

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat PT KSM Distribusindo

PT KSM Distribusindo melalui website resminya menyebutkan bahwa perusahaan ini bergerak di bidang industri, impor, dan retail *online* produk perlengkapan bayi, mainan edukatif, serta baju pakaian anak – anak di Indonesia. Perusahaan ini didirikan oleh Kasmar pada tahun 2012 dan terus berkembang sebagai salah satu distributor dalam industri produk mainan bayi dan anak.



Gambar 2. 1 Logo PT KSM Distribusindo

Sumber: PT KSM Distribusindo LinkedIn

Perjalanan bisnisnya bermula dari sebuah toko bayi yang kemudian berkembang menjadi distributor produk mainan bayi dan anak yang memfokuskan diri pada distribusi produk – produk berkualitas ke toko – toko wilayah JABODETABEK. Seiring berjalannya waktu, KSM Group menjadikan distribusi sebagai *core business* dan pada tahun 2016 memperluas jangkauan operasionalnya ke seluruh Indonesia. Hingga saat ini, KSM Group telah mendistribusikan lebih dari 10 *brand* dan menjangkau lebih dari 1.000 *outlet* yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, mulai dari Pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Maluku, hingga Papua. Cakupan distribusi yang luas ini menunjukkan kapabilitas perusahaan dalam mengelola sistem rantai pasok secara terstruktur, menjaga konsistensi ketersediaan produk di pasar nasional, serta membangun

kemitraan yang kuat dengan berbagai mitra retail dan sub – distributor di berbagai daerah.

Tahun 2018 menjadi tonggak penting dengan diluncurkannya *brand in – house* pertama, yaitu Babiesfirst dan disusul dengan Bird & Deer pada tahun 2019. Pada tahun 2020, perusahaan memperluas portofolionya dengan menghadirkan brand ketiga yaitu IQ Angel dan Doctor Dolphins sebagai distributor tunggal dan Concos serta Nookums sebagai distributor eksklusif. Di tahun berikutnya, *brand* Goodway Toys turut bergabung dalam portofolio perusahaan. Seiring dengan pertumbuhan tersebut, pada tahun 2022 IQ Angel mulai meraih penghargaan *Brand Choice Awards* dan *Indonesia Brand Champions* sebagai salah satu *brand* unggulan dalam kategori mainan bayi dan pada tahun 2023, IQ Angel kembali memperoleh penghargaan *Brand Choice Award*.



Gambar 2. 2 Brand Choice Award IQ Angel

Sumber: ksmgroupp.co.id

Tahun 2023 ditandai dengan penambahan *brand* Beringin Toys dan Treehole serta pembukaan toko fisik Beringin Toys di Pasar Asemka, Jakarta Barat. Memasuki tahun 2024 dan 2025, PT KSM Distribusindo semakin memperluas ekspansi dengan menghadirkan *brand* seperti Blokees, Kayou, Realfood, Cocosmile, Purcotton, dan Deli Genius, serta membuka *flagship store* yang berkonsep interaktif yang berada di Eastvara Mall BSD bernama Playhaus Indonesia. Pada tahun yang sama, perusahaan juga membuka *warehouse* cabang di Surabaya untuk memperkuat distribusi wilayah timur Indonesia.

Seiring dengan pertumbuhan tersebut, PT KSM Distribusindo tidak hanya fokus pada penguatan distribusi fisik, tetapi juga mengembangkan strategi *branding*

dan komunitas digital melalui kolaborasi dengan *Key Opinion Leader* (KOL), partisipasi dalam pameran industri, serta promosi digital untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing *brand* di tengah dinamika pasar modern. Dengan pengalaman lebih dari satu dekade, jaringan distribusi nasional yang luas, serta portofolio *brand* yang beragam, PT KSM Distribusindo terus memperkuat posisinya sebagai salah satu pemain utama dalam industri produk mainan bayi dan anak di Indonesia.

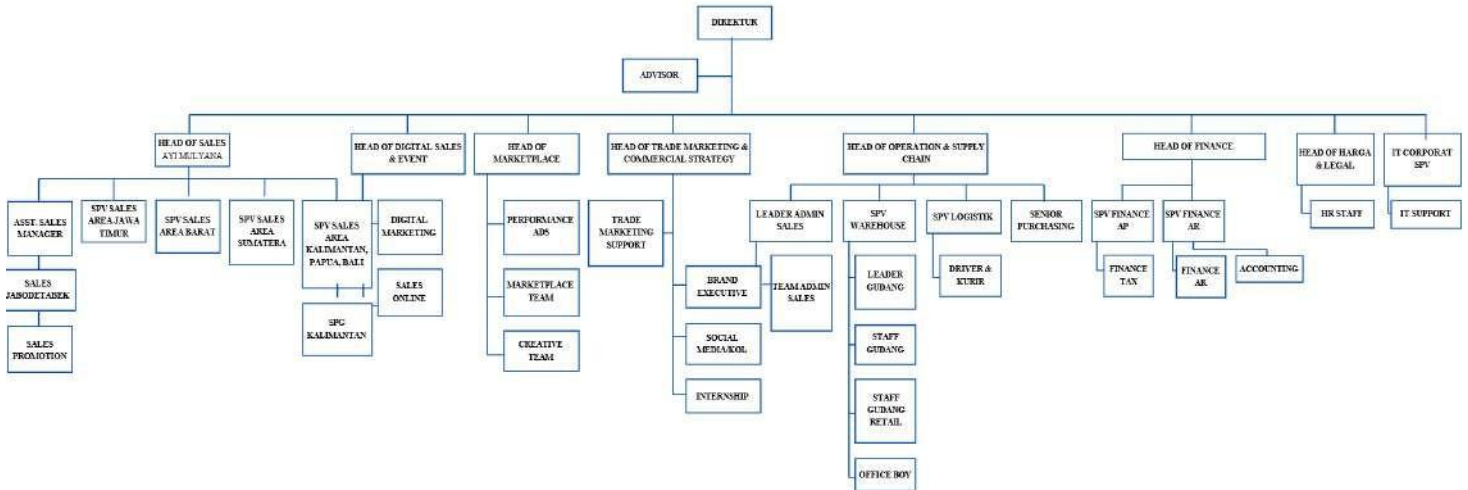
2.1.1 Visi Misi PT KSM Distribusindo Visi:

One Step Distribution – Menjadi distributor di segmen industri Ibu dan Anak yang terkemuka di Indonesia.

Misi:

1. Membangun Jaringan Distribusi dengan Skala Nasional
2. Memberikan Kualitas Produk yang Terbaik dan Berinovasi sesuai perkembangan zaman
3. Memberikan Solusi dan Pelayanan Terbaik kepada *customer (excellent service concern)*
4. Pengiriman Cepat & Tepat
5. Mampu Bersaing Secara Kompetitif di Sektor Industri Ibu & Anak
6. Membangun Citra Merek & Perusahaan yang Positif di Masyarakat Indonesia
7. Mengembangkan SDM Berkualitas dan Berintegritas

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Data Laporan Pemegang (2026)

Dalam struktur organisasi PT KSM Distribusindo, kegiatan operasional perusahaan terbagi ke dalam beberapa divisi utama yang saling terintegrasi dalam mendukung jalannya bisnis. Divisi yang berfokus pada aktivitas komersial meliputi *sales*, *digital sales & event*, *marketplace*, serta *trade marketing & commercial strategy*, yang memiliki tanggung jawab dalam mengelola penjualan, memperluas jangkauan pasar, serta mengembangkan strategi pemasaran dan komunikasi pada brand. Divisi *sales* berperan dalam mengelola distribusi dan penjualan produk ke berbagai wilayah, sementara *digital sales & event* serta *marketplace* berfokus pada pengelolaan penjualan berbasis digital melalui platform *online* dan aktivitas promosi digital. Di sisi lain, divisi *trade marketing & commercial strategy* bertanggung jawab dalam merancang strategi *branding*, komunikasi pemasaran, serta pengelolaan konten untuk meningkatkan *brand awareness* dan *engagement*.

Selain divisi komersial, terdapat pula divisi pendukung yang berperan dalam memastikan kelancaran operasional perusahaan. Divisi *operation & supply chain* bertanggung jawab dalam pengelolaan logistik, pergudangan, serta distribusi produk ke berbagai wilayah. Divisi *finance* mengelola aspek keuangan perusahaan, termasuk pencatatan, penganggaran, dan pelaporan keuangan. Divisi HRGA (*Human Resource & General Affairs*) bertanggung jawab dalam pengelolaan

sumber daya manusia serta kebutuhan operasional perusahaan, sedangkan divisi IT (*information technology*) berperan dalam pengelolaan sistem teknologi informasi serta infrastruktur digital perusahaan. Pembagian struktur organisasi ini bertujuan untuk memastikan setiap fungsi perusahaan dapat berjalan secara efektif, terkoordinasi, dan sesuai dengan kebutuhan bisnis.

Dalam pelaksanaan program magang, posisi yang diisi oleh penulis berada di bawah divisi *trade marketing & commercial strategy*, yang termasuk dalam kelompok komersial perusahaan. Divisi ini berperan dalam mengelola aktivitas komunikasi pemasaran dan *branding*, khususnya melalui media digital. Secara lebih spesifik, penulis terlibat dalam kegiatan pengelolaan konten media sosial, penyusunan *editorial plan*, serta koordinasi dengan KOL sebagai bagian dari strategi promosi digital perusahaan.

Di tingkat operasional, penulis bekerja di bawah bimbingan Siti Sarah Medina dan Hasna Eliza yang berperan sebagai pembimbing selama pelaksanaan magang. Keduanya memberikan arahan terkait pengembangan ide konten, pelaksanaan produksi konten, serta implementasi strategi komunikasi digital yang sesuai dengan kebutuhan *brand*. Bimbingan tersebut membantu penulis dalam memahami alur kerja profesional serta meningkatkan kemampuan dalam bidang komunikasi pemasaran digital. Dengan adanya struktur organisasi dan pembagian tugas yang jelas, proses kerja selama masa magang dapat berjalan secara terarah, terkoordinasi, dan sesuai dengan standar profesional perusahaan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A