

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan

##### 2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

VIVERE Group memulai perjalanannya pada tahun 1984 dengan nama PT Gema Graha Sarana, berfokus sebagai perusahaan kontraktor interior yang telah berkembang menjadi salah satu perusahaan desain dan furnitur terbesar serta paling berpengaruh di Indonesia. Sejak awal berdirinya, perusahaan ini berkomitmen untuk menghadirkan produk-produk berkualitas tinggi yang mengutamakan inovasi, baik untuk pasar domestik maupun internasional. Dengan pengalaman lebih dari dua dekade, VIVERE Group telah sukses membangun reputasi yang kuat dan dikenal luas melalui berbagai brand ternama yang ada dalam portofolionya. Perusahaan ini tidak hanya fokus pada kepuasan pelanggan, tetapi juga selalu berusaha berinovasi di setiap aspek bisnisnya. Inovasi ini tercermin dalam kualitas produk dan layanan yang senantiasa diperbarui agar tetap relevan dengan perkembangan tren global yang terus berubah.



Gambar 2.1 Pabrik Pertama Tahun 1993

Sumber: Data perusahaan, 2024

VIVERE Group terus memperkenalkan produk baru yang memenuhi kebutuhan pasar yang semakin beragam, mulai dari furnitur hingga solusi desain interior yang disesuaikan dengan preferensi konsumen. Keberhasilan VIVERE Group tidak lepas dari kemampuannya untuk beradaptasi dengan perubahan tren

dunia, sambil tetap menjaga kualitas dan desain yang unggul. Perusahaan ini secara konsisten menggunakan teknologi terbaru dan riset desain untuk menciptakan produk-produk inovatif yang tidak hanya fungsional, tetapi juga estetis. Selain itu, VIVERE Group berkomitmen untuk selalu menjaga standar kualitas yang tinggi dalam setiap produk yang dihasilkan. Setiap proses produksi dilakukan dengan kontrol kualitas yang ketat, mulai dari pemilihan bahan baku hingga tahap akhir produksi. VIVERE Group juga menerapkan prinsip keberlanjutan dalam operasionalnya dengan menggunakan material yang ramah lingkungan dan berfokus pada pengurangan limbah dalam proses produksi.



Gambar 2.2 Logo Perusahaan

Sumber: Data perusahaan, 2024

Perusahaan ini juga menempatkan pentingnya layanan pelanggan yang lebih personal dan responsif, menyediakan berbagai solusi desain dan konsultasi untuk membantu pelanggan menciptakan ruang yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup mereka. Hal ini mencerminkan dedikasi VIVERE Group dalam memberikan pengalaman terbaik bagi setiap pelanggan, dengan perhatian penuh terhadap detail dan kualitas. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan preferensi pasar, VIVERE Group terus menghadirkan inovasi baru dalam lini produk dan layanan yang ditawarkan. Berkat keahlian dan komitmen perusahaan, VIVERE Group berhasil menjadi pionir dalam menghadirkan furnitur berkualitas dengan desain yang relevan dan sesuai dengan tren pasar global.

Pada tahun 2024, tentu VIVERE Group telah memiliki portofolio yang terus berkembang, VIVERE Group mampu memenuhi berbagai segmen pasar, dari konsumen yang mencari furnitur mewah hingga mereka yang menginginkan produk dengan desain yang lebih terjangkau namun tetap memiliki kualitas tinggi. Keberagaman produk dan brand yang dimiliki perusahaan ini semakin mengukuhkan posisinya sebagai salah satu pemimpin di industri furnitur dan desain interior, baik di Indonesia maupun di pasar internasional.

### **2.1.2 Nilai - Nilai Perusahaan**

VIVERE Group mengedepankan tiga nilai inti yang menjadi pedoman dalam menjalankan operasional dan membangun budaya perusahaan, yaitu *Quality People*, *Quality Work*, dan *Quality Life*. Ketiga nilai ini menggambarkan dedikasi perusahaan dalam membangun suasana kerja yang mendukung dan konstruktif, menghasilkan produk berkualitas tinggi, serta berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat.

#### **2.1.2.1 *Quality People***

VIVERE Group memahami bahwa sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas merupakan aset paling berharga dalam suatu organisasi. Oleh karena itu, perusahaan memberikan perhatian serius terhadap pengembangan karyawan. Beberapa langkah yang diambil untuk mewujudkan nilai *quality people* antara lain:

- A. Pelatihan dan pengembangan: VIVERE Group menyediakan program pelatihan berkala untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan. Program ini mencakup pelatihan teknis, manajerial, serta pelatihan *soft skills* yang bertujuan untuk mempersiapkan karyawan menghadapi tantangan di industri yang terus berkembang.
- B. Kesempatan berkarier: Perusahaan berkomitmen untuk menciptakan jalur karier yang jelas bagi karyawan, dengan memberikan kesempatan untuk naik jabatan dan memperluas tanggung jawab. VIVERE Group mendukung karyawan yang ingin mengejar pendidikan lebih lanjut atau sertifikasi yang relevan dengan bidang kerja mereka.

- C. Lingkungan kerja yang inklusif: VIVERE Group berusaha untuk menciptakan budaya kerja yang inklusif dan kolaboratif. Dengan menghargai keberagaman, perusahaan mendorong kolaborasi antar tim dan individu dari latar belakang yang berbeda, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam pengembangan produk.
- D. Kesejahteraan karyawan: VIVERE Group juga memperhatikan kesejahteraan karyawan, dengan menyediakan fasilitas yang mendukung keseimbangan antara kehidupan kerja dan pribadi. Ini termasuk program kesehatan, kegiatan sosial, dan fleksibilitas dalam jam kerja untuk meningkatkan kepuasan dan produktivitas karyawan.

#### **2.1.2.2 *Quality Work***

Komitmen VIVERE Group untuk menghasilkan *quality work* tercermin dalam setiap aspek produksi. Perusahaan menetapkan standar tinggi dalam proses produksi, memastikan setiap tahapan dilakukan dengan kontrol yang ketat. Beberapa elemen yang menjadi fokus dalam nilai ini adalah:

- A. Standar produksi yang ketat: VIVERE Group menerapkan prosedur kontrol kualitas yang menyeluruh, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses akhir produksi. Setiap produk yang dihasilkan harus melalui berbagai pengujian dan evaluasi untuk memastikan tidak ada cacat dan memenuhi spesifikasi yang diharapkan.
- B. Inovasi desain: VIVERE Group berinvestasi dalam riset dan pengembangan untuk menciptakan desain-desain baru yang relevan dengan tren global. Tim desain berkolaborasi dengan ahli dan konsultan untuk menghasilkan produk yang tidak hanya fungsional tetapi juga estetis, sesuai dengan preferensi pasar yang berubah-ubah.
- C. Penggunaan teknologi modern: Perusahaan mengadopsi teknologi terkini dalam proses produksi, termasuk otomatisasi dan teknik produksi yang efisien. Ini membantu meningkatkan efisiensi dan konsistensi produk, serta mengurangi waktu siklus produksi.



D. Responsif terhadap umpan balik pelanggan: VIVERE Group selalu terbuka terhadap umpan balik dari pelanggan dan menggunakan informasi ini untuk perbaikan produk dan layanan. Dengan mendengarkan kebutuhan dan harapan pelanggan, perusahaan dapat terus mengembangkan produk yang lebih baik.

### 2.1.2.3 *Quality Life*

Nilai *quality life* mencerminkan komitmen VIVERE Group untuk meningkatkan kualitas hidup pelanggan dan masyarakat melalui produk-produk yang diciptakan. Beberapa pendekatan yang diambil untuk mendukung nilai ini adalah:

- A. Desain yang menyokong kesehatan dan kenyamanan: Produk VIVERE Group dirancang dengan mempertimbangkan aspek kenyamanan dan kesehatan, baik dalam penggunaan sehari-hari maupun dalam menciptakan lingkungan yang mendukung gaya hidup yang lebih baik. Misalnya, furnitur ergonomis yang mendukung postur tubuh yang baik.
- B. Fungsionalitas dan estetika: VIVERE Group percaya bahwa produk yang baik harus menggabungkan fungsionalitas dan estetika. Setiap produk tidak hanya dirancang untuk memenuhi kebutuhan praktis, tetapi juga untuk menciptakan keindahan visual dalam ruang hidup, sehingga pelanggan merasa lebih nyaman dan bahagia di rumah mereka.
- C. Keberlanjutan: Perusahaan berkomitmen untuk menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan dan proses produksi yang berkelanjutan. Dengan demikian, VIVERE Group berupaya untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan berkontribusi pada keberlangsungan planet ini.
- D. Menciptakan ruang yang lebih baik: Melalui produk dan layanan yang ditawarkan, VIVERE Group bertujuan untuk membantu pelanggan menciptakan ruang yang lebih baik, baik untuk tinggal maupun bekerja. Ini termasuk solusi desain yang dapat meningkatkan produktivitas di tempat kerja atau menciptakan suasana yang nyaman di rumah.

Dengan nilai-nilai ini, VIVERE Group tidak hanya berfokus pada keberhasilan bisnis, tetapi juga pada dampak positif yang dapat diberikan kepada karyawan, pelanggan, dan masyarakat luas. Melalui penerapan nilai-nilai ini dalam

setiap aspek operasionalnya, VIVERE Group berkomitmen untuk terus tumbuh dan berkembang, memberikan produk dan layanan yang tidak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga membawa manfaat yang lebih besar bagi kehidupan manusia.

### 2.1.3 Brand Perusahaan

VIVERE Group memulai perjalanannya dengan Gema Graha Sarana (GGS Interior), yang mengutamakan pada layanan kontraktor seperti penyelarasan interior ruang (*interior fit-out*), produksi furnitur kustom berdasarkan permintaan pelanggan (*custom manufacturing*), serta pemasangan sistem mekanikal, elektrikal, dan pipa. Pada setiap proyeknya, GGS Interior selalu berusaha berinovasi untuk memastikan bahwa setiap kebutuhan dan harapan pelanggan dapat dipenuhi dengan sempurna.



Gambar 2.3 Logo Brand Perusahaan

Sumber: Data perusahaan, 2024



Gambar 2.4 Hasil Proyek GGS tahun 2024

Sumber: Data perusahaan, 2024

Selanjutnya, ada Prasetya Gema Mulya Distribution (PGM), yang didirikan pada tahun 2018, memiliki keahlian dalam mendistribusikan High Pressure Laminates (HPL), sebuah bahan pelapis yang berfungsi untuk melindungi

permukaan furnitur dan komponen-komponen desain interior, menjaga kondisi permukaan tetap optimal dalam jangka panjang. PGM juga mengelola beberapa merek ternama di bidang ini, seperti Carta, Wilsonart, Arborite, dan karuun yang menawarkan produk laminasi berkualitas tinggi.



Gambar 2.5 Produk dan Hasil Proyek PGM

Sumber: Data perusahaan, 2024

Collection by VIVERE adalah merek furnitur lokal Indonesia yang menyediakan berbagai macam furnitur dan perlengkapan rumah tangga, dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan selera pelanggan yang beragam. Produk-produk dari Collection by VIVERE mencakup berbagai gaya, seperti desain natural, modern, klasik, minimalis, hingga premium. Merek ini juga memiliki empat kategori utama, yaitu Home by VIVERE, Gift & Accessories by VIVERE, Lokal by VIVERE, dan Kids by VIVERE yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan berbeda dari konsumen.



Gambar 2.6 *Showroom* Collection by VIVERE



Sumber: Data perusahaan, 2024



Gambar 2.7 Hasil Projek Home by VIVERE

Sumber: Data perusahaan, 2024

Dalam hal furnitur yang sepenuhnya disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, Idemu hadir sebagai merek yang menawarkan furnitur kustom (*customized furniture*). Idemu memiliki tim desainer interior yang siap membantu pelanggan untuk mendapatkan furnitur yang benar-benar sesuai dengan preferensi mereka. Para pelanggan yang berkunjung secara langsung di *offline showroom* Idemu akan diberikan konsultasi secara langsung bersama dengan tim desainer interior. Dengan menggunakan teknologi mutakhir 4.0, Idemu juga berfokus untuk mengoptimalkan penggunaan ruang agar lebih fungsional dan efisien.



Gambar 2.8 *Showroom* Idemu

Sumber: Data perusahaan, 2024

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA





Gambar 2.9 Hasil Proyek Idemu

Sumber: Data perusahaan, 2024

Selain itu, CASAKA menawarkan furnitur yang terbuat dari kayu alami. Setiap produk CASAKA menggunakan kayu yang dipilih dan diproses secara khusus, sehingga furnitur yang dihasilkan memiliki karakter unik dan tampilan yang khas, memberikan nilai estetika yang tinggi bagi setiap ruangan. CASAKA menghadirkan beragam pilihan furnitur dalam koleksinya, mulai dari *stool*, meja, kursi, hingga elemen dekorasi seperti penyangga kaca. Tidak hanya menjual produk, CASAKA juga menyediakan solusi untuk menciptakan atmosfer rumah yang lebih hidup dan memiliki karakter. Selain itu, layanan pelanggan yang ramah dan profesional menjadi keunggulan lain dari brand ini, menjadikannya pilihan favorit bagi konsumen yang mengutamakan kualitas dan desain dalam furnitur serta dekorasi rumah. Salah satunya yaitu layanan *custom requirement*, CASAKA menerima ukuran khusus untuk produk mereka, sehingga menjadi lebih unik untuk proyek komersial atau kebutuhan rumah tempat tinggal pelanggan.



Gambar 2.10 *Showroom* dan Produk CASAKA

Sumber: Data perusahaan, 2024

VIVERE Group juga aktif mendistribusikan produknya ke berbagai penjuru dunia, seperti Amerika Serikat, Rusia, Australia, Jerman, Jepang, dan India. AIDA Rattan merupakan salah satu brand yang fokus pada pasar ekspor, yang mengkhususkan diri dalam mengolah rotan menjadi furnitur eksklusif dan menarik. VIVERE Group berkomitmen untuk memperkenalkan rotan, yang merupakan produk asli Indonesia, ke pasar internasional. Rotan memiliki daya tahan yang luar biasa, menjadikannya bahan yang sempurna untuk furnitur yang awet dan tahan lama.



Gambar 2.11 Produk AIDA Rattan

Sumber: Data perusahaan, 2024

Terakhir, VINOTI hadir sebagai merek yang memenuhi kebutuhan furnitur perkantoran sejak 1989. VINOTI selalu mengikuti tren terbaru dalam desain furnitur perkantoran, dan menghasilkan produk yang tidak hanya memenuhi fungsi, tetapi juga memiliki daya tarik estetika yang tinggi, cocok untuk ruang kerja modern. VINOTI menawarkan berbagai pilihan furnitur kantor, termasuk kursi ergonomis, *workstation*, sofa, meja kerja, *flooring*, panel akustik, hingga partisi. Dengan berbagai merek di bawah naungannya, VIVERE Group berhasil menyediakan solusi furnitur dan desain interior yang beragam dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan beragam konsumen, baik untuk rumah pribadi, ruang kantor, maupun proyek besar lainnya yang memerlukan kualitas dan desain tinggi.



Gambar 2.12 *Showroom* VINOTI dan Hasil Proyek VINOTI

Sumber: Data perusahaan, 2024

#### 2.1.4 Visi Misi VIVERE Group

Sebagai salah satu perusahaan terkemuka di sektor furnitur, VIVERE Group memiliki visi dan misi yang jelas, berfungsi sebagai pedoman utama dalam mencapai tujuan jangka panjangnya. Visi dan misi ini juga menjadi acuan dalam menentukan arah strategis perusahaan serta memastikan bahwa setiap langkah yang diambil selaras dengan nilai-nilai dan tujuan yang ingin dicapai.

##### VISI

Menjadi pilihan utama dalam furnitur untuk interior dan eksterior gaya hidup, dengan menyediakan produk dan layanan berkualitas di Indonesia.

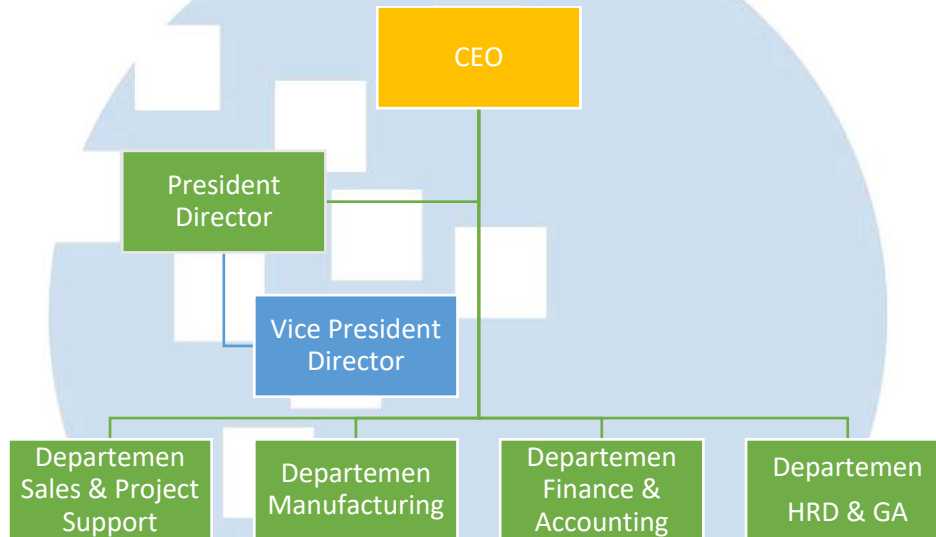
##### MISI

Menciptakan sebuah organisasi bisnis global yang terus berkembang, dengan fokus pada peningkatan kompetensi karyawan yang selalu diperbaharui, dengan mendorong kreativitas, serta menghasilkan produk dan layanan berkualitas tinggi yang memenuhi standar pelanggan, baik dalam hal kenyamanan, kesehatan (ergonomis), maupun keberlanjutan lingkungan.

#### 2.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan

VIVERE Group yang dikelola oleh Dedy Rochimat, terdiri dari sejumlah departemen utama yang berada di bawah tanggung jawabnya. Sales & Project Support, Manufacturing, Finance & Accounting, serta Human Resource dan General Affairs merupakan departemen yang mencakup di bawahnya. Masing-

masing departemen ini memiliki bagian-bagian yang saling berkolaborasi, menciptakan sinergi yang pada akhirnya mendukung kemajuan VIVERE Group secara keseluruhan.



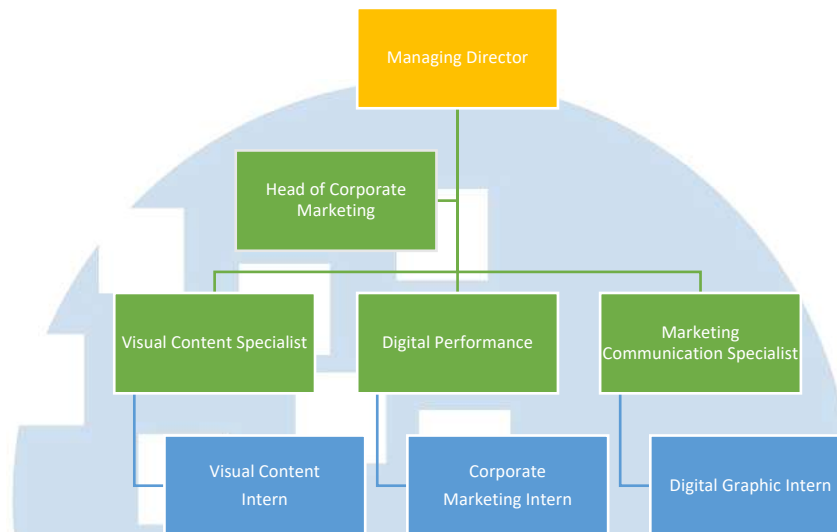
Gambar 2.13 Struktur Organisasi Petinggi Perusahaan

Sumber: Data perusahaan, 2024

Penempatan di Departemen *Sales & Project Support*, dengan fokus utama di divisi *corporate marketing* dibawah pimpinan Pelly Sianova. Di dalam divisi *corporate marketing* ini, terdapat empat (4) anggota tim lainnya yaitu, Iqbal Hamdani yang memiliki peran sebagai *visual content specialist*, Azza Thalib yang berperan sebagai *marketing communication specialist*, serta Kevin Rafali yang berperan sebagai *digital performance* sekaligus sebagai pembimbing lapangan.







Gambar 2.14 Struktur Organisasi Departemen *Corporate Marketing*

Sumber: Olahan pribadi, 2024

Seluruh anggota tim di divisi *corporate marketing* memiliki tugas dan tanggung jawab yang spesifik. Dibawah ini merupakan uraian mengenai tanggung jawab yang dipegang oleh masing-masing individu di divisi *corporate marketing*:

#### 2.1.5.1 *Head of Corporate Marketing*

Seluruh kegiatan yang dijalankan oleh VIVERE Group ditentukan oleh masing-masing *Head of Department*, yang juga memiliki kewenangan untuk menyetujui berbagai aktivitas seperti acara khusus, program CSR, dan kegiatan lainnya. Dalam program magang, *Head of Department* memberikan arahan dalam merancang strategi pemasaran digital yang efektif. Terlebih mereka juga bertanggung jawab untuk merumuskan strategi pemasaran yang sesuai dengan tujuan dan target perusahaan, serta mengawasi agar pelaksanaannya tetap sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan.

#### 2.1.5.2 *Visual Content Specialist*

Konten berbentuk video yang dihasilkan merupakan hasil dari kerja Visual Content Specialist. Setiap visual yang dipublikasikan di berbagai *platform* media sosial, seperti Instagram, Facebook, LinkedIn, dan YouTube, melalui serangkaian proses yang melibatkan beberapa langkah. Beliau terlibat mulai dari pra-produksi, yaitu membantu dalam penyusunan konsep dan ide, hingga proses produksi, di mana

beliau turun langsung ke lapangan untuk melaksanakan *shooting* dan *photoshoot*. Setelah itu, dalam tahap pasca-produksi, beliau berperan dalam *editing offline* dengan menyusun *timeline* dan melakukan pemotongan sesuai dengan konsep yang telah ditentukan. Terakhir, dalam *editing online* beliau melakukan *mixing*, *color grading*, penambahan teks, serta memasukkan *suppers* pada visualisasi dalam bentuk video.

#### 2.1.5.3 *Marketing Communication Specialist*

Sebagai *Marketing Communication Specialist* peran ini melibatkan berbagai tugas untuk memperkuat visibilitas merek dan memastikan pesan yang konsisten. Tugas utama mencakup penyusunan kalender komunikasi pemasaran yang disesuaikan dengan rencana pemasaran korporat dan unit bisnis, serta pembuatan Pedoman Identitas Korporat dan Merek. Spesialis ini juga melaksanakan kampanye pemasaran, mengelola instalasi media non-digital, dan mengawasi produksi materi pemasaran, memastikan kualitas dan konsistensi.

Tanggung jawab lainnya termasuk menangani hubungan media, memantau liputan media, merencanakan acara aktivasi, dan melacak aktivitas pesaing. Selain itu, spesialis ini juga menyusun laporan tentang kinerja kampanye, penempatan media, dan hasil acara untuk menilai efektivitas dan memberikan arahan bagi strategi ke depan.

#### 2.1.5.4 *Digital Performance*

*Digital performance* bertanggung jawab untuk mengelola dan mengoptimalkan kehadiran digital perusahaan. Tugas utamanya meliputi pemeliharaan media sosial, yang mencakup pembaruan konten secara rutin agar akun tetap aktif dan menarik. Beliau juga bertindak sebagai penulis konten, menciptakan teks yang menarik, informatif, dan konsisten sesuai dengan dengan suara merek perusahaan. Selain itu, beliau harus merencanakan dan melaksanakan strategi konten di media sosial, memastikan materi yang diposting relevan dan sesuai dengan audiens yang ditargetkan untuk meningkatkan interaksi dan kesadaran merek. Terakhir, beliau juga memberikan dukungan dalam acara, baik secara langsung maupun melalui

promosi digital, untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan partisipasi selama acara berlangsung.

#### 2.1.5.5 *Corporate Marketing Intern*

Tanggung jawab utama dari *corporate marketing intern* adalah menghasilkan konten untuk *platform* Instagram, Facebook, dan LinkedIn, yang mencakup tahap perancangan, penulisan, pengaturan jadwal, serta mengunggah konten tersebut. Di samping itu, *corporate marketing intern* juga berperan aktif dalam mendukung divisi *corporate marketing* melalui berbagai kegiatan, seperti membantu penyusunan memo dan berkontribusi dalam kelancaran acara. Mereka bekerja sama dengan vendor untuk memastikan kebutuhan acara, baik itu vendor yang menangani aspek *performance* maupun vendor penyedia konsumsi, dapat terlaksana dengan baik.

The logo for Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) features the acronym 'UMMN' in a large, bold, light blue sans-serif font. The letters are closely spaced and have a slight shadow effect.

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