

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang PT. Prestasi Retail Innovation

Panatrade group memiliki dua perusahaan yang bergerak di bidang perlengkapan olahraga, yaitu PT. Panatrade Caraka dan PT. Prestasi Retail Indonesia. PT. Panatrade caraka adalah perusahaan yang bergerak dibidang produksi perlengkapan olahraga merek Specs sejak tahun 1994. Specs adalah merek olahraga nomor satu di Indonesia, terutama dalam sepak bola dan futsal. Perusahaan ini memiliki berbagai produk yang bervariasi dari sepatu olahraga, pakaian olahraga, peralatan olahraga, dan mencakup semua jenis olahraga dari futsal, lari, badminton, tenis, bola, voli, dan sebagainya.

Pada tahun 1994, PT. Panatrade Caraka mengembangkan bisnis mereka dengan menjual bukan hanya barang yang mereka buat saja, tetapi juga merek perlengkapan olahraga lainnya, dan membangun perusahaan retail yang bergerak di bidang *foootwear* dan perlengkapan olahraga yaitu PT. Prestasi Retail Innovation (PRI). Pada tahun 2010 PT. Prestasi Retail Innovation (PRI) membuka toko retail pertamanya yaitu FISIK (FOOTBALL & SPORT) di Indonesia, toko ini berdiri pertama kali di Jakarta dan saat ini sudah memiliki cabang lainnya di kota-kota besar seperti di Jakarta, Surabaya, Makassar, Bandung dan masih banyak lagi. Toko Fisik Football menyediakan berbagai macam perlengkapan sepak bola atau futsal, termasuk sepatu sepak bola dan futsal, pakaian olahraga, dan peralatan olahraga. Perusahaan ini bekerjasama dengan brand-brand yang termkemuka di bidang sepakbola seperti Nike, Adidas, Puma, dan sebagainya. PRI memiliki visi untuk memfasilitasi atlet sepakbola Indonesia dan atletnya.

PT. Prestasi Retail Innovation (PRI) terus berkembang di bidang retail, dan pada tahun 2015 membangun toko retail baru yaitu Our Daily Dose. Toko sepatu Our Daily Dose menyediakan berbagai macam sepatu, seperti sneakers, sepatu lari, pakaian, dan aksesoris. Toko Our Daily Dose menawarkan berbagai macam sepatu

dari merek-merek terkenal seperti Nike, Adidas, dan Puma, serta pakaian olahraga dan aksesoris lainnya, seperti kemeja, celana, dan kacamata. Pengalaman belanja yang menarik ini dilengkapi dengan penampilan yang modern dan *trendy*, serta kemudahan yang memudahkan pelanggan untuk mencari sepatu yang sesuai dengan ukuran mereka.

Our Daily Dose, Fisik Sport, dan Fisik Football, ketiga toko retail yang berdiri dibawah PT. Prestasi Retail Innovation tersebut tidak hanya memiliki toko offline saja, melainkan juga memiliki online storenya masing-masing agar memudahkan para *customer* setia nya berbelanja.

2.2 Visi Misi PT. Prestasi Retail Innovation

PT. Prestasi Retail Innovation sebagai perusahaan retail di bidang perlengkapan olahraga memiliki visi dan misi sebagai berikut :

VISI

A world where sports are the inspiration for positive change. Where communities come together in friendly competition and nations unite to support their best and brightest.

MISI

To impact lives through sports. From playing fields and schoolyards to the bright lights of the big leagues, our mission is to deliver world-class products to our consumers.

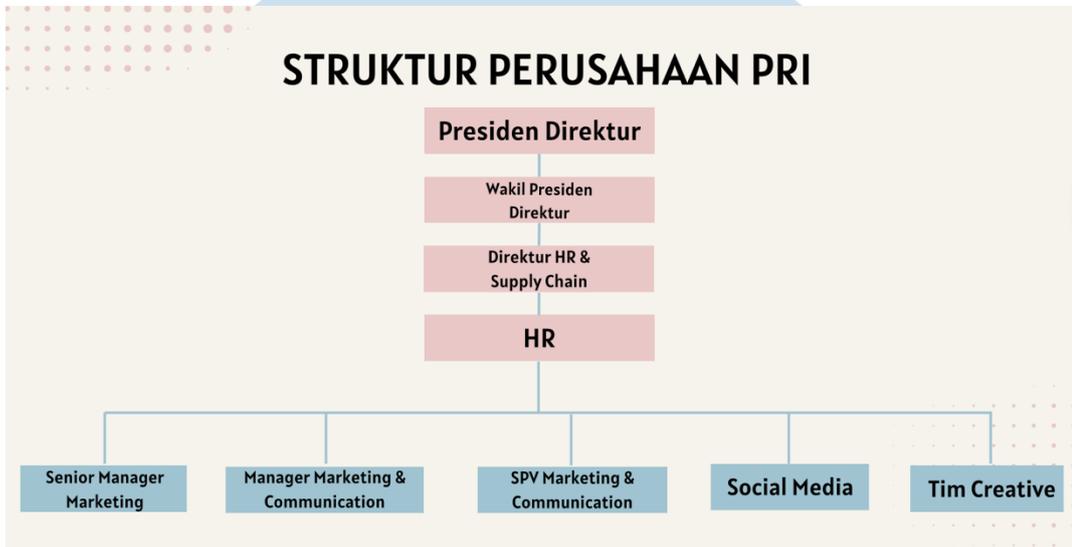
Sumber: <https://panatrade.id> (2024)

2.3 Struktur Organisasi PT. Prestasi Retail Innovation

Berikut adalah struktur organisasi dari perusahaan PT. Prestasi Retail Innovation pada bulan Januari tahun 2024 :

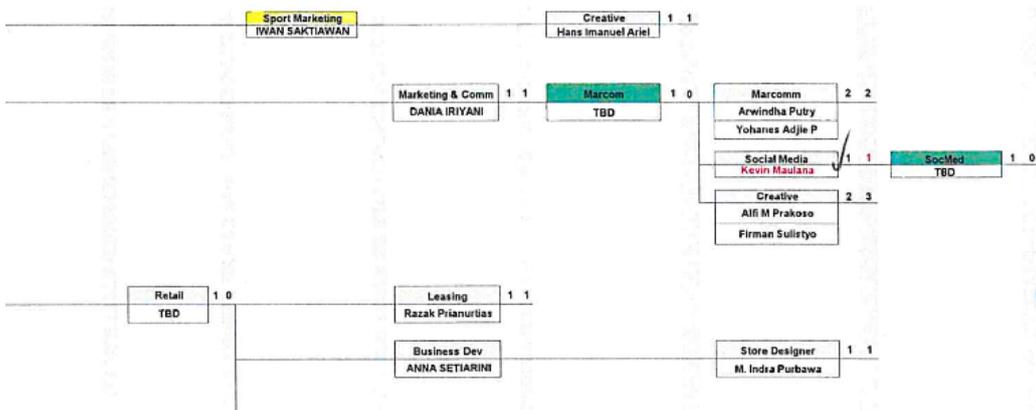
PRI memiliki beberapa departemen yang memiliki tugasnya masing-masing, namun saat ini penulis berada di Departemen Marketing Communication yang akan di bahas dibawah ini :

Gambar 2. 1 Struktur Perusahaan PRI



Sumber: Dokumen Penulis (2024)

Gambar 2. 2 Struktur Departemen Marketing & Communication

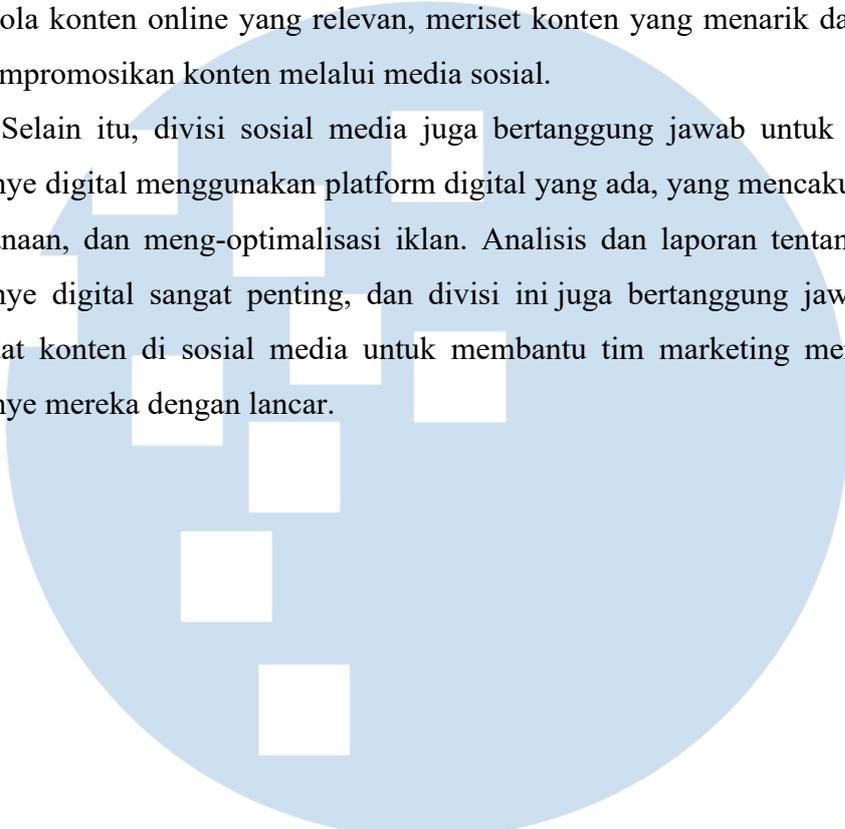


Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

Di bawah Departemen Marketing Communication, Divisi Sosial Media bertanggung jawab untuk merancang dan melaksanakan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan tujuan perusahaan. Beberapa tanggung jawab utama di divisi

ini termasuk membangun strategi digital yang sesuai dengan tujuan perusahaan, mengelola konten online yang relevan, meriset konten yang menarik dan terkini, dan mempromosikan konten melalui media sosial.

Selain itu, divisi sosial media juga bertanggung jawab untuk membuat kampanye digital menggunakan platform digital yang ada, yang mencakup desain, pelaksanaan, dan meng-optimalisasi iklan. Analisis dan laporan tentang kinerja kampanye digital sangat penting, dan divisi ini juga bertanggung jawab untuk membuat konten di sosial media untuk membantu tim marketing menjalankan kampanye mereka dengan lancar.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA