

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Trapo Indonesia (PT. Vicalta Gracias Indonesia), yang didirikan pada 2018, bergerak di bidang aksesoris mobil dengan produk utama karpet mobil berbahan EVA foam berkualitas premium, dirancang untuk kenyamanan dan pengalaman berkendara yang lebih baik. Visi Trapo adalah menjadi penyedia aksesoris mobil terkemuka di Asia, dengan misi menciptakan pengalaman berkendara yang aman dan nyaman. Moes, anak perusahaan Trapo, berfokus pada produk smart home inovatif untuk meningkatkan kenyamanan dan efisiensi kehidupan sehari-hari, dengan tujuan menciptakan ekosistem rumah pintar yang terhubung untuk membuat rumah lebih nyaman, aman, dan efisien.

2.1.1 Profil Perusahaan

Trapo Indonesia (PT. Vicalta Gracias Indonesia) didirikan pada tahun 2018 dan bergerak di bidang aksesoris mobil, khususnya menyediakan solusi untuk kenyamanan dan pengalaman berkendara yang lebih baik. Produk utama perusahaan ini adalah karpet mobil yang terbuat dari bahan EVA foam berkualitas premium, yang dirancang untuk setiap model mobil dengan keunggulan tahan air, ringan, dan cepat kering. Karpet Trapo dirancang untuk memberikan kenyamanan maksimal dan meningkatkan pengalaman berkendara pengguna.

Trapo Indonesia berkomitmen untuk menyediakan produk berkualitas tinggi yang inovatif dan mudah digunakan, serta menawarkan berbagai produk aksesoris mobil yang memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan jangkauan yang luas di Asia, perusahaan ini berfokus pada menciptakan solusi yang praktis dan efisien untuk pasar otomotif.

Visi Trapo Indonesia adalah untuk menjadi penyedia aksesoris mobil terkemuka di Asia, yang dikenal luas karena inovasi berkelanjutan, kualitas produk yang superior, dan komitmen terhadap kepuasan pelanggan.

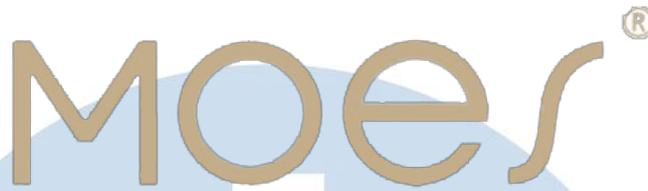
Trapo Indonesia berambisi untuk tidak hanya menjadi pilihan utama bagi konsumen di pasar domestik, tetapi juga memperluas jangkauan pasar di seluruh Asia dengan menawarkan solusi aksesoris mobil yang inovatif, fungsional, dan ramah lingkungan. Trapo Indonesia bertujuan untuk menciptakan produk-produk berkualitas tinggi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pengguna mobil, tetapi juga memberikan pengalaman berkendara yang lebih nyaman, aman, dan efisien.

Misi Trapo Indonesia adalah untuk menghadirkan pengalaman berkendara yang praktis, higienis, dan nyaman bagi setiap pengendara melalui penyediaan aksesoris mobil yang inovatif, terjangkau, dan mudah diakses oleh pelanggan di seluruh Asia. Trapo Indonesia berkomitmen untuk terus mengembangkan produk-produk yang dapat meningkatkan kualitas pengalaman berkendara, dengan fokus pada kenyamanan, kebersihan, dan fungsionalitas. Trapo berkomitmen untuk menyediakan solusi yang tidak hanya memberikan kemudahan praktis bagi pemilik mobil, tetapi juga memastikan kualitas yang terjaga dengan baik, sehingga setiap konsumen dapat merasakan kepuasan dan rasa aman saat menggunakan produk Trapo.



Gambar 2. 1 Logo TRAPO Indonesia
Sumber: Data Perusahaan (2024)

Moes adalah anak perusahaan dari Trapo Indonesia, yang dikenal sebagai perusahaan yang bergerak dalam industri otomotif dengan produk karpet berkualitas tinggi. Sebagai bagian dari strategi ekspansi Trapo, Moes hadir untuk memenuhi kebutuhan konsumen modern melalui produk *smart home* yang inovatif.



Gambar 2. 2 Logo MOES
Sumber: Data Perusahaan (2024)

Brand ini mengusung visi untuk meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam kehidupan sehari-hari dengan menghadirkan teknologi pintar yang mudah diakses dan digunakan. Dengan fokus pada inovasi dan pengalaman pengguna, Moes berkomitmen untuk menciptakan ekosistem rumah pintar yang terhubung, memudahkan konsumen dalam mengelola dan mengontrol berbagai aspek kehidupan sehari-hari melalui satu platform. Brand ini bertujuan untuk menjadikan rumah sebagai ruang yang lebih nyaman, aman, dan efisien dengan memanfaatkan teknologi terkini.

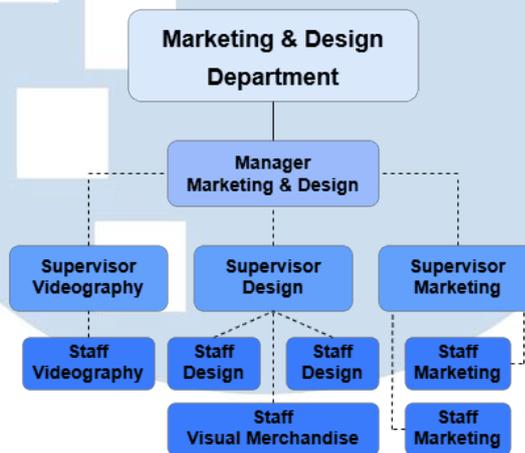
2.1.1 Sejarah Perusahaan

Trapo Indonesia, yang beroperasi di bawah naungan PT Vicalta Gracias Indonesia, didirikan pada tahun 2011. Perusahaan ini berfokus pada bidang *automotive retail*, khususnya penyediaan karpet mobil berbahan EVA foam berkualitas tinggi. Berawal dari kolaborasi dengan Trapo Asia di Malaysia dan Singapura, Trapo Indonesia dengan cepat berkembang menjadi penyedia karpet mobil *custom-fit* nomor satu di Indonesia. Trapo menyediakan lebih dari 800 template karpet yang kompatibel dengan berbagai merek dan model mobil ternama, seperti Honda, Toyota, BMW, dan lainnya.

Produk Trapo Indonesia dirancang dengan teknologi inovatif untuk memberikan solusi higienis, nyaman, dan tahan lama, seperti desain tahan air, cepat kering, dan perawatan yang mudah. Dengan fokus pada kualitas premium, Trapo berkomitmen memenuhi kebutuhan pelanggan melalui produk yang meningkatkan pengalaman berkendara. Kantor pusat Trapo Indonesia terletak di Ruko Intercon Plaza, Jakarta Barat (Glints, n.d.; Dicoding Jobs, n.d.).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

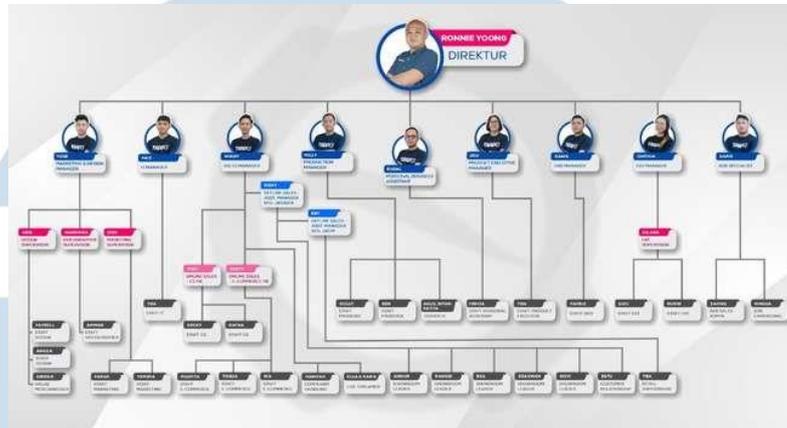
Sebuah perusahaan memiliki sistem dalam mengklasifikasikan jenis pekerjaan karyawannya ke dalam beberapa bagian. Sistem ini dirancang untuk mempermudah pengelolaan sumber daya manusia, penilaian kinerja, serta penyusunan strategi pengembangan karier karyawan. Dalam implementasinya, Trapo Indonesia tidak hanya membagi pekerjaan berdasarkan jabatan atau fungsi, tetapi juga mempertimbangkan kualifikasi, keterampilan, dan pengalaman masing-masing karyawan, Trapo Indonesia memiliki tim dengan fokus pada desain *marketing*:



Gambar 2. 3 Struktur Divisi Desain & Marketing
Sumber: Data Perusahaan (2024)

Dalam struktur organisasi Trapo Indonesia, terdapat beberapa tim yang berperan penting dalam mendukung berbagai aspek operasional perusahaan. Salah satunya adalah tim desain dan tim pemasaran, yang bekerja secara kolaboratif untuk mencapai tujuan perusahaan. Sebagai Graphic Design Intern, penulis berkesempatan untuk koordinasi langsung dengan tim desain dan marketing. Tim desain dan pemasaran Trapo Indonesia terdiri dari total 8 anggota yang memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing. Kolaborasi ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk belajar lebih dalam tentang proses desain yang terintegrasi

dengan tujuan pemasaran, serta bagaimana sebuah tim bekerja bersama untuk menciptakan hasil yang efektif dan sesuai dengan visi perusahaan.



Gambar 2. 4 Struktur Divisi Perusahaan TRAPO Indonesia
Sumber: Data Perusahaan (2024)

2.3 Portofolio Perusahaan

Berikut ini ada beberapa Kolaborasi dan Liputan Media yang sudah bekerja sama dengan Trapo Indonesia:



Gambar 2. 5 Partnership TRAPO Indonesia
Sumber: Data Perusahaan (2024)

- A. **Media Coverage**, Konten media sosial setiap harinya Trapo mengunggah berbagai konten untuk melengkapi bagian dari strategi promosi dan interksi dengan pengguna, dengan tujuan untuk meluaskan target marketing dan *engagement audience*. Jenis konten berupa video seperti iklan coating mobil, iklan karpet mobil dan iklan dashcam serta aksesoris mobil lainnya. Trapo memiliki tim desain dan marketing untuk menyusun semua strategi media sosial yang ingin di publikasikan.
- B. **Trapo x Jejakin**, adalah dua mitra yang berkolaborasi yang dinamakan “*Trapo Green Movement*”. Program ini bertujuan untuk mendukung sustainibilitas lingkungan. Trapo Green Movement ini dijalankan dengan

cara mendonasikan satu pohon mangrove setiap kali customer membeli karpet mobil Trapo senilai RP. 50.000. Trapo memiliki karpet ECO yang terbuat dari 68% bahan yang bisa didaur ulang dan dirancang untuk menampung kotoran dengan efisien.



Gambar 2. 6 Jejakin X TRAPO Indonesia
Sumber: Instagram Trapo Indonesia (2024)

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA