

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Berdasarkan laman *Website Delamibrands.com*, PT Delami Kharisma Busana adalah sebuah perusahaan *garmenmt* yang didirikan pada tahun 1979 di Indonesia. Sebagai perusahaan mode dengan merek-merek yang diakui secara internasional, PT Delami berkomitmen untuk menyediakan pakaian berkualitas tinggi dan aksesoris yang cocok dan bergaya untuk pria, wanita, dan anak-anak. PT Delami menyediakan gaya *fashion* yang sesuai dengan gaya hidup modern di kota-kota yang sibuk dan juga gaya hidup yang memiliki jiwa *adventure*.



Gambar 2.1 Logo Delamibrand
Sumber : <https://delamibrands.com/id/>

2.1.1 Sejarah Perusahaan

PT Delami *Garment Industries*, yang didirikan oleh Johannes Fariel pada tahun 1979 dengan *brand* Wood dan John Far sebagai *brand* pertamanya, mengalami perkembangan yang pesat seiring berjalannya waktu. Pada tahun 1984, perusahaan ini mengakuisisi *brand* Executive 99, yang kemudian dikenal sebagai *brand* Executive, yang membantu PT Delami menjadi pemimpin pasar dalam industri pakaian pria. Dalam tiga tahun berikutnya, PT Delami mulai mengekspansi bisnisnya dengan mengekspor produknya ke Amerika Serikat dan Jepang. Kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan Jepang untuk memproduksi pakaian olahraga untuk pasar Amerika Serikat membawa kesuksesan bagi PT Delami, yang kemudian melanjutkan ekspansi ke pasar Eropa

dan mulai bekerja sama dengan *brand* ternama seperti Nike, Eddie Bauer, The North Face, dan Mark & Spencer.

Pada tahun 1994, PT Delami meraih reputasi internasional sebagai salah satu perusahaan manufaktur terbesar. Keberhasilan ini membuka peluang baru bagi perusahaan, seperti memperoleh lisensi untuk produksi, pemasaran, dan distribusi Wrangler Jeans di Indonesia. Mengamati pertumbuhan yang signifikan, PT Delami memanfaatkan peluang pada tahun berikutnya dengan membuka toko pertama untuk *brand* Wood dan Et Cetera di Jakarta. Kemudian, pada tahun 2003, perusahaan ini kembali melakukan ekspansi dengan menghidupkan kembali *brand* Colorbox, yang ditujukan bagi kalangan anak muda. Lima tahun berikutnya, PT Delami mendapatkan lisensi untuk *brand* internasional seperti Jockey and Lee. Pada tahun 2010, dengan mengakuisisi Tira Jeans, perusahaan ini melanjutkan ekspansi untuk memperluas pasar denim. Akhirnya, pada tahun 2016, PT Delami Garment Industries merubah namanya menjadi PT Delamibrands Kharisma Busana, menandai perjalanan panjang dan sukses perusahaan ini dalam industri pakaian.

Produk yang hingga saat ini di pegang lisensi nya adalah Executive, Colorbox, et cetera, Wood, Wrangler, Tirajeans, Jenhara, dan The 707 Company.

1. Executive

Executive merupakan pakaian sehari hari yang mempunyai karakter muda, dengan tampilan dinamis yang dapat digunakan untuk keperluan diman saja. Koleksi pakaian pria dan wanita yang menampilkan *silhouette* modern dan berkualitas namun dengan harga yang terjangkau.

The logo for the brand 'Executive' is displayed in a large, bold, black, serif font. The letters are widely spaced and have a classic, elegant appearance.

Gambar 2.2 Logo Executive

2. Colorbox

Colorbox adalah *merk fashion* yang diperuntukan untuk wanita mudah dengan tampilan terkini dan harga yang kompetitif. Colorbox saat ini sudah menyebar luas di Indonesia, Vietnam, dan Filipina.

The logo for Colorbox features the brand name in a bold, black, sans-serif font. The letters are widely spaced, giving it a clean and modern appearance. The text is centered horizontally.

Gambar 2.3 Logo Colorbox
Sumber : <https://colorbox.co.id/>

3. Et Cetera

Et Cetera pertama kali diluncurkan pada tahun 2011 yang menawarkan pakaian pria dan wanita yang dapat digunakan sehari-hari dengan tampilan yang minimalis namun juga mengutamakan kenyamanan.

The logo for Et Cetera consists of the brand name in a lowercase, bold, black, sans-serif font. The letters are closely spaced, creating a compact and modern look. The text is centered horizontally.

Gambar 2.4 Logo Et Cetera
Sumber : <https://etcetera.co.id/>

4. Wood

Wood merupakan salah satu merk *fashion* pria ternama sejak tahun 1979, wood menawarkan pakaian yang simpel namun tetap rapi untuk pria yang menginginkan kombinasi kenyamanan dengan gaya klasik dan elegan. Untuk melengkapi dan menyempurnakan gaya pengguna woods juga menyediakan beragam aksesoris seperti sepatu, ikat pinggang dan tas, untuk melengkapi dan menyempurnakan gaya pengguna.

The logo for Wood features a shield-shaped emblem on the left containing a stylized letter 'W'. To the right of the emblem, the word 'WOOD' is written in a large, bold, black, serif font. The letters are widely spaced, giving it a classic and elegant appearance.

Gambar 2.5 Logo Wood
Sumber : <https://wood.co.id/>

5. Wrangler

Wrangler merupakan merk *fashion* pria dan wanita dengan karakter denim yang penuh gaya dan dibuat dengan baik sejak tahun 1947.

Wrangler berkomitmen terhadap inovasi, gaya yang orisinal dengan menekankan gaya amerika.

Wrangler

Gambar 2.6 Logo Wrangler
Sumber : <https://wrangler.co.id/>

6. Tirajeans

Tirajeans merupakan *merk fashion* kaum muda pria dan wanita yang mengadaptasi dari selera gaya dan kepribadian jalanan masyarakat perkotaan. Tirajeans menonjolkan kreativitas, energi muda, dan optimism.

Tirajeans®

Gambar 2.7 Logo Tirajeans
Sumber : <https://tirajeans.co.id/>

7. Jenahara

Jenahara adalah merk *fashion* untuk remaja putri yang menawarkan desain nyaman dan rapi dengan detail khas, bentuk yang structural, unsur gaya feminim dan maskulin, simetris dan asimetris, dengan tujuan menciptakan karakter yang kuat.

JENAHARA

Gambar 2.8 Logo Jenahara
Sumber : <https://Jenahara.co.id/>

Selama terlibat dalam kerja lapangan di perusahaan PT Delamibrands Kharisma Busana, penulis bergabung dalam divisi General Management dan Kreatif untuk *Department General Management*. Dalam pelaksanaan suatu proyek, penulis berkolaborasi dengan divisi marketing

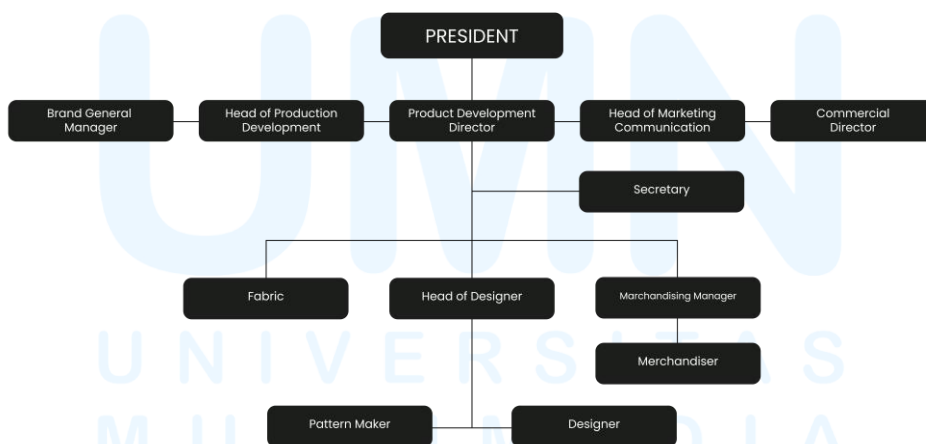
dan desain grafis untuk menciptakan visual 3D untuk keperluan *branding* ataupun promosi.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi yang dipegang oleh PT Delamibrands Kharisma Busana “*To be leading fashion company providing quality dan valuable products with passionate service*” dan visi “*To invest in people, innovation, communities, and give customers what they want*”.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Susunan organisasi merupakan tata letak yang menggambarkan keterkaitan antara setiap bagian dalam sebuah perusahaan untuk melakukan tugas-tugas yang telah ditetapkan, dengan tujuan mencapai suatu sasaran tertentu. Melalui struktur organisasi, peran masing-masing individu dapat dijelaskan dengan jelas, dan fungsi-fungsi tertentu dapat dibatasi. Selain itu, struktur organisasi juga menggambarkan dengan jelas kepada siapa individu harus bertanggung jawab. Berikut adalah gambaran umum dari struktur organisasi yang terdapat di PT. Delamibrands Kharisma Busana:



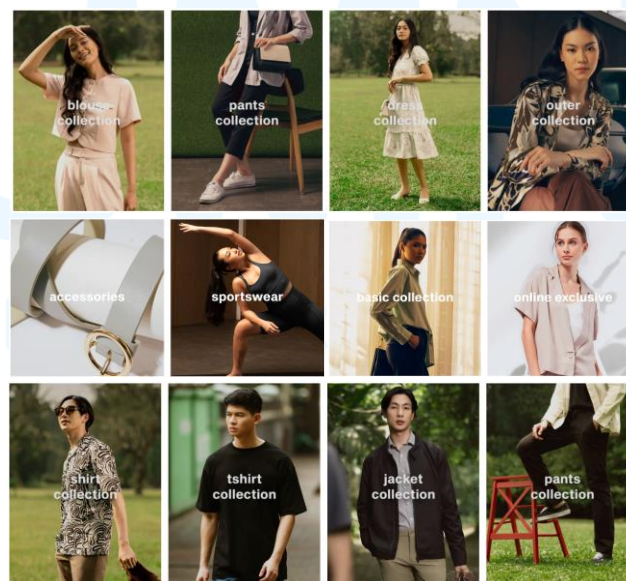
Gambar 2.9 Struktur Organisasi PT Delamibrand Kharisma Busana
Sumber: Data *Internal* Perusahaan (2023)

2.3 Portfolio Perusahaan

PT Delami Kharisma Busana memiliki beberapa media dalam memasarkan produknya diantaranya instagram, website dan *marketplace* (zalora, shopee, tokped, lazada, dan blibli). PT Delami Kharisma Busana mempunyai website utama dan juga mempunyai website untuk setiap *brand* yang dinaungi. Pada website utama, konsumen dapat mencari informasi terkait produk yang ditawarkan dan juga *brand* yang diperjualkan. lalu untuk tiap website *brand* berisikan beberapa produk baju, celana, hingga asesoris. Pada website konsumen juga dapat membeli produknya terhubung langsung ke beberapa media lainnya yaitu *marketplace* dan Instagram.

1. Executive

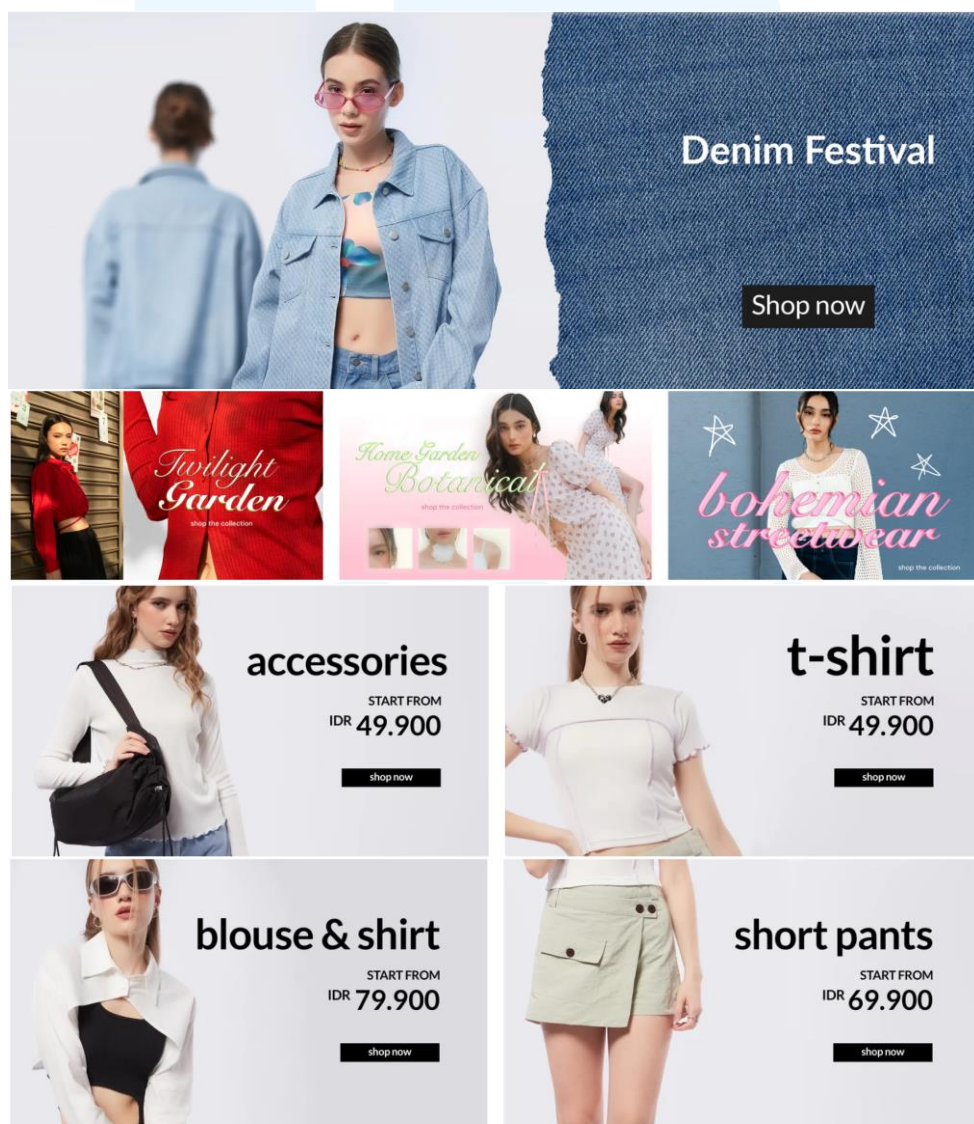
Pertama dikenal sebagai Executive 99 lalu pada tahun 1984, PT Delami Brands Kharisma Busana mengakuisisi, yang kini lebih dikenal sebagai Executive. *Brand* Executive didirikan dengan tujuan menggabungkan gaya *fashion* modern dengan kebutuhan sehari-hari. Produk yang ditawarkan oleh Executive meliputi pakaian untuk pria dan wanita, serta berbagai aksesoris seperti sepatu, syal, ikat pinggang, dan lainnya.



Gambar 2.10 Produk Brand Executive
Sumber : Laman Website Executive

2. Colorbox

Didirikan sejak tahun 1993, Colorbox adalah salah satu merek dari Indonesia yang fokus pada pakaian wanita, terutama untuk kalangan remaja. Selain menyediakan pakaian, Colorbox juga menawarkan berbagai aksesoris seperti tas, sepatu, dan lainnya. Dengan fokus pada pasar remaja, Colorbox berusaha membangun citra yang sesuai dengan tren mode terbaru dan menghadirkan gaya *fashion* yang memenuhi kebutuhan perkembangan mode saat ini.



Gambar 2.11 Produk Brand Colorbox
Sumber : Laman website Colorbox

3. Et Cetera

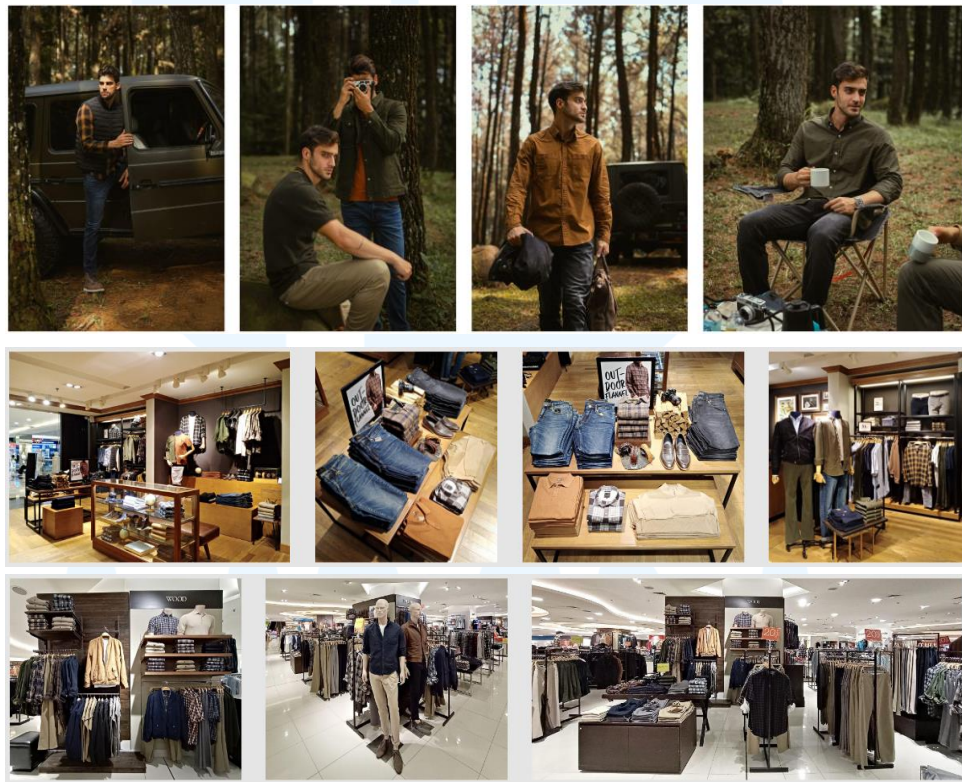
Pada tahun 1995, Et Cetera memulai perjalanannya dengan membuka toko pertamanya, yang menawarkan berbagai macam pakaian wanita dengan gaya yang elegan. Dengan fokus pada pasar wanita dewasa, Et Cetera bertujuan untuk memberikan kenyamanan dengan menyediakan pakaian yang simpel tetapi tetap menarik dan modern, cocok untuk digunakan dalam aktivitas sehari-hari.



Gambar 2.12 Produk Brand Et Cetera
Sumber : Laman website Et Cetera

4. Wood

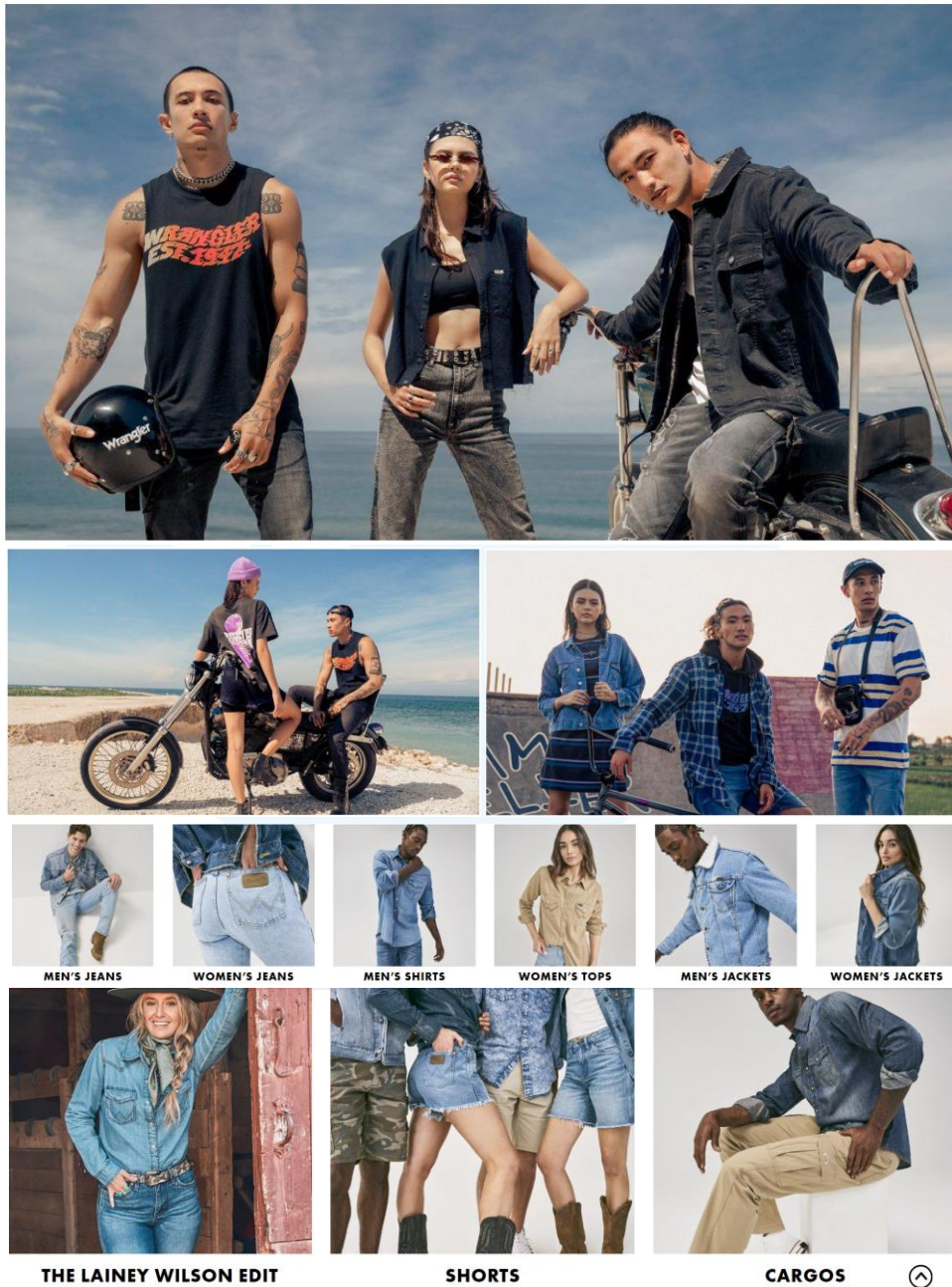
Sebagai merek *fashion* pria di Indonesia sejak tahun 1979, menawarkan pakaian yang mudah namun rapi untuk pria yang menginginkan kenyamanan dengan gaya klasik dan elegan. Wood menyediakan beragam pakaian penting mulai dari pakaian kasual, setelan bisnis, dan pakaian *outdoor*. Yang memungkinkan konsumen untuk meningkatkan gaya pribadi sebagai pakaian sehari-hari. Wood juga menyediakan aksesoris sepatu, ikat pinggang, dan tas.



Gambar 2.13 Produk Brand Wood
Sumber : laman website Delamibrands

5. Wrangler

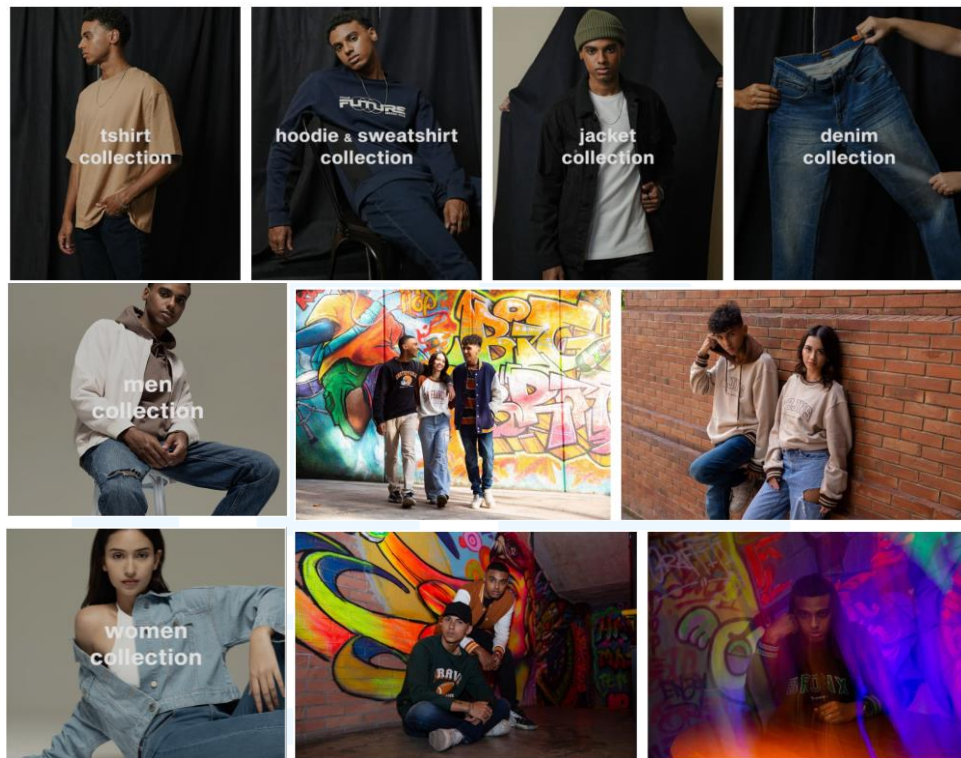
Sejak tahun 1947, Wrangler telah menghasilkan denim berkualitas tinggi dan bergaya, dengan desain yang mempertimbangkan kebutuhan penggunaannya. Selama lebih dari 75 tahun, Wrangler telah berupaya menciptakan jeans, jaket, dan kemeja terbaik yang cocok untuk gaya hidup kobo.



Gambar 2.14 Produk Brand Wrangler
 Sumber : laman website wrangler

6. Tirajeans

Tirajeans adalah merek *fashion* yang dibuat sebagai simbol anak muda yang modern, percaya diri, dan modis. Desainnya terinspirasi oleh musik, gaya hidup, dan teknologi yang populer di kalangan masyarakat perkotaan, menampilkan kreativitas, energi, dan optimisme dari generasi muda.



Gambar 2.15 Produk Brand Tirajeans
Sumber : Laman Website Executive

7. Jenahara

Jenahara adalah merek *fashion* yang menghadirkan desain yang nyaman dan terstruktur dengan sentuhan unik dan berkualitas. Sasaran pasar mereka adalah remaja putri yang mandiri dan *modern*. Jenahara menggabungkan elemen feminin dan maskulin secara simetris dan asimetris untuk menciptakan karakter yang kuat dan mengeksplorasi bentuk serta desain siluet yang inovatif.



Gambar 2.16 Produk Brand Jenahara
Sumber : Laman Website delamibrands