BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Penulis menjalani program magang di salah satu perusahaan furnitur terkemuka asal Indonesia, yaitu VIVERE *Group*. Penulis ditempatkan pada salah satu *business unit* VIVERE *Group* bernama Vinoti di bawah naungan PT VIVERE Multi Kreasi (VMK). Vinoti merupakan *business unit* yang berfokus pada bidang furnitur komersial dan ruang kerja (*workspace)* dan memiliki target market B2B (*Business to Business).*

2.1.1 Profil Perusahaan

Perusahaan VIVERE *Group* telah berdiri sejak tahun 1984 dengan nama awal PT Gema Graha Sarana dengan fokus pada bidang *general contractors.* Seiring waktu, VIVERE *Group* terus berkembang dan menghadirkan berbagai layanan inovatif dalam industri furnitur di Indonesia. Saat ini, VIVERE *Group* memiliki berbagai unit bisnis yang menyediakan furnitur dari tahap manufaktur hingga ke tangan konsumen. Hal ini menjadikan VIVERE *Group* sebagai salah satu perusahaan furnitur terkemuka yang menghadirkan inovasi *"One Stop Solution"* untuk memenuhi berbagai kebutuhan furnitur.

Dalam perjalanannya, VIVERE *Group* memiliki nilai "*Quality People, Quality Work, and Quality Life*" sebagai pedoman dalam seluruh aktivitas yang dilakukan. VIVERE *Group* percaya, penting untuk memprioritaskan perkembangan kualitas kehidupan dengan berfokus pada 5 pilar utama, yaitu *people, safety & reliability, culture & craftmanship, design & innovation, and collaboration.* Oleh karena itu, pada 2002 VIVERE *Group* telah berhasil masuk ke dalam daftar *the Indonesian Stock Exchange* sebagai perusahaan yang memiliki reputasi dan dapat berjalan baik di pasar Indonesia serta meraih sertifikat ISO 9001:2015 dan OHSAS 18001:2007.

Gambar 2.1 *Logo* VIVERE *Group*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

VIVERE *Group* menaungi 5 perusahaan, 8 lini bisnis, 24 *brands*, dan 15 toko ritel. Secara keseluruhan terdapat 4 tingkat urutan bisnis, yaitu *core brand, sub-brand, endorsed,* dan *independent & partners.* Seluruh bisnis tersebut memiliki keterampilan dan keunggulan masing-masing dalam produk dan jasa furnitur interior maupun eksterior yang ditawarkan. Selain sebagai perusahaan yang menjalin kemitraan dengan konsumen dalam bidang furnitur, VIVERE *Group* juga mengikuti berbagai program yang berkomitmen dalam keberlanjutan, seperti program penanaman *mangrove*, kegiatan donor darah, donasi berupa furnitur berkualitas serta mendukung dunia pendidikan melalui Akademi Teknik PIKA (ATPIKA).

Gambar 2.2 *Logo* VIVERE *Group* dan Bisnis Unit
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Target market dari VIVERE *Group* memiliki cakupan segmen yang cukup luas, seperti perusahaan dan korporasi, industri perhotelan, ritel, komersial, konsumen individual, dan hingga pasar internasional. Dalam mencangkup keseluruhan *target market* tersebut, VIVERE *Group* pada Desember 2024 menawarkan solusi *cross-offering* dari keseluruhan lini bisnis yang dimilikinya. Berikut adalah penjabaran lini bisnis *(sub-brand)* yang berada di bawah naungan VIVERE *Group*:

2.1.1.1 VIVERE *Solutions*

Dalam *sub-brand* VIVERE *Solutions*, fokus pada lini bisnis ini adalah memberikan solusi komprehensif dalam seluruh kebutuhan furnitur dan *interior* yang dibutuhkan. Para desainer dapat bekerja sama untuk mewujudukan produk jadi yang dirancang bersama dengan *brand* di lini bisnis ini. Hal yang diutamakan adalah keamanan dan kestabilan realitibilitas untuk menghasilkan produk serta layanan yang berkualitas.

Gambar 2.3 LOGO GGS
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Dalam lini bisnis ini, terdapat GGS (Graha Gema Sarana) *Interior* yang berfokus sebagai bisnis yang dapat memberikan layanan lengkap, seperti kontraktor, manufaktur, mekanik, penanganan dan logistik, hingga eksportir *interior* dan furnitur. Dalam perjalanannya, GGS telah menerima berbagai penghargaan, seperti *ConocoPhillips for Excellent Safety Performance Operating without Recordable Incident 2007* dan *Petrosea Milestone Achievement Safety (62,337 injury-free hours).* Selain itu, dengan pengalaman lebih dari 40 tahun, GGS telah melayani sebanyak lebih dari 500 *clients* di berbagai industri.

2.1.1.2 VIVERE *International*

Dalam *sub-brand* VIVERE *International,* fokus pada lini bisnis ini adalah memberikan layanan terbaik kepada klien dengan skala internasional. Produk yang menjadi fokus utama dalam lini bisnis adalah rotan. Berdasarkan situs brand yang dinaungi oleh lini bisnis, rotan merupakan salah satu populasi yang sebanyak 80% dimiliki oleh Indonesia serta memiliki sifat yang *eco-friendly*.

Gambar 2.4 Logo AIDA
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Dalam lini bisnis ini, terdapat AIDA *Rattan Industry* yang memiliki spesialisasi terhadap berbagai produk furnitur dan *interior* yang berbahan dasar rotan. Pabrik utama serta *showroom* yang dimiliki AIDA terletak di Cirebon, Jawa Barat. AIDA telah bekerja sama dengan para desainer lokal yang berfokus pada perancangan furnitur berbasis bahan lokal, seperti Irvan Noe'man, ANJA *Design Group*, Abie Abdillah, Alvin Tirtowirjo, dan lain-lain.

2.1.1.3 VIVERE *Lifestyle*

Dalam *sub-brand* VIVERE *Lifestyle*, lini bisnis ini menyediakan furnitur untuk *hospitality*, rumah, perkantoran, agensi, dan lain-lain. Produk yang disediakan meliputi furnitur, aksesori pelengkap, hingga karya seni. Layanan yang disediakan tidak hanya berupa toko ritel yang menjual produk, melainkan konsultasi hingga kustomisasi ruangan apabila terdapat konsumen yang ingin mewujudkan ruangan impiannya dengan ketentuan khusus. Dalam memberikan pelayanan yang maksimal, seluruh *brand* lini bisnis ini memiliki *showroom* khusus yang terletak di Gedung SOUTH 78, Gading Serpong, Tangerang. *Brand* yang dinaungi dalam lini bisnis ini, yakni VIVERE *Collections*, IDEMU, dan CASAKA.

Gambar 2.5 Logo *Collection by* VIVERE
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Salah satu *brand* dari lini bisnis ini adalah *Collection by* VIVERE atau VIVERE *Collection*. VIVERE *Collection* menyediakan berbagai produk furnitur rumah maupun aksesori perlengkapan pribadi dari berbagai keperluan dan fungsi. *Brand* lain yang dikeluarkan oleh VIVERE *Collection* adalah *Kids by* VIVERE yang menawarkan berbagai furnitur dan keperluan ibu dan bayi. Selain itu, VIVERE *Collection* juga sering kali melakukan kolaborasi dengan para seniman.

Gambar 2.6 Logo IDEMU
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

IDEMU adalah salah satu *brand* yang berfokus pada layanan kustomisasi furnitur rumah ataupun apartemen serta berbagai kebutuhan ruangan. Di dalam *showroom*, IDEMU memberikan berbagai inspirasi ide yang dapat dilihat oleh konsumen untuk kebutuhan renovasi hingga perlengkapan tambahan untuk rumah. Selain furnitur, terdapat beberapa layanan yang berhubungan dengan rumah, seperti pekerjaan plafon, pekerjaan dinding dan partisi, pekerjaan tirai, pembongkaran, pekerjaan lantai, hingga pekerjaan mekanikal (*electrical* dan *plumbing*).

Gambar 2.7 Logo CASAKA
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

CASAKA merupakan salah satu *brand* yang berfokus pada produk furnitur, *interior*, dan dekorasi rumah yang berbahan dasar kayu dengan kualitas tinggi. Produk yang disediakan tidak hanya berfokus pada estetika, melainkan sinergi antara kualitas dengan estetika. Secara spesifik, kayu yang digunakan terdapat Kayu Jati (*Teak Wood)*, Kayu Trembesi *(Suar Wood)*, dan Kayu Sonokeling *(Rosewood)*.

2.1.1.4 VIVERE *Material*

Dalam *sub-brand* VIVERE *Material*, lini bisnis ini berfokus pada distribusi komponen material furnitur, seperti bahan HPL *(High Pressure Laminates)*. *Brand* lokal yang dinaungi oleh lini bisnis ini adalah *Carta* dan *Carta Signature*, serta *brand* luar yang bekerja sama terdapat *Wilsonart, Arborite*, dan *Karuun*. Perbedaan yang cukup terlihat dari lini bisnis ini terdapat pada distribusi penyebarannya. Hal

ini dikarenakan *Carta* memastikan bahwa market kebutuhan bahan HPL dapat diakses secara mudah di seluruh Indonesia.

Gambar 2.8 Logo *Brand* Carta
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Carta merupakan salah satu *brand* lokal yang dimiliki oleh VIVERE *Group* yang menyediakan bahan HPL (*High Pressure Laminates) and edging* sebagai bahan dasar permukaan setiap furniture, *interior*, dan lain-lain. *Carta* memiliki 2 *brand* yang berdiri atas inovasi keberanjutannya, yaitu *Carta Flooring* dan *Carta Signature*. *Carta Flooring* merupakan produk lokal yang berfokus pada *vinyl flooring* sedangkan *Carta Signature* merupakan perkembangan dari Carta dengan menawarkan desain serta *finishing* yang lebih beragam untuk memenuhi komitmen dalam inovasi dan kreativitas.

Gambar 2.9 Logo Brands VIVERE Material
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Dalam *sub-brand* VIVERE *Material*, lini bisnis ini berfokus pada distribusi komponen material furnitur, seperti bahan HPL *(High Pressure Laminates). Brand* lokal yang dinaungi oleh lini bisnis ini adalah *Carta* dan *Carta Signature*, serta *brand* luar yang bekerja sama terdapat *Wilsonart, Arborite*, dan *Karuun.* Perbedaan yang cukup terlihat dari lini bisnis ini terdapat pada distribusi penyebarannya. Hal ini dikarenakan *Carta* memastikan bahwa market kebutuhan bahan HPL dapat diakses secara mudah di seluruh Indonesia.

2.1.1.5 VIVERE *Commercial*

Dalam *sub-brand* VIVERE *Commercial*, tujuan utamanya adalah membantu klien dalam memaksimalkan lingkup tempat kerja untuk menuju suasana kerja yang sesuai dengan *behaviour* dan karakteristik kerja yang terus berkembang. Dalam mencapai tujuan tersebut, VIVERE *Commercial* menyediakan berbagai solusi melalui furnitur untuk ruang kerja. *Brand* lokal yang dinaungi oleh VIVERE *Group* adalah Vinoti, sedangkan *brand luar* yang ikut bekerja sama adalah *Steelcase, Vitra, Milliken, Grado, Gerflor, Ekous, JEB, Woven Image, Bolon,* dan *LightSpace.*

Gambar 2.10 Logo Vinoti
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Vinoti merupakan *brand* lokal yang berfokus pada penyediaan furnitur untuk ruang kerja. Produk yang disediakan antara lain adalah kursi ergonomis, *workstation desk, furniture for hospitality*, hingga aksesori pelengkap untuk lingkup ruang kerja. Dalam pemenuhan kualitas dan kuantitas yang dibutuhkan oleh klien, Vinoti memiliki 3 cabang pabrik, yaitu di Cikarang, Cikande, dan Tangerang.

Gambar 2.11 Logo *Authorized Brands by* Vinoti
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Selain penyediaan produk secara lokal, Vinoti juga bekerja sama dengan berbagai *brand* yang memiliki spesialisnya masing-masing. Berikut adalah jabaran singkat mengenai *brand luar negeri* yang bekerja sama dengan Vinoti:

1. *Steelcase*: *brand* asal Amerika Serikat yang menyediakan furnitur kantor, desain ruang kerja, serta solusi arsitektur interior.
2. *Vitra*: *brand* asal *Swiss* yang terkenal dengan produksi furniture premium dengan desain unik oleh berbagai desainer interior terkemuka.
3. *JEB Partition*: *brand* asal Hong Kong yang menyediakan partisi sebagai solusi ruang kerja yang nyaman dan fleksibel.
4. *Milliken*: *brand* asal Amerika Serikat yang terkenal dengan produk *flooring* dengan berbagai inovasi yang berkelanjutan dan variasi warna yang beragam dan dapat dikostumisasi.
5. *Bolon*: *brand* asal Swedia yang mengkhususkan produk lantai berbasis *vinyl* tenun berkualitas dengan desain artistik serta ramah lingkungan.
6. *Gerflor*: *brand* asal Prancis yang memproduksi produk lantai berbasis *vinyl* dengan sektor interior komersial.
7. *LightSpace*: *brand* asal *China* yang menghadirkan furnitur *modern* dan fungsional.
8. *Woven Image*: *brand* asal Australia yang menyediakan panel akustik serta dekoratif untuk solusi interior yang mengedepankan estetika dan kenyamanan.
9. *Ekous*: *brand* asal Malaysia yang berfokus pada panel dan partisi dengan bahan ramah lingkungan serta dapat meminimalisir suara bising melalui inovasi akustiknya.
10. *Grado*: *brand* asal *China* yang menyediakan furnitur dengan desain kontemporer dan minimalis.

2.1.1.6 VIVERE *Properties*

Dalam *sub-brand* VIVERE *Properties*, lini bisnis secara spesifik merupakan gedung yang ditempati sebagai pusat perusahaan VIVERE *Group*. Akan tetapi, terdapat fasilitas dan tempat publik yang juga dapat dikunjungi, seperti restoran, *hotel, community space, gym, coffee shop,* dan *showroom*. *Brand* yang berada pada lini bisnis ini adalah SOUTH78 dan *VIVERE Hotel Artotel Curated.*

Gambar 2.12 Logo *SOUTH78*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Secara spesifik Gedung SOUTH78, merupakan tempat yang memiliki *multi-purpose* karena memiliki area yang bervariasi, seperti *curated home & living concept store, food and beverage tenants, curated retail tenants, multi-purpose function area, office space, open and social space, hotel, experience and collaboration space,* dan *Indonesian brand concept store*. Total *level building* pada gedung ini adalah 14 lantai dan 3 lantai *basement* dengan pembagiannya, yaitu:

1. Lantai B3: Tempat parkir mobil khusus untuk seluruh karyawan VIVERE *Group*.
2. Lantai B2: Tempat parkir mobil publik dan tamu Gedung SOUTH78 serta tempat parkir motor.
3. Lantai B1: Tempat parkir mobil publik dan tamu, pintu palang keluar mobil, pintu palang masuk motor, fasilitas ATM (*Automatic Teller Machine*) Bank BCA dan ATM Bank Mandiri, dan *building management office*.
4. Lantai G: Lobby utama, *customer service, Iruum Foodcourt, Tokyo Skipjack,* dan *open and social space*.
5. Lantai MZ: *Communal area* dan restoran *Momokino & Dutch Kitchen.*

6. Lantai UG: *Gym Anytime Fitness.*
7. Lantai 1: *Clearance Sale of* VIVERE *Group's products.*
8. Lantai 2: Restoran *Shabu Hachi* dan *Clearance Sale of* VIVERE *Group's products.*
9. Lantai 3: *Showroom of Collection by* VIVERE, CASAKA, dan Vinoti (*International Brand).*
10. Lantai 3A: *Showroom of* IDEMU, Carta, Vinoti (*Local Products), Woodwork Coffee,* and *co-working space*.
11. Lantai 5-7: *Hotel rooms for* VIVERE Hotel's *guests.*
12. Lantai 8: *Receptionist lobby for* VIVERE Hotel, *meeting rooms,* dan restoran *Yin & Yum All Day Dining.*
13. Lantai 9-11: *Office space for* VIVERE *Group*.
14. Lantai 12: *Grand Ballroom* dan *Salute Bar & Lounge*

Gedung ini dirancang dan didesain oleh salah satu *architecture designer* bernama Sonny Sutanto. Beliau juga merupakan salah satu anggota dari komunitas Arsitek Muda Indonesia (AMI) dan dosen Jurusan Arsitektur di Universitas Indonesia dan Universitas Pelita Harapan. Gedung ini resmi dibuka oleh Menteri BUMN RI, Erick Thohir dan aktif untuk berbagai aktivitas sejak tahun 2021.

Gambar 2.13 Logo VIVERE Hotel
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Selain berfokus pada penyediaan produk dan layanan berbasis furnitur dan *interior*, VIVERE *Group* juga memiliki *hospitality business* dengan mendirikan VIVERE Hotel bersama dengan *Artotel Wanderlust Group*, sehingga nama lengkap hotel ini adalah VIVERE Hotel Artotel Curated. Fasilitas yang disediakan oleh VIVERE Hotel, yakni ruangan rapat, *ballroom, bar & lounge,* restoran, kolam renang, dan sebagainya.

2.1.1.7 VIVERE *Manufacturing*

Dalam *sub-brand* VIVERE *Manufacturing*, lini bisnis ini berfokus pada manufaktur furnitur dan interior. Fokus dasarnya adalah pembuatan dan penyediaan dari awal berdasarkan perancangan dan permintaan. *Brand yang* dinaungi oleh lini bisnis adalah GGS (Graha Gema Sarana) *interior* sebagai pusat pabrik pengolahan furnitur utama dan AIDA *Ratta Industry* sebagai penyedia bahan rotan serta mengurus sistem untuk melakukan ekspor.

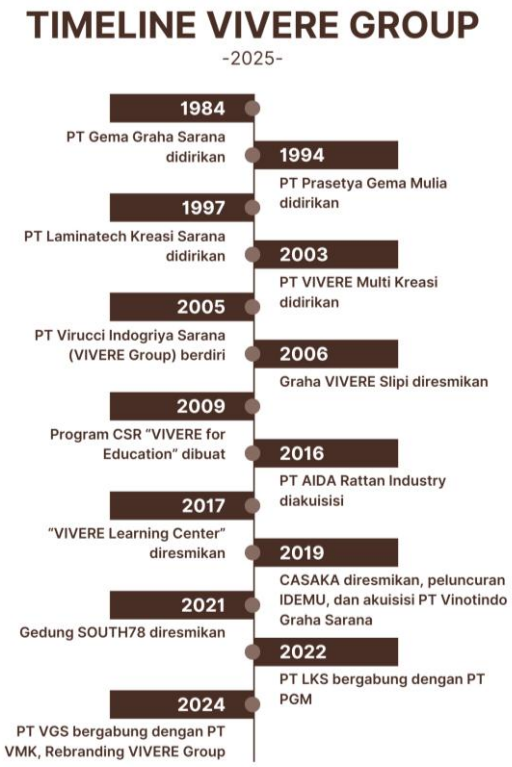
Seluruh lini bisnis berpartisipasi aktif dalam mencapai target tertentu setiap tahunnya sesuai dengan bidang masing-masing. Walaupun terdapat *brand* luar negeri yang bekerja sama dengan VIVERE *Group*, tetapi perusahaan ini tetap memperjuangkan furnitur dan *interior* dengan bahan lokal sebagai bahan utama. Oleh karena itu, VIVERE *Group* menjadi salah satu perusahaan yang masuk ke dalam daftar *"A-List Top 40 Emerging Companies" by Forbes* 2011 dan *"Indonesia Most Powerful Companies Award"* (IMPCA) 2017.

Gambar 2.14 Klien VIVERE Group
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Dalam perjalanannya, VIVERE *Group* beserta dengan *authorized dealer brands* yang dinaungi oleh VIVERE *Group*, telah bekerja sama dengan berbagai perusahaan dari skala kecil hingga skala besar. Terdapat lebih dari 1000 klien yang mempercayai VIVERE *Group* dalam menghasilkan lingkup ruang kerja yang baik ataupun berbagai macam *spaces* lainnya. Pencapaian tersebut didapatkan hasil kerja keras serta prinsip dari VIVERE *Group*.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

VIVERE *Group* berdiri sejak tahun 1984 dengan nama awal PT Gema Graha Sarana atau yang kerap disingkat dengan PT GGS. Fokus awal perusahaan ini adalah sebagai salah satu sektor industri furnitur dan kontraktor. Perusahaan ini pertama kali didirikan oleh komisaris utama VIVERE *Group* yang sekarang, yaitu Dr. Ir. Dedy Rochimat, M.M. Dalam perjalanannya hingga saat ini, PT Gema Graha Sarana terus melakukan perkembangan dan ekspansi menjadi perusahaan dengan nama yang saat ini.



Gambar 2.15 *Timeline* Sejarah VIVERE Group
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

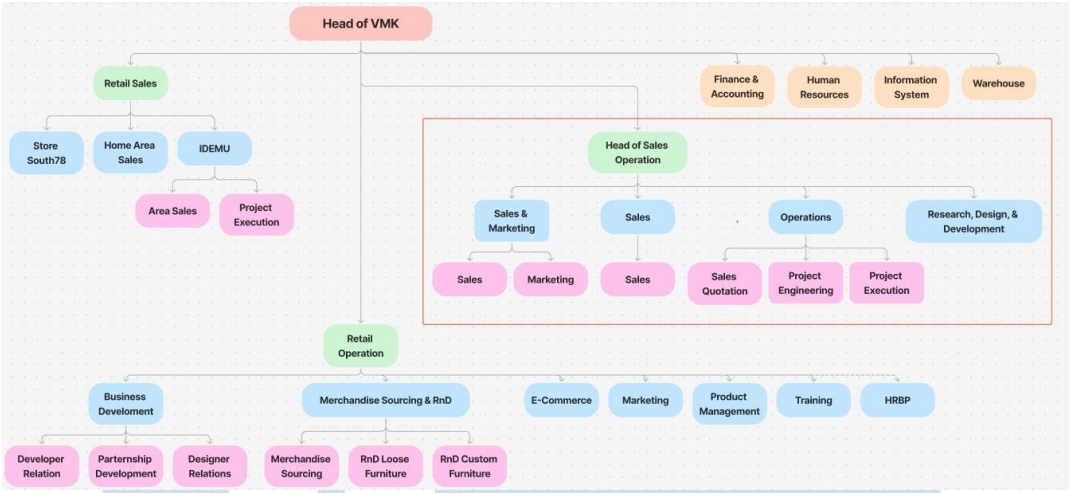
Timeline tersebut menjabarkan waktu dari berbagai bisnis unit dan perusahaan yang menjadi bagian dari VIVERE *Group*. Perkembangan dan ekspansi PT Gema Graha Sarana menghasilkan berbagai perusahaan dan lini bisnis baru serta pergantian nama yang sekarang, yaitu VIVERE *Group*. Perkembangan tersebut menghasilkan total 6 perusahaan, 7 lini bisnis, dan 23 merek usaha. Berikut adalah *brand* yang dinaungi dari setiap perusahaan di VIVERE *Group* per Desember 2024:

1. PT. Gema Graha Sarana: GGS *Interior*
2. PT. Prasetya Gema Mulia: *Carta, Carta Flooring,* dan *Carta Signature. Authorized dealers* terdiri dari *Wilsonart, Arborite,* dan *Karuun.*
3. PT. VIVERE Multi Kreasi: *Collection by* VIVERE, *Kids by* VIVERE, IDEMU, CASAKA, dan Vinoti. *Authorized dealers* terdiri dari *Steelcase, Vitra, JEB Partitions, Milliken, Gerflor,* dan *Ekous.*
4. PT. AIDA *Rattan Industry*: AIDA
5. PT. Saranagriya Cipta Kreasi: SOUTH78 dan VIVERE Hotel.
6. PT. Virruci Indogriya Sarana: VIVERE *Group*

VIVERE *Group* telah mendapatkan sertifikasi resmi pertama, yaitu ISO 9001:2000 yang telah didapatkan pada tahun 1998. Sertifikasi tersebut terus terbarukan hingga saat ini, yaitu ISO 9001:2015. Sertifikasi ini menandakan VIVERE *Group* telah meraih dan memenuhi standar internasional untuk Sistem Manajemen Mutu (*Quality Management System* – QMS). Sertifikasi lainnya terdapat ISO 45001:2018 yang menjadi standar internasional untuk Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja (*Occupational Healty and Safety* – OHS). Kemudian, terdapat sertifikasi SMK3 (Sistem Manajemen Keselamatan dan Kesehatan Kerja) yang bertujuan dalam meningkatkan perlindungan tenaga kerja dan produktivitas prinsip keselamatan dan kesehatan kerja secara regulasi nasional.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

VIVERE *Group* memiliki beberapa struktur organisasi perusahaan melalui beberapa perusahaan yang dimilikinya. Setiap urutan struktur membantu memudahkan alur koordinasi di setiap departemen. Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa perusahaan yang dinaungi oleh VIVERE Group secara langsung. Salah satu perusahaan yang dinaungi oleh VIVERE Group adalah PT VIVERE Multi Kreasi yang menaungi Vinoti sebagai salah satu *brand* yang berfokus pada *project-based order*.



Gambar 2.16 Struktur Organisasi PT VMK
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

PT VMK memiliki struktur besar yang menaungi *brand* VIVERE *Collections*, IDEMU, Casaka, *Kids by VIVERE*, dan Vinoti. Akan tetapi, penulis ditempatkan di salah satu unit bisnis yang berfokus pada B2B (*Business to Business)*, yaitu Vinoti. Vinoti secara struktur memiliki bagiannya sendiri. Dalam Gambar 2.16, struktur organisasi Vinoti terdapat pada kotak merah yang dimulai dari *Head of Sales Operation* sebagai direktorat yang dipimpin oleh seorang direktur dan menaungi 4 departemen.

Struktur ini dilengkapi dengan 4 departemen, yaitu *Sales & Marketing*, *Sales*, *Operations*, dan *Research, Design, & Development.* Setiap departemen, memiliki *General Manager* masing-masing menaungi beberapa divisi. Pada departemen *Sales & Marketing*, terdapat 2 divisi, yaitu *Sales* dan *Marketing.* Pada divisi *Sales*, terdapat *Head Team Sales* dan *Team Sales.* Sedangkan, pada divisi *Marketing*, terdapat *head marketing, marketing communication specialist, creative designer, marketing communication intern,* dan *graphic designer intern*. Penulis berada pada divisi ini sebagai *marketing communication intern*. Kemudian, departemen *Operations*, terdapat 3 divisi, yaitu *Sales Quotation, Project Engineering*, dan *Project Execution.* Departemen selanjutnya adalah *Research, Design, & Development*. Berikut adalah tabel penjabaran dari setiap jabatan yang terdapat pada divisi PT VMK dengan fokus di *brand* Vinoti.

Tabel 2.1 Penjabaran Posisi dan *Roles*

No.	***Position***	***Roles***
1.	*Sales & Marketing Division Head*	1. Menetapkan strategi pemasaran dan penjualan yang sesuai dengan rencana pengembangan bisnis. 2. Mengelola kegiatan pemasaran dan penjualan di unit kerjanya agar dapat menunjang peningkatan *revenue* serta *profit*. 3. Membangun relasi yang produktif dengan semua pihak terkait untuk memastikan tercapainya target pekerjaan. 4. Memastikan kebenaran setiap transaksi dan dokumen sebelum memberikan persetujuan yang menjadi kewenangannya. 5. Secara rutin menganalisis proses kerja dan merekomendasikan perbaikan yang berkesinambungan (*continuous improvement*). 6. Mengelola penempatan dan pengembangan SDM di lingkup kerjanya, untuk memastikan tercapainya tingkat produktivitas kerja serta perencanaan suksesi yang matang. 7. Memastikan terwujudnya *corporate values* dalam perilaku kerja setiap karyawan di unit kerjanya. 8. Mengelola *budget* unit kerjanya, dan memastikan bahwa aktualisasinya dilakukan secara tepat guna berdasarkan prinsip efisiensi. 9. Memastikan semua prosedur SHE diterapkan pada bagiannya untuk menghindari terjadinya penyakit akibat kerja dan kecelakaan kerja. 10. Menjalankan K3L / SHE, 5R, dan menjaga lingkungan hidup di lokasi kerja.
2.	*Marketing Product Departement Head*	1. Menerapkan strategi pemasaran (*brand development*, *campaign*, *digital marketing*, dll.) yang sesuai dengan *customer* yang ditargetkan. 2. Menyusun rekomendasi program yang dapat meningkatkan penjualan. 3. Mengelola implementasi *Brand Identity Guideline* unit bisnis. 4. Mengelola pelaksanaan *marketing campaign* di unit bisnisnya. 5. Mengelola implementasi *digital marketing communications strategy* maupun pemasangan iklan media *non-digital marketing channel*. 6. Memastikan kualitas produksi *marketing collateral* dan *media release*. 7. Merencanakan dan memantau kegiatan *event activation* di unit bisnisnya. 8. Mengelola pelaksanaan *marketing campaign*, *media placement*, dan *event activation*, serta merekomendasikan tindak lanjutnya. 9. Menangani fungsi *media relation*s dan *media monitoring*. 10. Mengelola *budget* pemasaran sesuai dengan anggaran yang sudah ditetapkan.

		11. Secara rutin melaporkan hasil pelaksanaan program pemasaran dan kepada Atasan, dan merekomendasikan solusi atas permasalahan yang ada. 12. Secara rutin menganalisis proses kerja dan merekomendasikan perbaikan yang berkesinambungan (*continuous improvement*). 13. Memastikan semua prosedur SHE diterapkan pada bagiannya untuk menghindari terjadinya penyakit akibat kerja dan kecelakaan kerja. 14. Menjalankan K3L / SHE, 5R, dan menjaga lingkungan hidup di lokasi kerja.
3.	*Marketing Communication Specialist*	1. Menyusun dan mengelola implementasi *marketing communications* sesuai dengan *marketing plan*. 2. Melaksanakan *marketing campaign* di unit bisnisnya. 3. Menangani implementasi *digital marketing communications strategy* maupun pemasangan iklan media *non-digital marketing channel*. 4. Memastikan kualitas produksi *marketing collateral* dan *media release*. 5. Melaksanakan dan memantau kegiatan *event activation* di unit bisnisnya. 6. Mengevaluasi pelaksanaan *marketing campaign, media placement*, dan *event activation*, serta merekomendasikan tindak lanjutnya. 7. Memastikan semua prosedur SHE diterapkan pada bagiannya untuk menghindari terjadinya penyakit akibat kerja dan kecelakaan kerja. 8. Menjalankan K3L / SHE, 5R, dan menjaga lingkungan hidup di lokasi kerja.
4.	*Project Sales Departement Head*	1. Memastikan tercapainya *revenue* dan *profit* yang ditargetkan. 2. Memastikan terealisasikannya jumlah dan kualitas proyek yang ditargetkan. 3. Menerapkan strategi untuk mendapatkan proyek-proyek baru. 4. Mengelola kegiatan penjualan dengan secara efektif mengkomunikasikan *value propositions* Perusahaan kepada klien dan calon klien, baik melalui proposal maupun presentasi. 5. Membina hubungan yang produktif dengan klien dan calon klien untuk memperoleh pemahaman yang akurat tentang kebutuhan proyek mereka. 6. Secara rutin menganalisis proses kerja dan merekomendasikan perbaikan yang berkesinambungan (*continuous improvement*). 7. Mengelola *budget* unit kerjanya, dan memastikan bahwa aktualisasinya dilakukan secara tepat guna berdasarkan prinsip efisiensi.

		8. Memastikan semua prosedur SHE diterapkan pada bagiannya untuk menghindari terjadinya penyakit akibat kerja dan kecelakaan kerja. 9. Menjalankan K3L / SHE, 5R, dan menjaga lingkungan hidup di lokasi kerja.
5.	*Project Sales Consultant*	1. Memastikan terealisasikannya jumlah dan kualitas proyek yang ditargetkan. 2. Mengkomunikasikan *value propositions* Perusahaan kepada klien dan calon klien, baik melalui proposal maupun presentasi, untuk mendapatkan proyek-proyek baru. 3. Membina hubungan yang produktif dengan klien dan calon klien untuk memperoleh pemahaman yang akurat tentang kebutuhan proyek mereka. 4. Memastikan semua prosedur SHE diterapkan pada bagiannya untuk menghindari terjadinya penyakit akibat kerja dan kecelakaan kerja. 5. Menjalankan K3L / SHE, 5R, dan menjaga lingkungan hidup di lokasi kerja.
6.	*Project Execution & Control Dept Head*	1. Mengelola kegiatan operasional di unit kerjanya untuk memastikan terlaksananya proyek secara tepat kualitas, tepat waktu serta tepat biaya. 2. Merekomendasikan metode pekerjaan dan solusi yang paling tepat yang akan diterapkan selama proyek berjalan. 3. Memastikan bahwa instalasi maupun material utama yang digunakan sudah sesuai dengan spesifikasi yang ditetapkan. 4. Mengelola *progress charter* proyek secara rutin untuk memastikan ketepatan waktu dan biaya pelaksanaan proyek di lapangan. 5. Memastikan keakuratan pembayaran terkait proyek, sesuai dengan jadwal waktu dan *budget* yang telah ditetapkan. 6. Membangun kolaborasi yang positif dengan semua pihak terkait untuk memastikan tercapainya target pekerjaan. 7. Secara rutin melaporkan status proyek kepada Atasan, serta merekomendasikan solusi atas permasalahan yang terjadi selama proyek berjalan. 8. Secara rutin menganalisis proses kerja dan merekomendasikan perbaikan yang berkesinambungan (*continuous improvement*). 9. Menjalankan K3L / SHE, 5R, dan menjaga lingkungan hidup di lokasi kerja. 10. Memastikan semua prosedur SHE diterapkan pada bagiannya untuk menghindari terjadinya penyakit akibat kerja dan kecelakaan kerja.
7.	*Project Engineering Section Head*	1. Memastikan tersedianya material proyek yang dibutuhkan secara tepat spesifikasi, tepat kualitas, tepat biaya, dan tepat waktu. 2. Memastikan aktualisasi biaya sesuai dengan *budget* yang ditetapkan. 3. Menyiapkan *shop drawing* yang sesuai dengan kondisi lapangan.

		4. Memastikan tersedianya data yang lengkap dan akurat untuk *project handover*. 5. Memastikan semua prosedur SHE diterapkan pada bagiannya untuk menghindari terjadinya penyakit akibat kerja dan kecelakaan kerja. 6. Menjalankan K3L / SHE, 5R, dan menjaga lingkungan hidup di lokasi kerja.
8.	*Project Engineering Section Staff*	1. Menerapkan standar proses dan mutu di setiap pelaksanaan proyek. 2. Merekomendasikan ketentuan, prosedur dan formulir standar yang harus diterapkan terkait dengan proses kerja dan target mutu yang dicanangkan. 3. Memastikan tersedianya material proyek yang dibutuhkan secara tepat spesifikasi, tepat kualitas, tepat biaya, dan tepat waktu. 4. Menyiapkan *shop drawing* yang sesuai dengan kondisi lapangan. 5. Memastikan tersedianya data yang lengkap dan akurat untuk *project handover*. 6. Secara rutin melaporkan hasil evaluasi proses dan mutu setiap proyek kepada atasan.
9.	*Sales Quotation Department Head*	1. Memastikan tim memasukan data penawaran dalam SAP. 2. Memastikan penawaran harga (BoQ) terkirim & implementasi formulasi harga sesuai management request. *3. Request Mock Up / Sample (Drawing & Budgeting).* 4. Memastikan tim memasukan data penawaran dalam SAP. 5. Memastikan penggunaan material *dead stock* secara efisien guna menjaga *level Inventory Aging Stock* yang telah ditentukan management. 6. Memastikan database harga, dokumen, library dibuat dan disimpan dengan rapi. 7. Melakukan koordinasi lintas fungsi Internal & Eksternal. 8. Melakukan koordinasi dengan *Management* untuk formulasi harga. 9. Memastikan semua prosedur SHE diterapkan pada bagiannya untuk menghindari terjadinya penyakit akibat kerja dan kecelakaan kerja. 10. Menjalankan K3L / SHE, 5R, dan menjaga lingkungan hidup di lokasi kerja.
10.	*Project Monitoring Specialist*	1. Menganalisa dan mengontrol aktualisasi biaya proyek agar tidak menyimpang dari *budget* yang telah disetujui. 2. Mengelola pemantauan *progress charter* proyek secara rutin untuk memastikan ketepatan waktu dan biaya pelaksanaan proyek di lapangan. 3. Memastikan keakuratan dan kebenaran PO yang diproses. 4. Mengelola penerimaan, pencatatan, penyimpanan dan pengeluaran barang di gudang. 5. Mengelola dan memastikan keakuratan pembayaran terkait proyek, sesuai dengan jadwal waktu dan budget yang telah ditetapkan.

		6. Memastikan semua prosedur SHE diterapkan pada bagiannya untuk menghindari terjadinya penyakit akibat kerja dan kecelakaan kerja. 7. Menjalankan K3L / SHE, 5R, dan menjaga lingkungan hidup di lokasi kerja.
11.	*Product Sourcing & Development Specialist*	1. Merekomendasikan pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. 2. Memastikan ketersediaan produk yang disetujui untuk dikembangkan, melalui koordinasi dengan *supplier*, unit produksi dan *procurement*. 3. Mengontrol dan mengevaluasi proses pengembangan produk yang dilakukan oleh *supplier* atau unit produksi. 4. Secara rutin menganalisis aspek komersial dari produk yang sudah dikembangkan, dan merekomendasikan tindak lanjutnya. 5. Memastikan semua prosedur SHE diterapkan pada bagiannya untuk menghindari terjadinya penyakit akibat kerja dan kecelakaan kerja. 6. Menjalankan K3L / SHE, 5R, dan menjaga lingkungan hidup di lokasi kerja.
12.	*Research, Design, & Development*	1. Melakukan dan me-*monitoring* proses *research & development product* yang meliputi proses *research, design,* pembuatan *timeline*, spesifikasi, gambar kerja, *Mock Up/ sample, final product*, dan kerja sama dengan *designer*. 2. Memastikan product lolos *Performance Test* sebelum diproduksi massal. 3. Menentukan semua *product* yang dikeluarkan oleh VMK *Retail* dari sisi: *Quality, Spec*, Bentuk & Design. 4. Melakukan planning & control budget product development sesuai dengan analisa pasar dan survey competitor. 5. Mensupport kebutuhan VIVERE *Home Project* meliputi pembuatan gambar kerja, spec, *mock up*, dan final product 6. Bertanggung jawab atas pelaksanaan pameran / event yang diselenggarakan oleh VIVERE *Group*. 7. Bertanggung jawab atas proses *Outsource Management* pabrik & vendor meliputi kapasitas & kualitas pabrik dan harga penawaran pabrik berbanding HPP. 8. Mengawasi dan memimpin tim RnD untuk memastikan tugas-tugas sehari-hari diselesaikan dengan akurat dan tepat waktu. Memberikan bimbingan dan pelatihan untuk meningkatkan kinerja anggota tim. 9. Memastikan terwujudnya *corporate values* dalam perilaku kerja setiap di unit kerjanya. 10. Memastikan implementasi K3L / SHE, 5R, dan menjaga lingkungan hidup di lokasi kerja

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

2.3 Portofolio Perusahaan

Dalam 4 dekade terakhir, VIVERE *Group* telah melayani berbagai konsumen dalam bentuk produk maupun jasa. Akan tetapi, tidak hanya dalam bidang tersebut saja, VIVERE *Group* juga selalu ikut serta dalam pameran nasional hingga internasional dalam rangka mengembangkan perusahaan serta mewujudkan nilai perusahaanya, yaitu *"Quality People, Quality Work, Quality Life."* Dalam mewujudkan nilai tersebut secara nyata, VIVERE *Group* mengikuti berbagai jenis pameran yang berfokus pada *interior, design, furniture,* hingga *materials*. Selain itu, VIVERE *Group* juga selalu memikirkan untuk menghasilkan produk terbaik untuk masyarakat serta desainer yang bekerja sama, sehingga terdapat beberapa produk dari VIVERE *Group* yang mendapatkan penghargaan.

2.3.1 *The Most Innovative Product 2017*

Pada tahun 2017, VIVERE *Group* berhasil meraih penghargaan *The Most Innovative Product 2017* oleh *Good Design Indonesia (GDI)* kepada salah satu produk kursi yang bernama VOLARE *Lounge Chair*. Kursi ini memiliki bahan dasar rotan yang didesain dengan menggunakan perpaduan antara desain kontemporer dengan desain khas lokal. Proses manufaktur hingga desain dibuat dengan kualitas tinggi.

Gambar 2.17 VOLARE *Lounge Chair*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

VOLARE *Lounge Chair* memiliki Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) yang cukup tinggi, yaitu 95,05%. Hal ini menandakan bahwa kursi ini hampir seluruh komponennya menggunakan bahan lokal. Desainer yang mendesain kursi ini merupakan desainer lokal yang telah menghasilkan berbagai desain yang baik, desainer tersebut bernama Abie Abdillah.

Dikarenakan keunggulan dari VOLARE *Lounge Chair*, produk ini cukup sering dipamerkan dan disinggungkan dalam beberapa acara melalui *promotional collateral*, *digital content*, dan *collateral media* lainnya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan nilai promosi serta keunggulan dari VIVERE *Group beserta* unit bisnis yang ikut dalam merancang produk ini. Sehingga, dari sisi 3 pilar Desain Komunikasi Visual, *media ouput* yang dibuat berfokus pada pilar identitas dan persuasi. Pilar identitas diterakan pada media *product catalogue Collection by* VIVERE dan *Company Profile*, sedangkan pilar persuasi diterapkan pada media *X-Banner* dengan memfokuskan pada nilai TKDN sebagai salah satu USP (*unique selling point*).

Tabel 2.2 *Collateral Media* VOLARE *Lounge Chair*

No.	Visual Content	Type of Content	Description
1		*Company profile presentation file*	*Digital Content* VOLARE *Lounge Chair* disinggungkan dalam pengenalan perusahaan kepada eksternal maupun internal sebagai sebuah penghargaan.
2		*X-Banner*	*Printed Media* X-Banner yang menyinggung VOLARE *Lounge Chair* sebagai salah satu produk Vinoti member of VIVERE Group dengan nilai TKDN (Tingkat Komponen dalam Negeri) yang cukup tinggi (95,05%)

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

3		*Product Catalogue*	*Printed Media & Digital Media* VOLARE *Lounge Chair* menjadi salah satu produk yang masuk ke dalam *product catalogue* VIVERE sebagai media promosi.

2.3.2 *The Most Aesthetic Booth 2024*

Pada tahun 2024, Vinoti sebagai salah satu bisnis unit VIVERE *Group* berpartisipasi dalam acara *Government Procurement Forum & Expo (GPFE) 2024 at* Yogyakarta. Dalam acara tersebut, Vinoti membawa berbagai koleksi produk karya anak bangsa yang berkomitmen dalam memberikan solusi ruang kerja yang *modern* dan tetap berkualitas. Vinoti dan salah satu studio desain *interior* asal Indonesia, bernama *insigniostudio* bekerja sama dalam membuat *booth design* untuk Vinoti dalam acara GPFE 2024 yang dilaksanakan pada 17-19 Juli 2024 di *Jogja Expo Center (JEC).*

Gambar 2.18 *Booth* Vinoti GPFE 2024
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Tema desain pada *booth* Vinoti di GPFE 2024 adalah Batik Insang Ikan yang merupakan salah satu pola batik yang berasal dari Sungai Kapuas, Kalimantan. Pola ini merepresentasikan rasa syukur dari masyarakat di sekitar Sungai Kapuas. Analogi yang digambarkan adalah bagaikan ikan tanpa insang, ikan tersebut tidak akan dapat bernafas dan hidup.

Gambar 2.19 *Collateral* Vinoti GPFE 2024
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Selain *booth*, tema Batik Insang Ikan juga diaplikasikan kepada *collateral* promosi, yakni *brosur trifold, POP (Point of Purchase) acrylic, banner, product tag, invitations poster*, dan konten media sosial. Pengaplikasian tema tersebut terlihat dalam *supergraphic* yang terdapat pada setiap *collateral*. Hal ini menjadi salah satu strategi pemasaran yang diaplikasikan oleh Vinoti sebagai peningkatan *uniqueness* di pameran serta mendukung *culture preservation* untuk Indonesia. Berikut adalah sebagian media yang penulis dapatkan, yaitu:

Tabel 2.3 *Collateral Media Booth* Vinoti GPFE 2024

No.	Visual Content	Type of Content	Description
1		*Invitation Poster*	*Digital Content* *Invitations Poster* untuk keperluan *e-mail blast*, serta kepada para *clients* melalui *sales*.

2		*Booth Point of Purchase*	*Printed Media* POP untuk bagian depan *booth* yang berisikan informasi konsep *Booth* Vinoti di GPFE 2024.
3		*Trifold Brochures*	*Printed Media* Keperluan *collateral* untuk pengunjung *booth* sebagai informasi produk dari Vinoti.
4		*Product Tag*	*Printed Media* *Product Tag* untuk informasi produk yang dipamerkan.

2.3.3 *Indonesia Furniture & Design Expo (IFFINA) 2024*

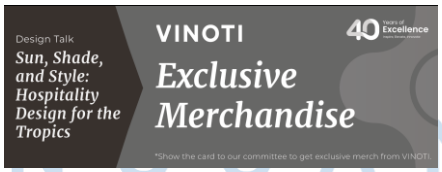
VIVERE *Group* ikut berpartisipasi dalam acara pameran berskala nasional yang berfokus pada bidang desain furnitur, yaitu *Indonesia Furniture & Design Expo 2024*. Beberapa unit bisnit dan *brand* dari VIVERE *Group* ikut serta dalam acara ini, seperti GGS *Interior*, Carta, Karuun, IDEMU, Vinoti, *Collection by* VIVERE, CASAKA, AIDA, dan *Hospitality by* VIVERE. Acara ini berlangsung pada tanggal 14 sampai 17 September 2024 di Indonesia Convention Exhibition (ICE), *BSD City*.

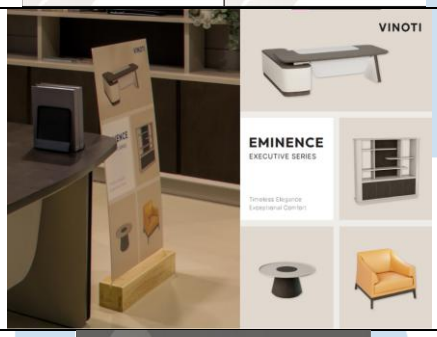
Gambar 2.20 Booth dan Konsep Desain VIVERE *Group IFFINA 2024*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Tema dari *booth* VIVERE *Group* adalah "*Sustainable by Design"* yang menjadi bentuk kesadaran lingkungan. Tema ini tidak hanya melalui desain pada *booth* saja, melainkan produk yang dibawakan memiliki nilai inovasi untuk mendukung gerakan produk yang lebih ramah lingkungan. Berdasarkan informasi dari laman resmi perusahaan, konsep yang dibawa oleh VIVERE *Group* pada acara pameran ini adalah "*Past, Present—Future"* sekaligus sebagai salah satu rangkaian acara *anniversary 40th* VIVERE *Group*. Konsep ini diaplikasikan pada *collateral* dan *layout booth* dimana pengunjung pada bagian *entrance* akan dibawa ke masa lalu atau "*the past"* dengan melihat berbagai penghargaan atas dedikasi dan kerja keras. Kemudian, produk-produk yang menawarkan berbagai inovasi, menggambarkan konsep *the present*. Lalu, melalui *brand activation*, VIVERE *Group* mengajak desainer dan masyarakat untuk berkontribusi dalam masa depan atau *the future* dunia desain furnitur.

Dalam menunjang berbagai aktivitas promosi dan media informasi, pilar desain komunikasi visual yang digunakan adalah pilar informasi dan promosi. Secara komunikasi visual kepada para pengunjung, divisi *Corporate Marketing* bersama dengan *marketing* unit bisnisnya lainnya membuat *collateral media* dan *digital content* dengan *key visual* yang diberikan oleh *Corporate Marketing*. Media tersebut dijadikan alat untuk memberikan informasi mengenai acara yang akan diadakan serta penunjang saat acara berlangsung. Seluruh persiapan acara hinggga proses pembuatan *collateral media* dan *digital content* dibuat dalam kurun waktu kurang lebih 3 bulan. Berikut tabel yang berisikan sebagian *media* untuk IFFINA (*Indonesia Furniture & Design Expo)* 2024 yang didapatkan oleh penulis:

Tabel 2.4 *Collateral Media* VIVERE *Group* IFFINA 2024

No.	Visual Content	Type of Content	Description
1		*Merchandise Voucher*	*Printed Media* *Voucher* untuk partisipan *brand activation Vinoti* dalam IFFINA 2024.

2		*Social Media Content*	*Platforms: Instagram* VIVERE Group bersama dengan unit bisnis yang berpartisipasi dalam IFFINA 2024 membuat konten digital berupa video, poster *feeds brand activation*, dan *event annoucement*.
3		*Product Tag*	*Printed Media* *Product Tag* untuk informasi mengenai produk yang dipamerkan dalam acara ini.
4		*Point of Purchase*	*Printed Media* *Point of Purchase* untuk *Eminence Executive Series* Vinoti.
5		*Tripod Banner*	*Printed Media* *Poster Design Talk* Vinoti di IFFINA 2024 sebagai signage acara di *booth*.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA