



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

PT DELAMI GARMENT INDUSTRIES

2.1. Profile PT Delami Garment Industries

2.1.1 Sejarah Singkat

Dikutip dari *company profile* (Delamibrands.com, 2015), PT Delami Garment Industries didirikan pada tahun 1979 oleh Johannes Fariel, dimulai dengan produksi celana panjang pria di bawah merek WOOD dan John Far. Pada tahun 1984, PT Delami Garment Industries mengambil alih merek Executive 99 yang pada saat itu merupakan merk yang mendominasi pasar celana panjang pria di Indonesia. Ini merupakan langkah lebih lanjut yang dilakukan PT Delami Garment Industries untuk menjadi produsen *garment* terbesar di Indonesia.

Pada tahun 1987 PT Delami Garment Industries melanjutkan ekspansinya dengan mengeksport produknya ke Amerika dan menjadi pemasok untuk baju golf ternama seperti La Mode, Aureus, dan PGA Tour. Prestasi yang ditunjukkan PT Delami Garment Industries membuat C Itoh Trading House, sebuah perusahaan dari Jepang mengajak kerjasama dengan PT Delami Garment Industries dalam memproduksi celana golf untuk pasar berkembang di Amerika. Berikutnya, PT Delami Garment Industries merambah pasar Eropa dengan menjadi produsen dari beberapa merek terkenal seperti, Eddie Bauer, Nike, Red and Green, The Northface, dan Marks & Spencer.

Pada tahun 1994, PT Delami Garment Industries mendapatkan lisensi untuk produksi, marketing, dan distribusi dari Wrangler untuk pasar Indonesia. Posisi dan kehadiran dari PT Delami Garment Industries semakin kuat dengan diluncurkannya koleksi pakaian jadi wanita di bawah merk Executive 99 yang sekarang dikenal dengan The Executive.

Di Tahun 2000 PT Delami Garment Industries menerima pengakuan dan standarisasi internasional ISO 9001. Di tahun yang sama PT Delami Garment

Industries memegang lisensi merek Wrangler untuk di Singapura, Malaysia, dan Brunnei Darussalam.

DELAMI BRANDS

Gambar 2.1 Logo PT Delami Garment Industries (Data *internal* perusahaan)

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan:

Visi:

PT Delami Garment Industries adalah menjadi pemimpin pasar *fashion* yang menjual kualitas dan nilai produk dengan pelayanan yang maksimal.

Misi:

Misi yang dijalankan oleh PT Delami Garment Industries dalam mencapai misinya adalah dengan selalu berusaha untuk menjadi inovatif dan *up to date* dalam hal teknologi dengan terus menerus dan sistematis memperbarui peralatan untuk mempertahankan *standard* kualitas tinggi.

2.1.3 The Executive

The Executive merupakan salah satu *fashion brand* terkemuka di pasar Indonesia yang berdiri di bawah naungan PT Delami Garment Industries sejak tahun 1984. Dengan standar kualitas internasional, The Executive mempertahankan posisinya di dalam distribusi massa *fashion* Indonesia.

Produk The Executive sendiri tersedia di dalam 95 toko retail dan tahun 2016 ini akan digenapkan menjadi 100 toko retail, dan lebih dari 200 *departement store* terkemuka di seluruh Indonesia. The Executive saat ini juga sudah membuka *store* di Malaysia berjumlah 5 *store* dan 30 *departement store*.

THE EXECUTIVE

Gambar 2.2 Logo *brand* The Executive (Data *internal* perusahaann)

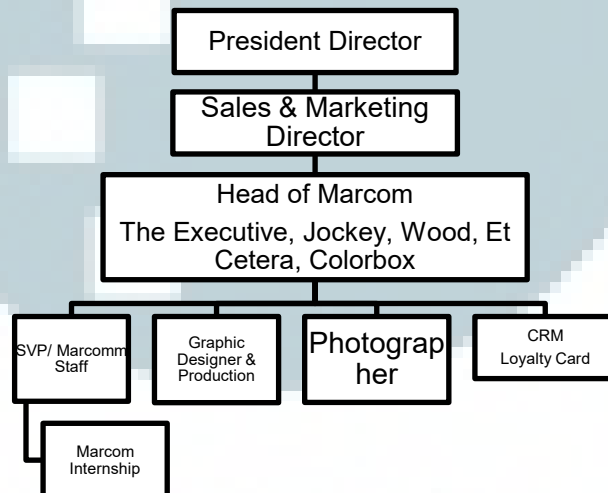
2.1.4 WOOD

WOOD adalah salah satu *brand fashion* ternama di Indonesia yang menyediakan kebutuhan untuk pria akan busana. Hadir dalam 27 *stores* yang tersebar dikota-kota besar di Indonesia. WOOD menawarkan *fashion apparel* seperti Blazer, Kemeja, Polo Shirts, Celana, sepatu, Jaket hingga Aksesoris untuk kalangan pria usia 28 – 38 tahun. WOOD terus mengedepankan *Good Quality Design* dengan harga yang terjangkau.



Gambar 2.3 Logo *brand* WOOD (Data *internal* perusahaan)

2.1.5 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait



Gambar 2.4 Struktur organisasi PT Delami Garment Industries (Data *internal* perusahaan)

2.2 Ruang Lingkup Divisi

Berikut penjelasan mengenai tugas-tugas di divisi *Marketing communication* PT Delami Garment Industries:

1. Mempersiapkan *marketing plan*

Mempersiapkan *plan-plan* marketing yang akan dilakukan pada quarter mendatang.

2. Melakukan aktivitas PR

Menjalankan aktivitas *public relations* seperti program *campaign* dan mengikuti *event-event* tertentu.

3. Menerapkan pola *promotion mix*

Menerapkan pola *promotion mix* seperti kegiatan *advertising*, *sales promotions*, *public relations* sebagai pilihan promosi bagi konsumen.

4. *Sponsorship*

Berkolaborasi dengan organisasi *eksternal* untuk mendapatkan *awareness* dan *income*.

5. *Media Relations*

Menjalin hubungan baik dengan media.

Selama praktik kerja magang, penulis ditempatkan di divisi *marketing communication* dengan tanggung jawab sebagai berikut:

1. Menghubungi *tenant relations* mall-mall di jabodetabek dan *non jabodetabek* untuk memastikan *media relation* di mall *available* untuk *space promosi sale*.
2. Membuat *list station TV* yang berkaitan dengan *brand* dan menghubungi *Station TV* untuk menawarkan kerjasama berupa *wardrobe*.
3. *Media monitoring* cetak maupun *digital*.
4. Membuat *slide* foto bukti pemasangan media promosi untuk dipresentasikan kepada *Brand manager*.
5. Menghubungi mall yang sedang mengadakan bazaar untuk ikut berpartisipasi. Disini penulis juga bekerjasama dengan *graphic designer* untuk pembuatan poster.
6. Membuat *press release* untuk setiap kegiatan yang diikuti.
7. Mengkoordinasi persiapan dan pelaksanaan setiap *event* diikuti.

8. Mengikuti dan membantu pertemuan dengan pihak luar yang berkaitan dengan *event* yang akan diikuti (*Technical Meeting*) dan calon *endorsement*.
9. Membantu melakukan negosiasi dengan beberapa pihak termasuk media, calon *endorsement*, *tenant relations*, *supplier*, *booker model*.
10. Membantu kegiatan saat foto *product* dan *photoshoot product* untuk *media sosial* maupun foto *product* untuk *campaign*.
11. Berhubungan dengan berbagai pihak untuk memastikan bahwa pihak-pihak yang terlibat menyetujui dan mengetahui kegiatan sedang dan akan dilakukan.
12. Membantu surat pernyataan kerjasama dengan pihak luar.
13. Membuat *slide* presentasi kerjasama yang akan dilakukan.
14. Mempersiapkan jadwal model dan membantu *fitting* baju untuk *event (fashion show)*.
15. Realisasi *budget event promosi (Super sale The Executive)*
16. Membuat *content* sosial media Instagram.
17. Membuat *review* dan *plan* Q1, Q2.

UMMN