

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Casalive Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan dengan jenis produk pakaian dalam wanita. Pada awal berdirinya koperasi Casalive berdiri tahun 1990, dibawah naungan Pt Indonesia Wacoal, bergerak dibidang simpan pinjam, sesuai dengan perkembangan koperasi Casalive indonesia membentuk management yang bergerak dibidang usaha perdagangan retail Underwear dengan merk Visical, Owa dan Canishe dengan kantor pusat yang terletak di Komplek Perkantoran Kota Grogol Permai Jln, Prof Dr. Latumenten Blok B No. 1 Kelurahan Jelambar Kecamatan Grogol Petamburan Jakarta Barat dengan kodepos 11460. Selain kantor pusat, Casalive juga memiliki kantor cabang di beberapa daerah lain, yaitu:

1. Kantor Cabang Jakarta.
2. Kantor Cabang Bandung.
3. Kantor Cabang Semarang.
4. Kantor Cabang Surakarta.

Pabrik Casalive terletak di Citereup. Jenis-jenis produk yang dijual Casalive meliputi:

1. Bra
2. Venti (celana dalam)
3. Lingerie (baju tidur)
4. Long Korset
5. Long Torso
6. Miniset

Jenis-jenis produk tersebut menggunakan bahan Polystron, Katun Spandek (licra) dan Nilon.

Adapun fungsi-fungsi produk yang dijual yaitu:

1. **Bra.** Terdapat jenis kawat dan non kawat. Manfaat bra dengan kawat (wire) lebih bagus untuk membentuk payudara dan menambah volume (wire terbuat dari fiber). Dalam satu bra terdapat 3 bahan. Kemudian ada juga bra menyusui.
2. **Miniset.** Miniset digunakan untuk pemula, untuk pstur badan yang berbeda dan untuk postur badan yang sudah berbentuk.
3. **Bodysuit.** Untuk membentuk badan saat memakai gaun.
4. **Longtorso.** Untuk dalaman kebaya.
5. **Korset.** Dibagi menjadi dua jenis, untuk ibu hamil dan untuk yang biasa.

Cara penjualan Casalive meliputi Sales Direct Selling, Bazaar-bazaar dan sistem rekanan. Sales Direct Selling (Sistem Jemput Bola)/langsung antar customer, untuk menawarkan produk Casalive dengan sistem pembayaran cash/tempo sebulan dengan sasaran pasar perkantoran, instansi pemerintah, rumah sakit, sekolah dan perumahan. Casalive Indonesia juga melakukan pemasaran dengan mengadakan Bazar yang dilaksanakan diberbagai tempat seperti pusat perbelanjaan atau membuka bazar di ruko dekat perkantoran. Bazar Casalive dikenal dengan sebutan Bazarda, Bazarda adalah branded bazar yang dimiliki oleh Casalive Indonesia untuk memperkenalkan dan menjual produk yang dimiliki oleh Casalive Indonesia terutama dengan merek terbarunya “Darda” yang diselenggarakan di pusat perbelanjaan seperti mall dan dilingkungan masyarakat luas. Dengan diadakannya bazar tersebut Casalive Indonesia dapat menyebarluaskan produk dan meraih pelanggan dengan menyajikan produk pakaian dalam wanita secara langsung dengan pembayaran cash dan tempo sebulan.

2.1.1 Visi Misi

Visi Misi didirikannya casalive sebagai berikut:

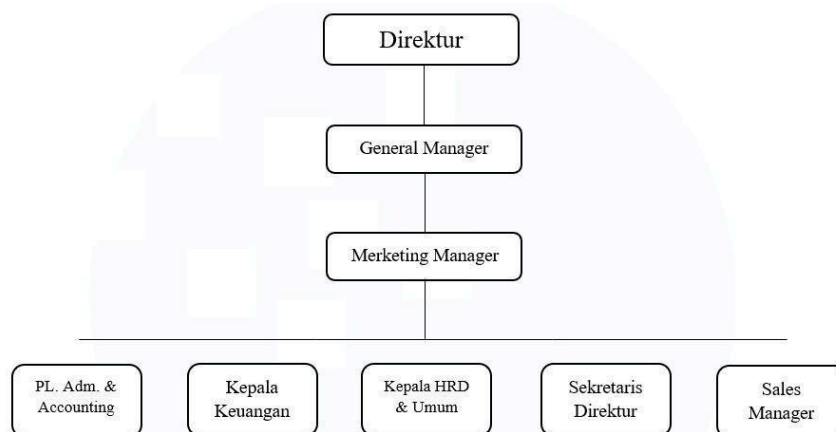
1. Meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan, perekonomian Nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil dan makmur berdasarkan pancasila dan undang undang dasar 1945 (seribu sembilan ratus empat puluh lima).
2. Menjadi gerakan ekonomi rakyat serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional.

Adapun hal-hal yang disediakan atau dibutuhkan agar mencapai suatu tujuan :

1. Melakukan unit simpan pinjam anggota.
2. Menjalankan usaha-usaha dibidang jasa meliputi perdagangan dan perkreditan barang kepada anggota.
3. Memperdayakan sumber daya yang ada agar mampu mengakses kegiatan usaha-usaha dibidang usaha perdagangan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Casalive Indonesia memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.1 Struktur organisasi Casalive Indonesia

Sumber: Data Internal Perusahaan

Selama menjalani proses kerja magang, penulis ditempatkan di divisi pemasaran dengan pengawasan langsung marketing manajer yaitu Junita Simarmata. Dalam

perannya sebagai supervisor selama magang, penulis juga di bantu oleh Inas Rakha, yang bertugas sebagai staf sekretariat.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA