

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Trisan.co merupakan sebuah *brand* yang bergerak di bidang industri pakaian anak-anak dan remaja. Brand ini hadir sebagai respons terhadap meningkatnya kebutuhan akan pakaian anak yang tidak hanya nyaman, tetapi juga modis dan mengikuti tren. Trisan.co memiliki komitmen untuk menghadirkan produk *fashion* yang berkualitas tinggi dengan desain menarik serta bahan yang ramah anak. Setiap produk dirancang untuk mendukung ekspresi diri anak-anak dan remaja dalam berbusana, sekaligus memastikan kenyamanan dalam aktivitas sehari-hari.



Gambar 2.1 Logo Trisan.co
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Sejak awal berdirinya, Trisan.co fokus dalam memproduksi dan memasarkan kaos anak premium secara masif. Perusahaan ini memanfaatkan perkembangan teknologi digital dengan memasarkan produknya melalui berbagai platform *e-commerce* terkemuka seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *TikTok Shop*, dan *Lazada*. Kehadiran di kanal digital tersebut menjadi strategi utama dalam menjangkau konsumen secara luas tanpa batasan geografis. Selain penjualan *online*, Trisan.co juga memiliki toko fisik yang berlokasi di Jalan Jayaningrat, Legok, Kabupaten Tangerang, Banten. Dalam perjalanannya, Trisan.co terus berkembang seiring meningkatnya kesadaran orang tua akan pentingnya penampilan anak. Hal ini mendorong perusahaan untuk terus melakukan riset pasar guna memahami tren *fashion* anak-anak dan remaja yang dinamis.

Trisan.co juga aktif menjalin kolaborasi dengan *influencer* serta *public figure* yang memiliki pengaruh kuat di kalangan anak dan remaja untuk memperluas jangkauan promosi serta meningkatkan *brand awareness*. Sebagai perusahaan yang beroperasi di tengah persaingan industri *fashion* yang sangat kompetitif, Trisan.co

senantiasa berupaya untuk mengoptimalkan strategi pemasaran yang inovatif serta mempertahankan kualitas produk yang unggul.

No	Tanggal	Kegiatan	Keterangan
1	10 Maret 2025	Pendaftaran Magang	Mengirimkan CV melalui <i>WhatsApp</i> kepada <i>Head of Marketing</i> Trisan.co
2	13 Maret 2025	Wawancara Online	Proses <i>interview online</i> untuk praktik kerja magang di Trisan.co dilaksanakan melalui <i>Zoom Meeting</i>
3	14 Maret 2025	Wawancara <i>Offline</i>	Melakukan <i>interview</i> secara langsung atau <i>offline</i> di kantor Trisan.co yang membahas detail mengenai minat terhadap bidang pemasaran.
4	17 Maret 2025	<i>Training</i> Magang	<i>Briefing</i> umum bersama atasan dan tim <i>marketing</i> serta pengenalan <i>brand value</i> , visi & misi Trisan.co
5	23 Maret 2025	Penerimaan Magang	Diterima magang secara resmi oleh Trisan.co dan diberikan Surat Penerimaan Magang oleh Trisan.co
6	24 Maret 2025	Mulai Magang	Memulai pengenalan atas tugas yang harus diselesaikan dan membiasakan diri dengan lingkungan kantor.
7	23 Juni 2025	Kontrak Magang Selesai	Kontrak berakhir dan penulis berhenti bekerja dari Trisan.co

			secara resmi sebagaimana ditulis di kontrak.
--	--	--	--

Tabel 2.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan
(Sumber olahan penulis, 2025)

2.1.1 Visi Misi

Sebagai *brand* yang bergerak di bidang industri pakaian anak-anak dan remaja, Trisan.co memiliki visi dan misi yang menjadi dasar dalam menjalankan setiap aktivitas bisnis dan strategi perusahaan.

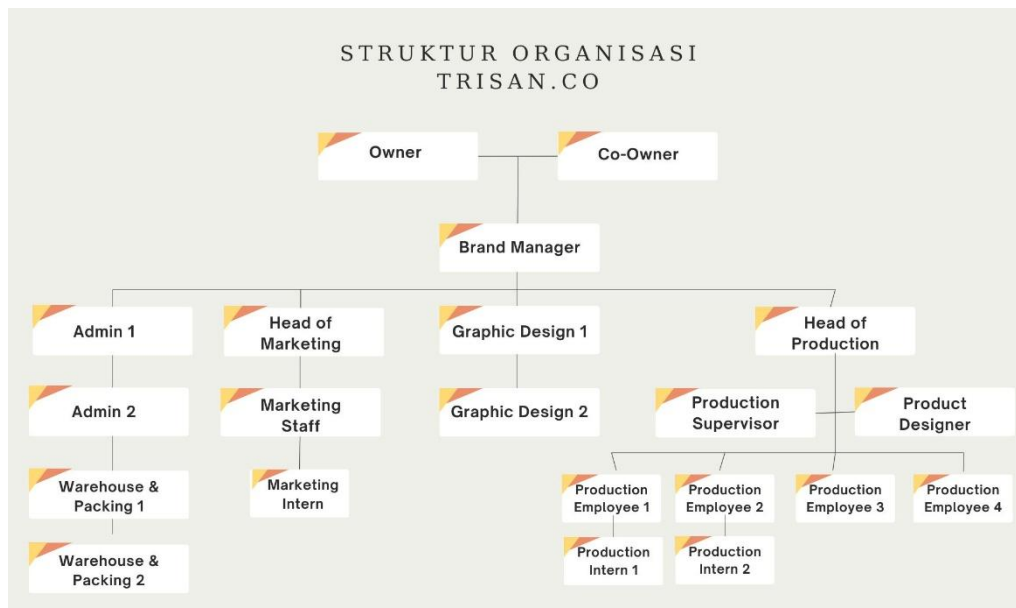
VISI

Menjadi *brand fashion* anak dan remaja terkemuka di Indonesia yang mengedepankan kualitas, kenyamanan, dan tren terkini, dengan berlandaskan pada inovasi berkelanjutan serta strategi pemasaran digital yang efektif. hal ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk tidak hanya menjadi pelaku industri *fashion* biasa, tetapi juga menjadi pemimpin pasar yang mampu memberikan nilai tambah melalui produk-produk yang relevan dan unggul.

MISI

1. Menyediakan pakaian anak dan remaja yang berkualitas tinggi, nyaman, dan sesuai tren fashion terkini.
2. Memanfaatkan platform digital seperti e-commerce dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan brand awareness.
3. Melakukan riset pasar secara rutin untuk memahami preferensi konsumen dan perkembangan tren.
4. Menjalinkan kolaborasi strategis dengan influencer dan public figure yang relevan dengan target pasar.
5. Mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif dan adaptif terhadap perubahan teknologi dan perilaku konsumen.

2.2 Struktur Organisasi Trisan.co



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Trisan.co
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Trisan.co menerapkan struktur organisasi fungsional, yaitu struktur yang membagi unit kerja berdasarkan fungsi-fungsi utama dalam operasional perusahaan. Struktur ini umum digunakan oleh perusahaan yang sedang berkembang karena memberikan efisiensi dalam alur kerja serta memperjelas pembagian tugas dan tanggung jawab antar departemen. Berdasarkan Gambar 2.2, posisi tertinggi dalam struktur ini ditempati oleh Owner dan Co-Owner, yang bertindak sebagai pemegang kendali atas arah strategis perusahaan serta pengambil keputusan utama dalam aspek keuangan, inovasi produk, dan pengembangan usaha. Di bawah kepemimpinan Owner dan Co-Owner, terdapat Brand Manager yang memiliki peran sentral dalam mengoordinasikan kegiatan operasional harian perusahaan. Brand Manager tidak hanya bertanggung jawab dalam memastikan jalannya aktivitas bisnis secara efisien, namun juga menjadi penghubung antar divisi serta penjaga konsistensi brand image Trisan.co. Brand Manager mengawasi empat divisi utama, yaitu Divisi Administrasi, Divisi Pemasaran, Divisi Desain Grafis, dan Divisi Produksi, yang masing-masing memiliki struktur internal dan peran spesifik dalam mendukung tujuan bisnis.

Divisi Administrasi (Administration Division)

Divisi ini bertanggung jawab terhadap aspek administratif dan logistik perusahaan. Divisi ini dipimpin oleh Admin 1, yang membawahi Admin 2 serta dua staf bagian gudang, yaitu Warehouse & Packing 1 dan Warehouse & Packing 2. Admin 1 dan Admin 2 mengelola proses pencatatan transaksi, pengelolaan data

penjualan, koordinasi invoice, serta komunikasi administratif dengan pelanggan dan mitra. Admin 2 lebih banyak berfokus pada kegiatan operasional terkait logistik, termasuk pengaturan sistem keluar-masuk barang. Warehouse & Packing Staff bertugas dalam proses pengepakan, pengecekan, dan pengiriman barang ke konsumen. Mereka juga bertanggung jawab atas pengelolaan inventori produk jadi, termasuk melakukan pencatatan dan kontrol stok secara berkala. Pembagian kerja yang spesifik di antara personel administrasi ini menciptakan efisiensi dalam proses fulfillment dan memastikan kepuasan pelanggan tetap terjaga.

Divisi Pemasaran (Marketing Division)

Divisi ini memiliki tanggung jawab untuk mengelola strategi pemasaran digital maupun konvensional guna meningkatkan eksposur brand serta menggenjot angka penjualan. Divisi ini dipimpin oleh Head of Marketing, yang memimpin Marketing Staff dan Marketing Intern. Head of Marketing bertugas merancang dan mengevaluasi strategi pemasaran yang selaras dengan positioning brand Trisan.co, termasuk penentuan channel komunikasi, strategi harga, hingga promosi periodik. Marketing Staff berperan dalam menjalankan implementasi rencana pemasaran secara teknis, seperti pengelolaan media sosial (Instagram, TikTok), pembuatan konten promosi, pelaksanaan Shopee Ads dan marketplace campaign, serta menjalin kolaborasi dengan influencer atau brand lain. Marketing Intern membantu dalam kegiatan operasional pemasaran, terutama dalam analisis data kampanye, riset tren pasar, dan pelaporan performa digital marketing. Pembagian ini memungkinkan divisi pemasaran bekerja secara lincah dan responsif terhadap dinamika pasar.

Divisi Desain Grafis (Creative Division)

Divisi ini terdiri atas Graphic Designer 1 dan Graphic Designer 2 yang memiliki peran penting dalam pengembangan konten visual untuk mendukung semua kanal komunikasi dan promosi brand. Keduanya bertanggung jawab dalam pembuatan desain untuk media sosial, banner iklan, katalog produk, serta elemen desain visual untuk marketplace dan website. Selain itu, graphic designer juga turut terlibat dalam proses pengembangan produk secara visual, seperti mockup desain pakaian, label, packaging, hingga kebutuhan visual branding lainnya. Kolaborasi erat antara divisi desain dan divisi pemasaran sangat krusial dalam menjaga konsistensi identitas visual Trisan.co, sekaligus memastikan semua materi promosi mampu menarik target pasar yang dituju (remaja hingga dewasa muda).

Divisi Produksi (Production Division)

Divisi Produksi memiliki struktur yang kompleks karena menyangkut proses realisasi produk fisik dari perencanaan hingga siap jual. Divisi ini dipimpin oleh Head of Production, yang mengatur seluruh kegiatan produksi agar sesuai dengan standar kualitas dan efisiensi waktu produksi. Head of Production berkolaborasi dengan Product Designer dan Production Supervisor. Product Designer bertugas merancang koleksi produk baru berdasarkan tren fashion yang sedang berkembang, menyusun spesifikasi bahan, serta melakukan inovasi desain. Desain ini kemudian diolah dan direalisasikan oleh tim produksi yang dipimpin oleh Production Supervisor. Production Supervisor mengatur pembagian tugas harian serta memastikan tahapan produksi berjalan sesuai target. Tim produksi terdiri atas empat orang Production Employee dan dua orang Production Intern. Mereka terlibat dalam proses teknis seperti pemotongan kain, penjahitan, quality control, dan finishing produk.

