



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1. Deskripsi Perusahaan**

Berdasarkan dari informasi yang penulis dapatkan dari senior *graphic designer*, dan senior-senior di perusahaan tempat penulis bekerja, dapat diketahui bahwa Style Theory merupakan perusahaan *start-up* rental baju terbesar pertama di Asia Tenggara. Style Theory percaya bahwa setiap wanita seharusnya mempunyai kebebasan untuk mengenakan dan bereksperimen dengan berbagai macam *style* dan desainer favorit mereka tanpa dibatasi dan ada untuk mengatasi masalah klasik pada setiap perempuan seperti “saya tidak mempunyai baju untuk dikenakan, lagi!”, “lemari saya terlalu penuh!”, “saya tidak tahu mau membeli baju yang mana”, ataupun “saya tidak mempunyai waktu untuk berbelanja!”.

Style Theory memberikan keleluasaan pelanggan untuk mengakses koleksi baju desainer ternama yang tidak terbatas. Dengan harapan Style Theory dapat memenuhi setiap impian para wanita untuk mempunyai koleksi baju yang tidak terbatas. Bersenjatakan dengan teknologi dan model bisnis yang revolusioner, pelanggan Style Theory dapat mengakses dan mengenakan ribuan koleksi baju desainer ternama yang terus berkembang, dengan berlangganan setiap bulannya. Selain itu, Style Theory hadir dengan harapan dapat meminimalisir kerusakan, kekacauan, dan penyesalan terhadap limbah-limbah yang dihasilkan, terlebih limbah pakaian di seluruh dunia. Style Theory hadir untuk memungkinkan cara hidup dan gaya hidup yang baru dan revolusioner. Style Theory Indonesia berlokasi di FX Sudirman, Lt.7, Jl. Jend. Sudirman, Pintu Satu, Senayan, Tanah Abang, Jakarta.



## STYLE THEORY

Gambar 2.1 Logo Style Theory

Sumber: Aset Style Theory Indonesia



Gambar 2.2 Ruang Kerja Marketing Style Theory Indonesia

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2019

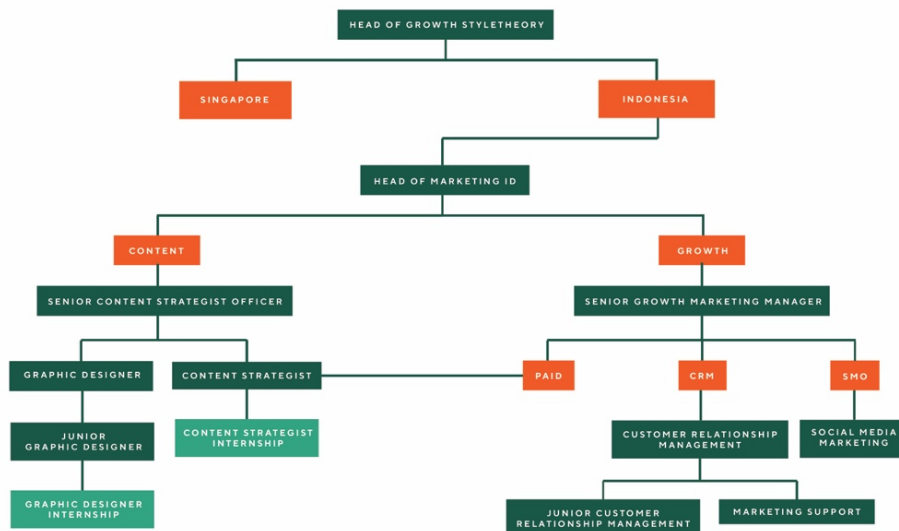
### **2.2. Visi dan Misi Perusahaan**

Setiap perusahaan pasti mempunyai visi dan misi. Style Theory mempunyai visi “*to revolutionize fashion consumption through sharing, to build a smarter and more sustainable future*” yaitu dengan merevolusi konsumsi pakaian di dunia melalui

berbagi dengan yang lain, untuk membangun masa depan yang lebih pintar dan masa depan yang berkelanjutan. Berbagi pakaian dalam Style Theory, dimana setiap pelanggan yang ikut menyewa baju berarti bersama *sharing* pakaian dengan pelanggan sewa baju yang lainnya. Dengan misi, yaitu:

1. Memberikan pelayanan yang terbaik untuk para pelanggan
2. Memberikan alternatif dalam mengakses puluhan ribu pakaian *branded* yang *up-to-date*
3. Memberikan kemudahan para pelanggan selama proses sewa, melalui fitur-fitur pintar dan layanan-layanan yang membuat hidup menjadi lebih mudah.

### 2.3. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Aset Style Theory Indonesia

Berikut merupakan struktur organisasi perusahaan Style Theory Indonesia, pada *team marketing* baik mengenai tugas, wewenang, dan tanggung jawab dari setiap divisi:

- Head Of Marketing Indonesia
  - a. Bertanggung jawab untuk mencapai target akuisisi dengan cara mengelola divisi *growth* seperti media sosial, CRM, *paid ads*
  - b. *Setting-up marketing budget* untuk mencapai objektif
  - c. Mengawasi dan mengukur performa setiap divisi dari minggu ke minggu
  - d. Mengambil langkah korektif jika ada divisi yang kurang optimal mencapai target
  
- Senior Content Strategist Officer
  - a. Mengawasi, setiap hasil konten dan visual konten yang akan di publikasikan
  - b. Memberikan gambaran besar, mengkoordinasikan, dan merencanakan setiap keperluan konten dan *timeline* kerja kepada divisi *content strategist* dan *graphic designer*
  - c. Memberi ide setiap konten yang akan di eksekusi oleh *content strategist* yang kemudian akan di visualkan oleh divisi *graphic designer*
  
- Content Strategist
  - a. Membuat konten yang sudah di diskusikan dan di berikan oleh senior *content strategist officer* yang nantinya akan di visualkan oleh *graphic designer*
  - b. Membuat perencanaan dan eksekusi sampai hasil akhir *content strategy* termasuk *social media*, *on site*, *promo*, dan *campaign*
  - c. Content planning berdasarkan analisis data dan membuat konten yang interaktif
  - d. Mengerjakan dan *planning* konsep konten dengan *creative director*

- Senior Graphic Designer
  - a. Membuat desain visual yang sesuai dengan objektif dan tujuan Style Theory
  - b. Bekerja sama dengan divisi konten untuk membuat produksi kreatif ataupun konsep kampanye dan promosi
  - c. Mengatur dan mengurus semua materi kreatif dari *online (website & apps), newsletters*, dan media sosial
  - d. Melakukan brainstorming dan berkontribusi untuk mengembangkan strategi kampanye, promosi, dan media sosial
  
- Customer Relationship Management (CRM)
  - a. Mengembangkan kampanye *e-mail* yang inovatif mulai dari pembuatan konten hingga eksekusi, sesuai dengan kalender konten per minggu
  - b. Mengerjakan saluran MailChimp, seperti *newsletter* dan *landing page*. Clevertap, seperti *push notifications, In-App Message, Web Push, Web Exit Intent, dan SMS*. Telesales, seperti *WhatsApp* dan *Line*
  - c. Terus menindaklanjuti dan mengoptimalkan kinerja semua pekerjaan dan anggota CRM
  - d. Menganalisis kesuksesan kampanye *e-mail* guna untuk meembangkan strategi jangka panjang
  
- Social Media Marketing
  - a. Mengamati, mengatur, dan mengembangkan kepentingan SMO
  - b. Membangun brand awareness dan mendorong engagement untuk SMO
  - c. Melakukan brainstorming dan berkontribusi pada pengembangan strategi dan kampanye media sosial sesuai dengan sudut pandang konten dan saluran pemasaran
  - d. Membuat plan untuk keperluan konten SMO (kalender konten)

- e. Menganalisis kinerja SMO untuk melacak pertumbuhan dan efektivitas konten yang didistribusikan pada SMO
- Junior Graphic Designer
  - a. Membuat desain visual yang sesuai dengan objektif dan tujuan Style Theory
  - b. Bekerja sama dengan divisi konten untuk membuat produksi kreatif ataupun konsep kampanye dan promosi
  - c. Berkontribusi dalam materi kreatif dari online (website & apps), newsletters, dan media sosial dan bertanggung jawab kepada senior graphic designer
  - d. Melakukan brainstorming dan berkontribusi untuk mengembangkan strategi kampanye, promosi, dan sosial media
- Junior Customer Relationship Management (Jr. CRM)
  - a. Mengerjakan *marketing promotion* dan *transactional On Demand* melalui *e-mail*
  - b. Bertanggung jawab kepada *customer relationship management*
  - c. Bertanggung jawab atas *first month user retention*
  - d. Menangani *community event* setiap bulannya, melalui persetujuan senior CRM
- Marketing Support
  - a. Menangani *telesales* dan *reach out* kepada pelanggan tentang layanan yang akan di berikan
  - b. Membuat report mengenai ke efektifan dari *campaign, ads*, kepentingan SMO & CRM
  - c. Mengedukasi cara kerja Style Theory kepada pelanggan