

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Kasep dinaungi oleh PT. Geulis Busana Kreasindo yang menjadi bagian dari *brand* Geulis. Kasep muncul dari tingginya permintaan atas baju pria untuk melengkapi produk Geulis dan secara tidak langsung menjadi gebrakan ekspansi bisnis *fashion* yang dilakukan oleh *brand* Geulis. Kasep didirikan pada tahun 2022 sebagai sebuah *brand* yang fokus pada industri *fashion* lokal, khususnya di segmen pakaian pria. Bisnis tersebut diawali dengan toko *online store* yang menjual pakaian *modest* perempuan secara *online* di *e-commerce*. Pada 2017, bapak Suryadi C. Kasih yang menjadi CEO dari PT Geulis Busana Kreasindo saat ini menerapkan manajemen modern dan memperluas pasukan produk mereka ke seluruh Indonesia.

The logo for the brand Kasep features a stylized asterisk symbol on the left, followed by the word "KASEP" in a bold, uppercase, sans-serif font.

Gambar 2.1 Logo Brand Kasep

Sumber: Tokopedia.com (2024)

Setelah menjalani perjalanan bisnis selama 6 tahun yang penuh dedikasi dan inovasi di industri *fashion*, PT Geulis Busana meresmikan *flagship store* pertamanya, sebuah toko yang dirancang untuk menghadirkan pengalaman belanja premium sekaligus memamerkan beragam koleksi eksklusif dari *brand* Geulis dan

Kasep, yang berlokasi di Golf Island, Pantai Indah Kapuk, Jakarta. Setelah berjalan selama 5 tahun, PT Geulis Busana kemudian menciptakan brand baru yaitu Kasep yang sudah berjalan selama 2 tahun sebagai brand yang menjual busana untuk kalangan laki-laki. Setahun setelah itu PT Geulis Kreasindo Busana juga menciptakan *brand* baru dalam naungannya yang masih baru yaitu Keatas. Melalui berbagai *platform e-commerce*, Kasep menawarkan produk yang menggunakan bahan berkualitas yang mengkombinasikan gaya *modern* dengan desain yang sesuai untuk laki-laki. Sebagai salah satu *brand* lokal. Kasep tidak hanya fokus pada penjualan, tetapi juga pada inovasi produk. Setiap koleksi yang dirilis dirancang dengan memperhatikan tren global sekaligus kebutuhan lokal. Penggunaan bahan berkualitas, perhatian terhadap *detail*, dan variasi model yang beragam membuat Kasep tetap relevan di tengah persaingan industri *fashion* yang ketat. Selain itu, strategi pemasaran digital yang diterapkan, seperti kampanye media sosial dan kolaborasi dengan *influencer*, turut memperluas jangkauan brand ini. Hal ini dapat membantu Kasep mendapatkan pengakuan yang lebih luas di kalangan konsumen lokal maupun internasional.



Gambar 2.2 Flagship Store Geulis & Kasep  
Sumber : Geulis Company Profile Powerpoint

Kasep merupakan sebuah brand atau bisnis yang aktif memanfaatkan berbagai *platform* media sosial untuk memperluas jangkauan audiensnya. Saat ini, Kasep hadir di Instagram, TikTok dan Facebook yang digunakan untuk menampilkan produk, menjalin komunikasi dengan pelanggan, serta membagikan konten kreatif yang mengikuti tren terkini. Selain itu, Kasep juga menyediakan situs web resmi sebagai sarana untuk mempermudah proses pembelian sekaligus memberikan informasi detail terkait produk. Media sosial ini berperan penting dalam membangun kesadaran merek dan menjalin interaksi langsung dengan konsumen potensial. Harga produk Kasep berkisar antara Rp50.000 hingga Rp300.000, tergantung pada jenis dan kualitasnya. Sasaran utama pasar Kasep adalah anak muda hingga dewasa muda, terutama mereka yang berusia 18–35 tahun dan memiliki minat terhadap produk berkualitas dengan desain yang kekinian namun tetap ramah di kantong. Dengan strategi ini, Kasep mampu menghadirkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup modern, menjadikannya pilihan populer di kalangan milenial dan Gen Z.

## 2.2 Visi Misi PT Geulis Busana Kreasindo

Berikut adalah visi misi PT Geulis Busana Kreasindo :

### VISI

- *To be a prominent player in the national and international fashion industry. Geulis offers elegance and high-quality while contributing significantly to the growth and global competitiveness of the textile sector.*
- *To become a leading local fashion brand that competes with global names, offering high-quality, trendsetting designs at competitive prices, while maintaining the essence of Indonesian creativity and craftsmanship. We aim to set new benchmarks in the industry by delivering trend-driven designs and exceptional value for customers, positioning ourselves as a top choice in both the local and international markets.*

### MISI

- *Deliver Excellence : Provide high-quality fashion products that feature modern, modest, simple and basic design.*
- *Strategic Partnerships : Build strong relationships with suppliers, customers, and business partners to achieve mutual success.*

### 2.3 Visi Misi Kasep

Berikut adalah visi misi dari Kasep dalam naungan PT Geulis Busana Kreasindo :

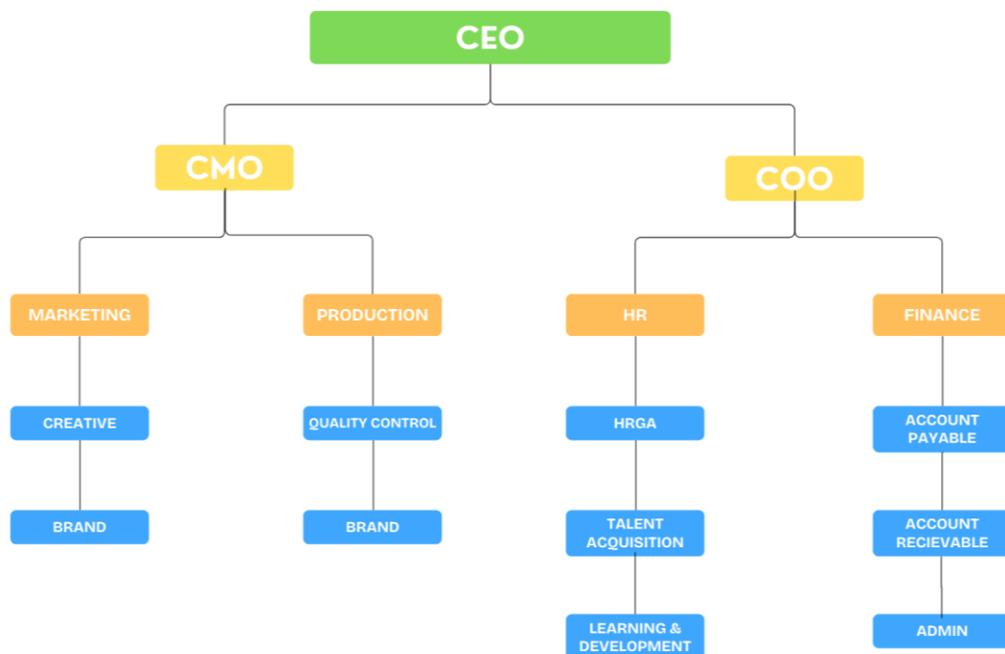
#### VISI

- *Empower every man to be the best version of themselves by making fashion easy for men.*

#### MISI

- *Create foolproof urban attentive menswear. Design timeless menswear collections that can never go wrong.*

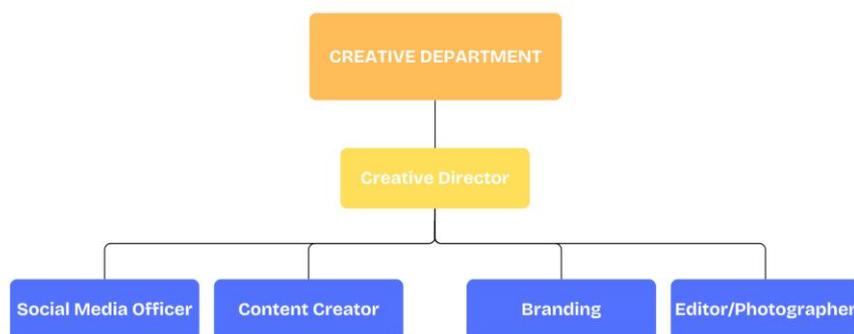
### 2.4 Struktur Perusahaan PT Geulis Busana Kreasindo



Gambar 2.3 Struktur Perusahaan PT. Geulis Busana Kreasindo

Sumber : Struktur GBK Geulis

Gambar diatas merupakan struktur singkat perusahaan PT Geulis Busana Kreasindo terdapat *brand* Kasep yang merupakan anak perusahaan dari PT Geulis Busana Kreasindo. Struktur tersebut sekaligus menjelaskan alur kerja atau *flow* tahapan kerja dalam PT Geulis Busana Kreasindo. Struktur organisasi PT Geulis Busana Kreasindo dipimpin oleh seorang CEO (*Chief Executive Officer*) yang mengawasi dua divisi utama, yaitu CMO (*Chief Marketing Officer*) dan COO (*Chief Operating Officer*). Pada divisi CMO, terdapat dua departemen penting, yakni Marketing yang menaungi divisi *Creative* dan *Brand*, serta *Production* yang bertanggung jawab atas *Quality Control* dan *Brand*. Sementara itu, divisi COO membawahi dua departemen, yaitu HR (*Human Resources*), yang meliputi HRGA, *Talent Acquisition*, dan *Learning & Development*, serta *Finance*, yang mengelola *Account Payable*, *Account Receivable*, dan *Admin*. Struktur ini dirancang untuk memastikan alur kerja yang terorganisir dengan baik, di mana setiap divisi memiliki peran dan fungsi yang spesifik. Adapun divisi *Creative Marketing*, yang berada di bawah departemen *Marketing* berfokus pada pembuatan konten sebagai sarana komunikasi dengan audiens sekaligus mempromosikan produk-produk unggulan perusahaan. *Creative Marketing* di PT Geulis Busana Kreasindo merupakan bagian dari *creative*. Setiap departemen di PT Geulis Busana Kreasindo. Divisi *creative* mengurus kepentingan pembuatan konten sebagai bentuk komunikasi kepada audiens. Pembuatan konten tentu tetap dengan produk yang akan dipromosikan.



Gambar 2.4 Struktur Creating Marketing Department

Sumber : Struktur GBK Geulis

Di departemen *Creative Marketing*, terdapat berbagai peran, termasuk *social media officer* yang bertanggung jawab untuk mengelola unggahan serta memantau lalu lintas di platform media sosial. Selain itu, ada *content creator* yang fokus pada pembuatan konten berdasarkan analisis media sosial, seperti mengidentifikasi tren (*trendspotting*) dan mengembangkan ide untuk menghasilkan konten. Berdasarkan grafik yang ditampilkan, penulis berperan sebagai *content creator* di departemen *Creative Marketing*, dengan tugas menghasilkan dan memproduksi konten yang bertujuan untuk memperkuat *branding* serta memasarkan kepada audiens yang ditargetkan.