

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Berisi gambaran umum mengenai perusahaan tempat magang yang meliputi profil dan sejarah perusahaan untuk memberi pemahaman mendalam tentang visi, misi, bidang usaha yang dijalankan, latar belakang serta perkembangannya.

2.1.1 Profil Perusahaan

Perusahaan Kohji Official adalah sebuah brand fashion lokal Indonesia yang bergerak di bidang e-commerce sejak 2021. Didirikan oleh Seanvie Rahardja yang juga bekerja sebagai CEO-nya. Kohji berfokus pada pakaian berbahan *knit* (rajutan), atau disebut juga dengan knitwear, dengan konsep *minimalist elegance*.



Gambar 2.1 Logo Kohji

Kohji percaya bahwa fashion harus “*empowering*.” Visi mereka adalah tentang melampaui batas dan mengekspresikan diri. Seperti yang tertulis dalam guideline Kohji, “*We never settle for anything less than a lasting impression.*” Misi perusahaan adalah sebagai berikut:

- Menciptakan pengalaman berbelanja yang *stylish* dan menyenangkan bagi pelanggan kami,
- Menyediakan produk fashion dengan kualitas terbaik sekaligus menciptakan suasana ramah dan bersahabat,
- Kohji percaya bahwa fashion seharusnya diakses oleh semua orang, jadi mereka akan berupaya mewujudkannya dengan menjaga harga agar tetap kompetitif dan pilihan kami luas dan bervariasi.

- Terus berinovasi mengembangkan pengalaman berbelanja pelanggan dan berusaha untuk tetap menjadi yang terdepan dalam industri fashion.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Kohji adalah brand fashion e-commerce yang didirikan oleh Seanvie Rahardja pada tahun 2021 di Indonesia. Rahardja (2024) menyatakan bahwa Kohji bermula dari sebuah ide yang muncul saat pandemi COVID-19 yang kemudian dinyatakan secara *long-term*. Kohji menjual produk-produk fashion seperti *vest, crop top, cardigan, pants, dress, dan two-piece sets*. Terkadang dari hasil kolaborasi, Kohji pun akan memberi *giveaways*: produk kecantikan seperti parfum, *totebag*, dan sebagainya.

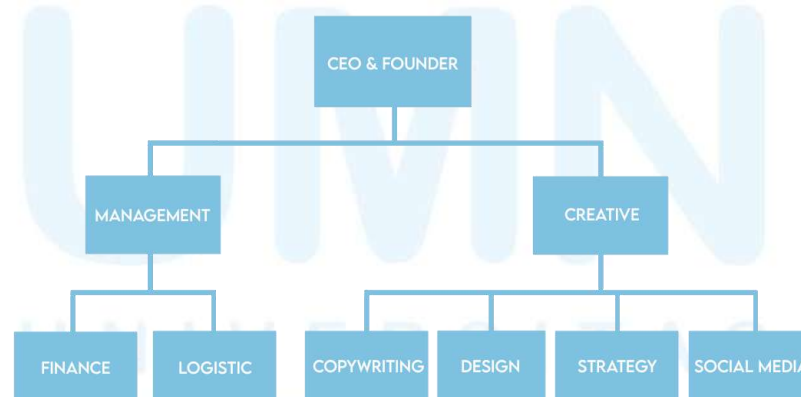
Kohji merupakan tempat seni rajutan baju bertemu dengan filosofi minimalis. Sebagai merek lokal yang berdedikasi untuk menguasai kerajinan rajutan, mereka fokus dalam menciptakan desain yang mewujudkan esensi *minimalist elegance*. Setiap pakaian dibuat dengan cermat dengan fokus pada desain yang *timeless*, memastikan setiap pakaian menceritakan kisah yang memberi kesan abadi. Kohji mempunyai misi untuk menyediakan barang-barang fashion dengan kualitas terbaik kepada para pelanggan. Untuk target marketnya sendiri, Kohji memilih wanita yang suka gaya simpel dan minimalis dari semua umur, tapi spesifiknya wanita berusia 25-33 tahun domisili Jakarta Selatan, Utara, dan Barat, juga Medan, Surabaya, dan Bandung.

Sekarang Kohji tidak hanya terbatas pada e-commerce melalui Whatsapp order, Shopee ataupun Tokopedia, tapi sudah mulai bercabang secara offline. Seiring perkembangan perusahaan ini, Kohji mulai mendaftar dan mengikuti event sebagai tenants dan membuka pop-up store. Selain itu, Kohji juga menjual pakaiannya di The Headline Store Surabaya sejak Agustus 2024, namun belum memiliki toko fisik sendiri. Setiap kali Kohji berusaha untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, ramah, dan nyaman. Pada Oktober 2024, Kohji melakukan rebranding dengan menciptakan logo

baru serta brand guideline relevan. Lalu pada November 2024, Kohji melakukan *launching* website barunya: www.kohjiofficial.com.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Kohji Official terbagi menjadi dua: divisi Management dan Creative. Kohji tergolong usaha kecil yang baru berumur tiga tahun pada tahun 2024 ini dengan jumlah pekerjanya yang relatif sedikit, dan organisasinya bersifat fleksibel. Kepala perusahaan dan supervisor kedua divisi adalah CEO & Founder. Dia memantau operasional secara menyeluruh agar semuanya berjalan lancar. Selain tim Design yang berisi Graphic Designer, terdapat tim Copywriting dengan Content Writer, tim Social Media berisi anggota Content Creator dan juga Talent, dan yang terakhir, yaitu tim Strategy dengan Marketing Strategist. Content writer bertugas membuat caption yang menarik untuk konten sosial media. Tim Social Media mengatur semua platform yang digunakan Kohji dan membantu membuat konten dengan melakukan photoshoot atau mengambil video untuk mempromosikan produk. Sedangkan Marketing Strategist menganalisis riset data pasar dan audiens, membuat presentasi untuk kolaborasi dengan rekan kerja serta membantu mengisi content plan.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Kohji
Sumber: Laismana (2024)

2.3 Portofolio Perusahaan

Portofolio Perusahaan Kohji yang dipilih yang berkaitan dengan desain berisi kolaborasi, event, *launching new collections*, dan *giveaways*. Untuk setiap proyek Kohji menggunakan desain dalam berbagai aspek, seperti poster ataupun story untuk menyebarkan *announcement*, post media social untuk promosi, dan sebagainya. Berikut di bawah ini adalah list proyek-nya:

Tabel 2.1 Tabel Portofolio Kohji
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Waktu	Jenis	Deskripsi
November 2022	New collection	Kolaborasi Kohji x Martha Patricia: New collection “Ji Shin”
Maret 2023	New collection	New collection: “Hibi”
Juni 2024	Offline booth	Event Squeeze 90s
Agustus 2024	Giveaway	Kolaborasi dengan brand kecantikan: Veska, Lab on Hair, JOIA, CALEA, Rein, Kaleido, Myca, Grace & Glow
Agustus 2024	Offline store	Bekerja sama dengan The Headline Store: millenials’ home for local brands
September 2024	Offline booth	Event Wondherland by USS Herby
November 2024	New collection	New collection: Fall/Winter 2024
November-Desember 2024	Offline booth	Event Slow Move Bazaar vol.8

Kohji menghadirkan koleksi pakaian dengan desain yang modern namun *timeless* dan berfokus pada kualitas. Mereka memiliki bervariasi jenis pakaian: *tank top*, *halter top*, *crop shirt*, *soft jeans*, *skirt*, *dress*, *two-piece set*, *trench coat*, dan lain-lain. Knitwear Kohji dirancang untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup yang minimalis dan dinamis, dengan bahan pilihan premium dan detail yang memperhatikan kenyamanan dan estetika.



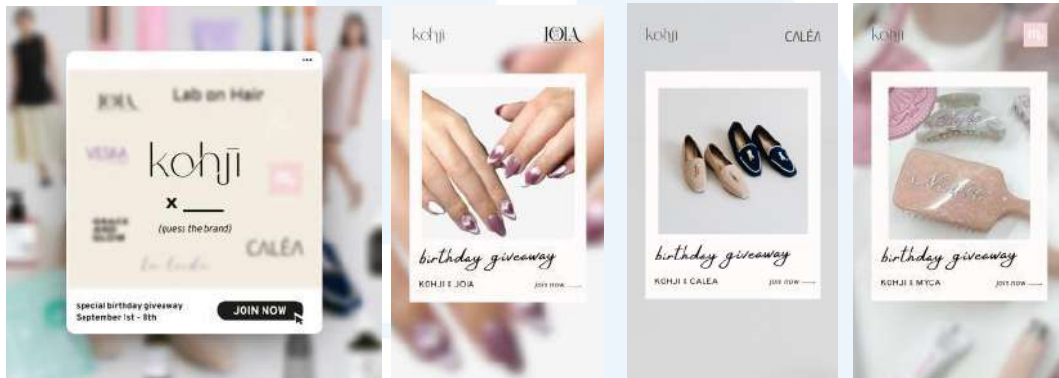
Gambar 2.3 New Collection

Setiap terlihat kesempatan, Kohji aktif berpartisipasi dalam berbagai bazaar, dan event offline untuk berinteraksi dengan konsumen. Kohji memberikan pengalaman belanja yang berkesan di setiap booth-nya yang dirancang dengan konsep visual sesuai dengan brand. Melalui event offline Kohji dapat memperkuat loyalitas konsumen, dan menyebarkan brand secara *word of mouth*.



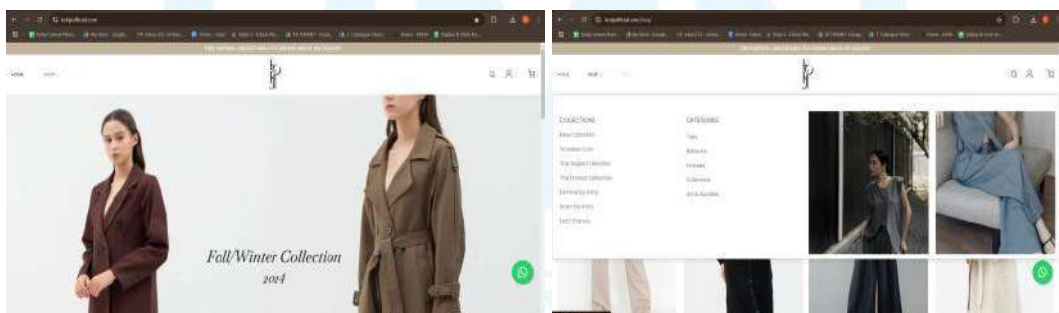
Gambar 2.4 Offline Booth & Store

Untuk meningkatkan engagement dalam social media, Kohji terkadang mengadakan giveaway. Event special ini tidak hanya menunjukkan apresiasi kepada pelanggan setia tapi juga menarik perhatian audiens baru. Berkolaborasi dengan brand seperti Myca, Calea, Joia untuk memberi hadiah menarik, giveaway Kohji menjadi strategi efektif meningkatkan kepercayaan dan jangkauan brand.



Gambar 2.5 Giveaway

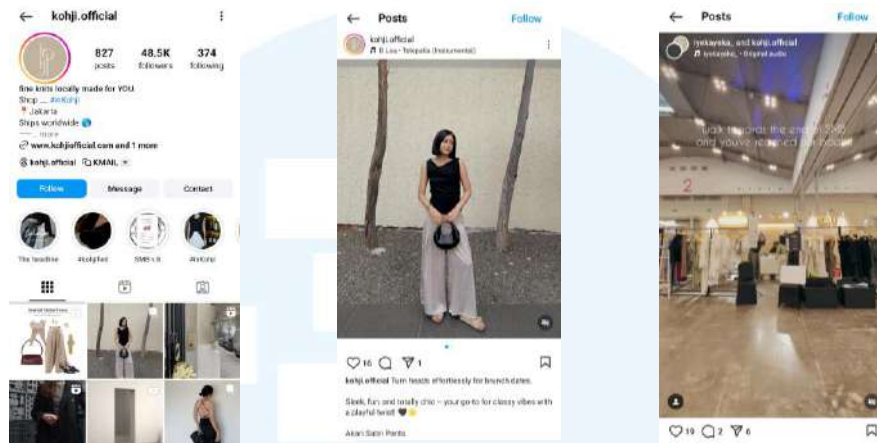
Kohji berniat untuk menjadikan website-nya sebagai platform utama untuk menyampaikan informasi dan menjual produk. Website baru ini (dibuat 2024) memiliki desain yang user-friendly, konsumen dapat dengan mudah melakukan browsing dan pembelian. Selain itu, konsumen juga dapat subscribe email di sini untuk mendapatkan informasi terbaru secepatnya.



Gambar 2.6 Website Kohji

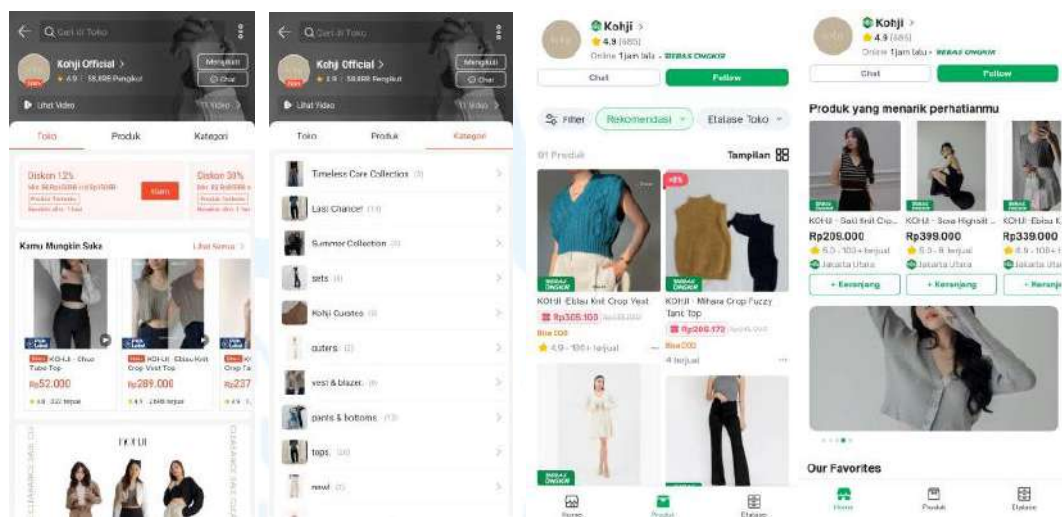
Instagram merupakan platform media sosial utama Kohji. Dengan feed yang estetik dan minimalis, Kohji menampilkan koleksinya, promo, dan cara mix-and-match dengan produknya. Fitur story dan reels juga digunakan untuk membagikan updates, detail pakaian, dan sebagainya. Informasi lainnya seperti

kehadiran Kohji di sebuah event, lokasi booth, dan durasi event pun juga disalurkan melalui Instagram. Setiap harinya akan dilakukan post untuk meningkatkan engagement dengan konten rutin.



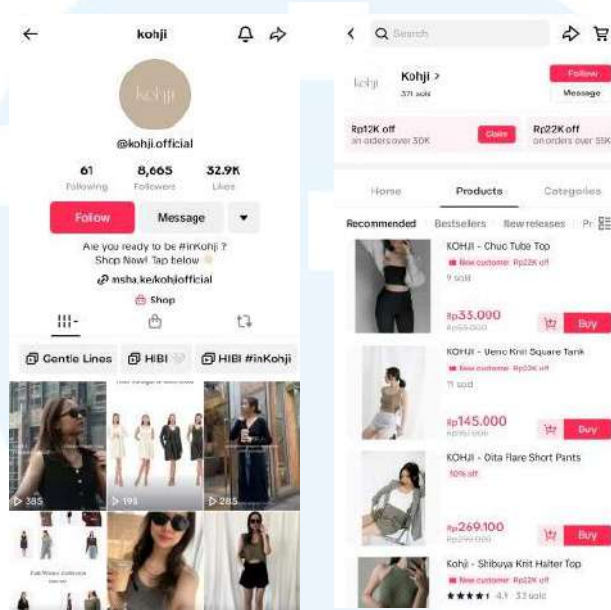
Gambar 2.7 Instagram Kohji

Kohji memanfaatkan marketplace populer seperti Shopee dan Tokopedia untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Dengan sistem yang sudah terstruktur, dan cara pemakaian yang jelas, konsumen dapat lebih mudah memesan produk, menikmati promo dan layanan pengiriman yang cepat. Namun lebih aktif menggunakan Shopee sebagai marketplace produknya.



Gambar 2.8 Marketplace Kohji

TikTok memiliki trend video pendek untuk mempromosikan produk dengan cara yang unik dan menghibur. Kohji ikut membagikan konten seperti fashion tips, mix-and-match styling, unboxing, dan kolaborasi dengan influencer. Hal ini membantu meningkatkan brand awareness dan mendekatkan Kohji pada audiens generasi baru.



Gambar 2.9 TikTok Kohji

