekspansi ke berbagai sektor bisnis. Kini, Kawan Lama Group memiliki 6 pilar bisnis utama yang menjadi fondasional penting bagi operasional perusahaan yang terdiri dari: Industrial & Commercial, Consumer Retail, Food & Beverage, Property & Hospitality, Commercial Technology, serta Manufacturing & Engineering. Setiap pilar tersebut menaungi berbagai bisnis yang terintegrasi untuk mendukung pertumbuhan perusahaan secara keseluruhan.



Gambar 2.2 Pilar Bisnis

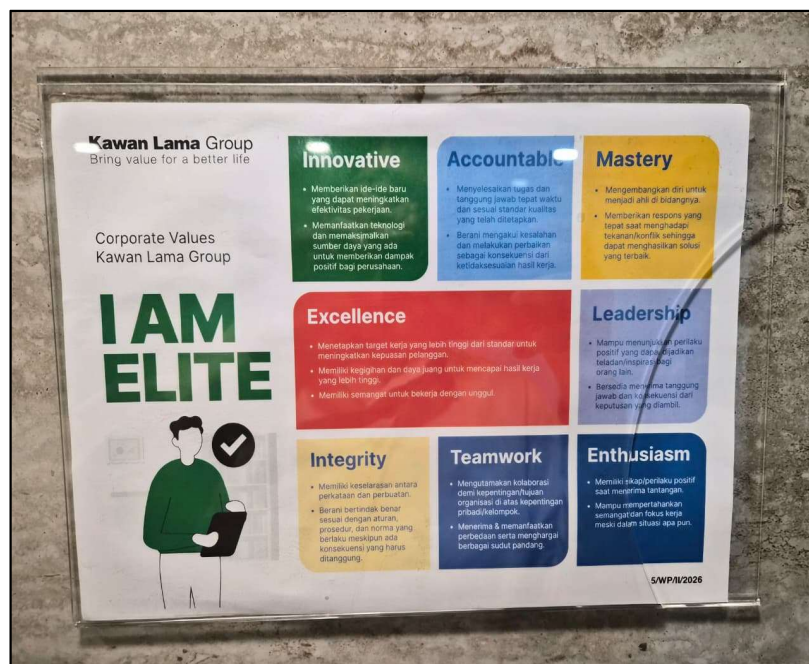
Beberapa contoh bisnis unit yang dinaungi oleh pilar utama Kawan Lama Group dapat dilihat dalam Gambar 2.2. Sebagai contoh, pilar *Food & Beverage* Kawan Lama menaungi bisnis unit seperti Chatime, Cupbop, maupun Go Go Curry; di sisi lain pilar *Industrial & Commercial* Kawan Lama menaungi bisnis unit seperti Krisbow maupun Depo Teknik.

Keberhasilan Kawan Lama Group tidak terlepas dari fondasi perusahaan yang kuat. Hal ini adalah hasil dari visi dan misi yang jelas, maupun nilai-nilai perusahaan kuat. Seluruh faktor ini yang menjadi landasan penting dan juga penggerak bagi pertumbuhan konsisten Kawan Lama sejak awal berdiri hingga saat ini. Kawan Lama Group memiliki nilai-nilai perusahaan yang dikenal dengan sebutan “*I AM ELITE*”, yang menjadi pedoman bagi seluruh karyawan yang bekerja di Kawan Lama. Setiap huruf dari motto “*I AM ELITE*” mencerminkan suatu nilai dari budaya kerja perusahaan, penjabaran setiap huruf dapat dilihat dalam tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1 Penjabaran “*I AM ELITE*”

Huruf	Makna	Penjelasan
I	Innovative	Memberikan ide-ide baru
A	Accountable	Menyelesaikan tugas dan memiliki tanggung jawab

M	Mastery	Mengembangkan diri untuk menjadi ahli di bidangnya
E	Excellence	Menetapkan target kerja yang lebih tinggi dari standar
L	Leadership	Menunjukkan teladan dan toleransi bagi orang lain
I	Integrity	Keselaran antara perkataan dan perbuatan
T	Teamwork	Mengutamakan kolaborasi
E	Enthusiasm	Memiliki sikap dan perilaku positif



Gambar 2.3 Logo “I AM ELITE”

Selain itu Kawan Lama Group juga memiliki visi “*Lebih dari bisnis keluarga, kami adalah bisnis untuk keluarga*” dan misi “*Memberikan nilai tambah untuk kehidupan yang lebih baik melalui pengembangan bisnis dan pertumbuhan berkelanjutan*” (Kawan Lama Group, n.d.). Visi misi tersebut memiliki peran penting dalam menentukan arah maupun pedoman pengambilan keputusan bagi

perusahaan Kawan Lama Group. Visi tersebut juga mencerminkan bahwa Kawan Lama Group tidak hanya berfokus pada kepentingan internal, tetapi juga memberikan manfaat yang lebih luas.

2.2 Visi dan Misi

Kawan Lama Group memiliki visi dan misi yang menjadi landasan utama dalam menjalankan seluruh aktivitas bisnisnya. Visi “*Lebih dari bisnis keluarga, kami adalah bisnis untuk keluarga*” serta misi “*Memberikan nilai tambah untuk kehidupan yang lebih baik melalui pengembangan bisnis dan pertumbuhan berkelanjutan*” mencerminkan komitmen perusahaan dalam menciptakan dampak positif yang luas bagi masyarakat. Visi dan misi tersebut berperan sebagai pedoman strategis dalam menentukan arah perusahaan sekaligus menjadi dasar dalam proses pengambilan keputusan di berbagai unit bisnis yang dimilikinya. Dengan demikian, Kawan Lama Group tidak hanya fokus pada keuntungan internal, saja tetapi juga untuk memberikan kontribusi yang berkelanjutan bagi pelanggan, mitra, dan masyarakat secara keseluruhan (Kawan Lama Group, n.d.).

2.2.1 Visi

Visi Kawan Lama Group, yaitu “*Lebih dari bisnis keluarga, kami adalah bisnis untuk keluarga,*” mencerminkan identitas perusahaan yang berfokus pada nilai kebersamaan dan kebermanfaatan. Visi ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya memandang dirinya sebagai entitas bisnis yang dimiliki oleh keluarga, tetapi juga sebagai organisasi yang hadir untuk memenuhi kebutuhan keluarga secara luas. Melalui visi tersebut, Kawan Lama Group menempatkan pelanggan sebagai prioritas utama dengan tujuan menghadirkan produk dan layanan yang berkualitas.

2.2.2 Misi

Misi Kawan Lama Group, yaitu “*Memberikan nilai tambah untuk kehidupan yang lebih baik melalui pengembangan bisnis dan pertumbuhan berkelanjutan,*” menekankan komitmen perusahaan dalam menciptakan

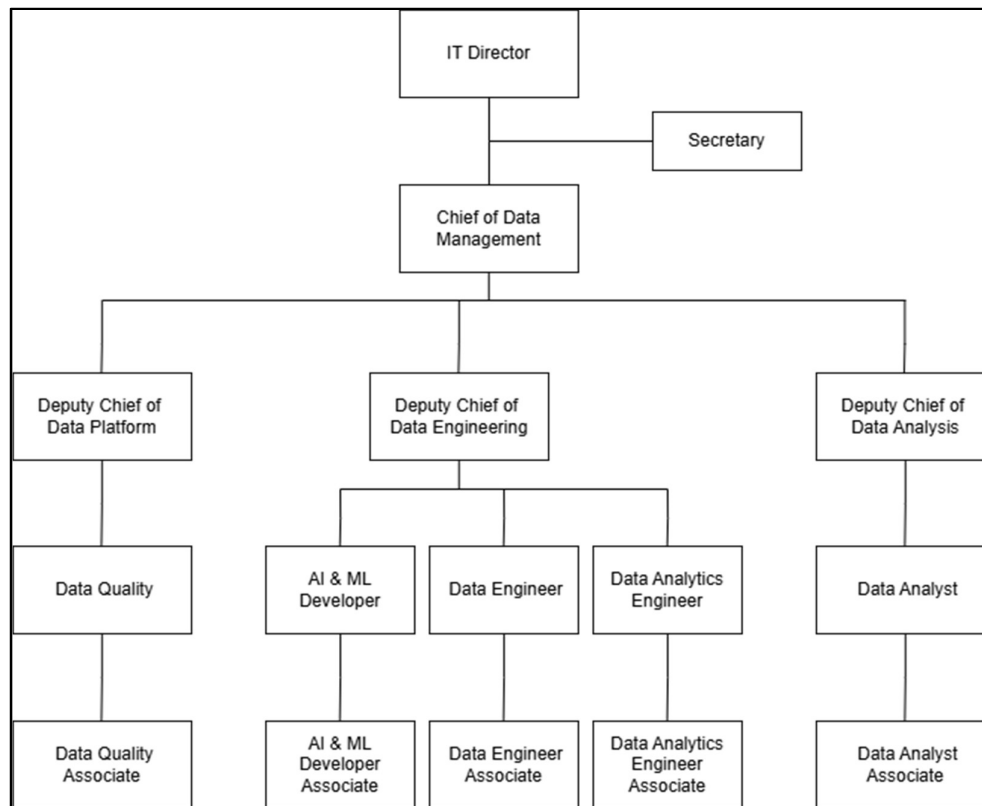
nilai yang berkelanjutan. Misi ini menekankan nilai-nilai untuk kehidupan yang lebih baik (Bring Value for a Better Life) melalui pengembangan bisnis dan pertumbuhan yang berkelanjutan. Dengan menggunakan prinsip keberlanjutan, Kawan Lama Group berupaya membawa solusi yang relevan bagi kebutuhan pelanggan sekaligus memberikan dampak positif bagi masyarakat.

2.2.3 Budaya

Budaya perusahaan Kawan Lama Group diwujudkan melalui nilai “I AM ELITE” yang menjadi pedoman bagi seluruh karyawan dalam menjalankan aktivitas kerja sehari-hari. Setiap huruf dalam “I AM ELITE” merepresentasikan nilai utama, yaitu Innovative, Accountable, Mastery, Excellence, Leadership, Integrity, Teamwork, dan Enthusiasm, yang mencerminkan sikap profesional, tanggung jawab, serta semangat kolaborasi.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan Kawan Lama Group, khususnya di bidang IT dapat dilihat pada Gambar 2.4. Bidang IT Kawan Lama memiliki 3 divisi utama yakni, *Deputy Chief of Data Platform*, *Deputy Chief of Data Engineer*, dan *Deputy Chief of Data Analysis*. Setiap divisi memiliki tanggung jawab dan peran masing-masing dalam mengelola dan mendukung proses data perusahaan.



Gambar 2. 4 Struktur Data Team Kawan Lama Group

Sumber: Kawan Lama Group, Data Team - Information Technology Documentation (2025)

Deputy Chief of Data Platform memiliki anggota timnya dimulai dari Data Quality (SR Analyst dan Analyst), diikuti dengan Data Quality Associate. Peran divisi Data Platform dalam tim data adalah untuk memastikan dan memvalidasi seluruh kebutuhan ataupun kelengkapan data yang akan digunakan oleh divisi Data Engineer maupun Data Analyst. *Deputy Chief of Data Engineer* memiliki tiga tim berbeda yakni (1) AI/ML Developer (2) Data Engineer dan (3) Data Analytics Engineering. Setiap timnya juga memiliki anggota dengan tingkatan berbeda yakni level reguler (Junior & Senior) ataupun Associate. *Deputy Chief of Data Analysis* memiliki anggota timnya dimulai dari Data Analyst (SR Analyst dan Analyst), diikuti dengan Data Analyst Associate.

2.4 Produk Perusahaan

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Kawan Lama Group menyediakan berbagai jenis produk dan layanan yang terbagi ke dalam enam pilar

bisnis utama, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Produk yang ditawarkan mencakup berbagai kategori, mulai dari peralatan industrial, furnitur dan perabotan rumah tangga, hingga makanan dan minuman. Berikut merupakan penjelasan beberapa merek utama yang berada di bawah naungan perusahaan.

1. Azko

AZKO merupakan merek ritel modern yang berada di bawah PT Aspirasi Hidup Indonesia Tbk. Sebelumnya dikenal sebagai ACE Hardware Indonesia (**AHI**), merek ini melakukan rebranding pada tahun 2024 menjadi AZKO. AZKO kini berfokus pada penyediaan perlengkapan rumah tangga. Dengan jaringan yang telah menjangkau ratusan cabang di berbagai kota di Indonesia, AZKO menjadi salah satu pemain utama dalam sektor ritel kebutuhan rumah tangga.

2. Informa

Informa adalah merek yang bergerak di bidang furnitur dan perlengkapan interior di bawah pengelolaan PT Home Center Indonesia (**HCI**). Didirikan pada tahun 2004, Informa menawarkan berbagai produk perabotan untuk kebutuhan perumahan. Produk yang tersedia termasuk sofa, meja, kursi, tempat tidur, lemari, hingga aksesoris dekorasi.

3. F&B ID

Melalui PT Foods Beverages Indonesia (F&B ID), Kawan Lama Group mengembangkan bisnisnya di sektor makanan dan minuman. Pilar ini mengelola sejumlah merek kuliner yang telah dikenal luas di Indonesia, seperti Chatime, Gindaco, dan Cupbop. Masing-masing merek memiliki fokus produk yang berbeda, mulai dari minuman hingga makanan ringan atau makanan berat.