

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang PT Delamibrands Kharisma Busana

PT Delamibrands Kharisma Busana merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *fashion*, didirikan oleh Bapak Johannes Farial tahun 1979 di Bandung. Perusahaan ini telah berkembang menjadi salah satu perusahaan *fashion* terkemuka di Indonesia. Nama Delami merupakan singkatan yang diambil dari nama anak-anak Johannes Farial, yaitu Devi Farial, Stella Farial, dan Thomas Farial. Saat ini, perusahaan dipimpin oleh Thomas Farial dan berlokasi di *The Prominence Tower* Lantai 8-9, Alam Sutera, Kota Tangerang, Banten.



Gambar 2. 1 Logo PT Delamibrands Kharisma Busana

Sumber: Delamibrands.com (2024)

PT Delamibrands Kharisma Busana mengawali perjalanannya di tahun 1979 dengan memproduksi celana pria yang nyaman dan elegan bermerek WOOD, yang dititipkan ke *department store*, seperti Matahari. Setelah itu, pada tahun 1984 perusahaan mengakuisisi terhadap merek Executive 99 yang saat ini dikenal menjadi EXECUTIVE. Berkat anusias konsumen yang tinggi, PT Delamibrands mulai merambah ke pasar internasional dengan mengeksport produknya ke Amerika Serikat, dan dipercayai menjadi pemasok pakaian golf dari La Mode, Aureus, Tur PGA dan Soon. Pada tahun yang sama, perusahaan mendapatkan tawaran kerja sama dengan *C Iroh Trading House of Japan* untuk memproduksi pakaian ternama seperti Nike, Eddie Bauer, North Face, Mark & Spencer untuk pasar Amerika, hingga ekspansi ke pasar Eropa.

Pada tahun 1994, Perusahaan berhasil meraih reputasi internasional sebagai salah satu perusahaan manufaktur terkemuka. Prestasi ini mengantarkan perusahaan pada lisensi untuk pemasaran dan distribusi Wrangler Jeans di Indonesia, merek

denim ternama. Prestasi perusahaan tidak berhenti disitu saja, ini dibuktikan dengan mendapatkan pengakuan Standarisasi Mutu Internasional (ISO 9001) pada tahun 2000, Penghargaan “Indonesia Customer Satisfaction Award” pada tahun 2005 dan diperkuat dengan diperolehnya lisensi atas merek internasional Jockey, Lee tahun 2008, dan Le Coq pada tahun 2018.

Sebagai bukti nyata pertumbuhan perusahaan, PT Delamibrands lanjut memperluas merek yang dimilikinya. Merek tersebut berupa EXECUTIVE, Wrangler, Et Cetera, WOOD, Jenahara, Tirajeans, dan Colorbox. Tidak hanya terbatas di pasar domestik, namun juga merambah pasar internasional. Salah satu contohnya adalah brand Colorbox yang telah hadir di Vietnam.

2.2 Visi Misi PT Delamibrands Kharisma Busana

PT Delamibrands Kharisma Busana, sebagai salah satu perusahaan *local brand* ternama di Indonesia, memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

“To be the leading fashion company providing quality and valuable products with passionate service” artinya Menjadi perusahaan *fashion* terkemuka dengan menyediakan produk berkualitas dan berharga diiringi dengan memberikan pelayanan yang semangat.

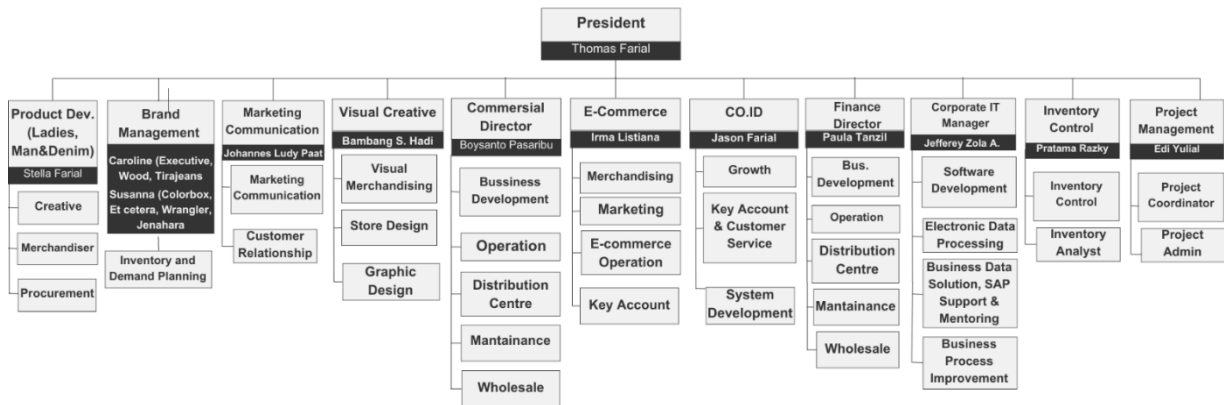
MISI

“To invest in people, innovation, communities, and give customers what they want” artinya, berinvestasi kepada orang, inovasi, serta masyarakat, dan memberikan pelanggan apa yang mereka inginkan.

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

2.3 Struktur Organisasi PT Delamibrands Kharisma Busana

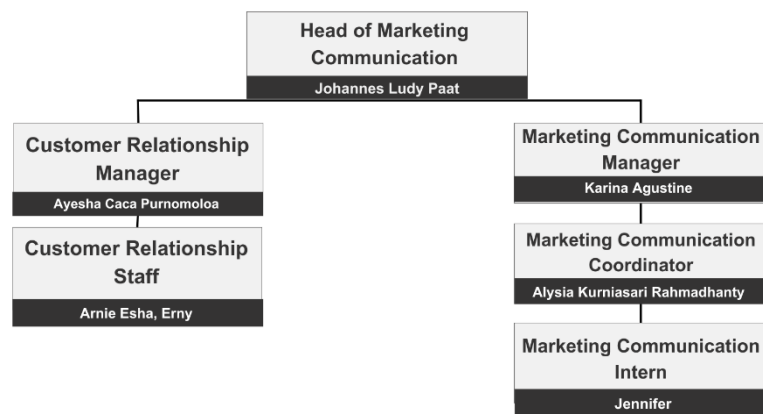
Struktur kepemimpinan PT Delamibrands Kharisma Busana saat ini dipegang oleh Bapak Thomas Fariel. Berikut ini adalah gambaran mengenai susunan perusahaannya



Gambar 2. 10 Struktur Perusahaan PT Delamibrands Kharisma

Sumber: Data Internal Perusahaan (2024)

PT Delamibrands memiliki beberapa struktur organisasi, dengan *President* di tingkat tertinggi, yang saat ini dijabat oleh Thomas Fariel. Di bawah *President*, terdapat divisi-divisi penting seperti *Product Development Director*, *Brand Management*, *Head of Marketing Communication*, *Visual Creative*, *Commercial Director*, *E-commerce*, *CO.ID*, *Finance Director*, *Corporate IT Manager*, *Inventory Control* dan *Project Management*.



Gambar 2. 17 Struktur Divisi Marketing Communication

Sumber: Data Internal Perusahaan (2024)

Saat ini, divisi *Marketing Communication* dipimpin oleh Johannes Ludy Paat, selaku *Head of Marketing Communication* atau yang biasa dikenal dengan *General Manager Marketing Communication*. Di bawah kepemimpinannya, terdapat Karina Agustine selaku *Marketing Communication Manager* sekaligus menjadi supervisi *Intern*. Dibawahnya lagi, ada Alicia Kurniasari Rahmadhanty, yang menduduki posisi selaku *Marketing Communication Coordinator*. Segala aktivitas yang dilaksanakan oleh divisi *Marketing Communication* telah disetujui oleh divisi *brand*. Berikut adalah dekripsi tugas masing-masing posisi *Marketing Communication* selama proses kerja magang

a. *General manager* atau *Marketing Communication Head*

Memiliki tanggung jawab atas keseluruhan strategi *marketing communication* untuk setiap *brand*. Tugasnya meliputi, memimpin divisi *marketing communication*, melakukan *monitoring* dan evaluasi terhadap rencana yang dilaksanakan dan menentukan *budgeting marketing communication* secara keseluruhan untuk divisi *marcomm*.

b. *Marketing Communication Manajer*

Memiliki tanggung jawab atas merek Colorbox, dimana memiliki kewajiban untuk merancang secara terperinci strategi pemasaran dan membuat *brief* untuk pelaksanaan kampanye yang direncanakan.

c. *Marketing Communication Coordinator*

Menjalankan seluruh perencanaan sesuai dengan arahan yang tertuang dalam *brief* dari *Marketing Communication Head* dan *Marketing Communication Manajer*.

d. *Marketing communication Intern*

Membantu *Marketing Communication Coordinator* dan *Marketing Communication Manager* dalam menyelesaikan perencanaan dan *brief* yang telah ditetapkan. Bantuan ini diwujudkan dengan mengikuti *brainstorming* penyampaian ide, dan mempelajari cara kerja *marketing* dalam bidang industri *fashion*.