

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Simon Makmur Sejahtera merupakan perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang *fashion* alas kaki yaitu Mollinic. Mollinic telah menyediakan sepatu yang terjangkau namun modis sejak tahun 2007 untuk pasar kelas menengah Indonesia. Mollinic telah mengalami pertumbuhan yang konsisten dan sekarang kami mencari orang-orang muda yang energik untuk bergabung dengan kami karena kami bertujuan untuk menjadi merek sepatu yang paling diminati di Indonesia (Mollinic, n.d).

2.1.1 Profil Perusahaan

MOLLINIC adalah salah satu toko sepatu kasual yang berkembang pesat di Indonesia. Kami menciptakan berbagai perlengkapan *fashion* yang modern dan mudah dipadukan dengan pakaian, sehingga *target audience* dapat mengekspresikan gaya pribadi dengan lebih bebas.

A. Visi

Visi dari brand Mollinic adalah menjadi *brand* terkemuka di industri alas kaki masa depan, di mana setiap orang dapat berpakaian dengan cara yang menyenangkan, menginspirasi, dan terjangkau. Dengan komitmen terhadap kualitas dan inovasi, Mollinic memiliki tujuan untuk terus menjadi pilihan utama bagi konsumen yang menginginkan produk alas kaki yang tidak hanya stylish, tetapi juga memberikan kenyamanan serta nilai lebih (Mollinic, n.d.).

B. Misi

Brand Mollinic memiliki misi untuk memastikan generasi berikutnya tumbuh dengan menikmati hubungan positif terhadap penampilan mereka, dengan menawarkan produk *fashion* yang tepat,

relevan, dan selalu mengikuti perkembangan tren terkini. *Brand* Mollinic berkomitmen memberikan pilihan yang dapat mendukung rasa percaya diri setiap individu, tanpa mengorbankan kualitas dan kenyamanan dalam menggunakan *Fashion* (Mollinic, 2025).

C. Logo

Logo brand Mollinic menggunakan jenis huruf (*typeface*) serif yang elegan. Karakter utama dari logo ini terletak pada pemilihan font dengan serif yang memiliki kait atau garis tambahan pada setiap ujung huruf, memberikan kesan klasik dan mewah, yang pada umumnya digunakan untuk merek-merek yang ingin menampilkan citra kepercayaan dan kualitas tinggi.

The image shows the logo for Mollinic, which consists of the word "MOLLINIC" in a bold, black, serif typeface. A registered trademark symbol (®) is located at the top right of the word. The logo is centered on a white background with a faint, light blue watermark of a person's silhouette in the background.

Gambar 2.1 Logo Perusahaan Mollinic
Sumber: <https://images.app.goo.gl/6rxwHLtSnVUGNNdJA>

Logo Mollinic hanya terdiri dari tulisan nama brand tersebut, tanpa tambahan elemen grafis lainnya. Fokus utama ada pada penggunaan tipografi serif yang kuat dan penuh karakter, yang diharapkan dapat memberikan kesan yang mendalam dan mudah dikenali oleh konsumen. Dengan desain tipografi yang khas, logo ini mampu menggambarkan identitas brand yang modern sekaligus berakar pada tradisi desain visual yang lebih klasik.

D. Bidang Usaha

Brand Mollinic bergerak di bidang *fashion* alas kaki untuk perempuan, laki-laki, dan anak-anak, dengan berbagai produk seperti *heels*, *sneakers*, pantofel, sepatu anak, *moccasin*, *flat shoes*, dan lainnya. Mollinic fokus menawarkan sepatu yang nyaman dan *stylish* untuk berbagai kalangan, dan juga bekerja sama dengan retail besar seperti Matahari dan

Ramayana untuk distribusinya. Dengan kualitas yang terjamin, Mollinic ingin memenuhi kebutuhan sepatu untuk semua anggota keluarga, baik untuk acara formal maupun santai.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Didirikan pada tahun 2007, MOLLINIC telah berkembang pesat dan berhasil menjadi salah satu pemain terkemuka dengan pertumbuhan tercepat di pasar modern. Selama lebih dari satu dekade, kami telah konsisten dalam memproduksi sepatu berkualitas tinggi yang mampu memberikan kenyamanan dan perasaan positif bagi penggunanya, sambil tetap menjaga harga yang terjangkau.

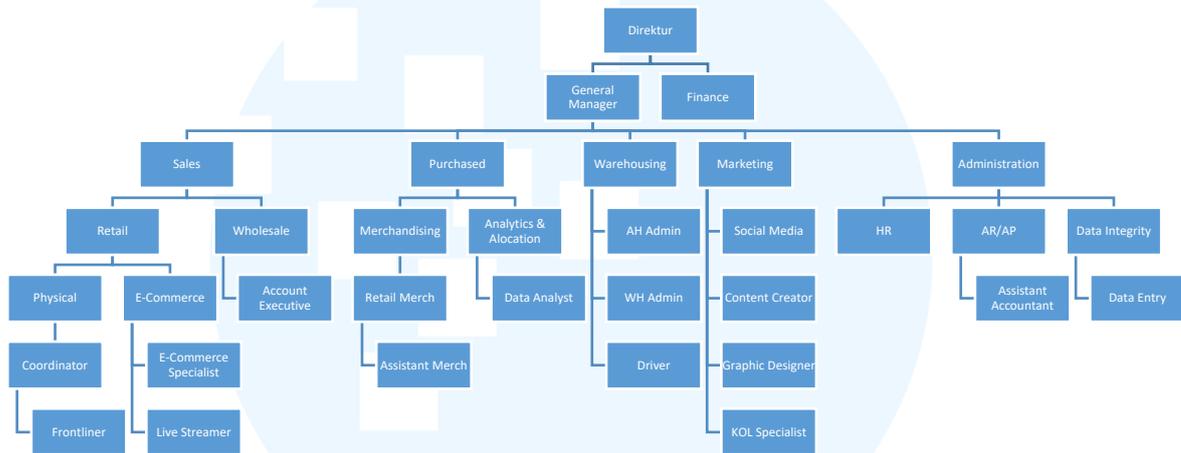
Saat ini, merek MOLLINIC menawarkan berbagai pilihan sepatu untuk pria dan wanita, yang tersedia di lebih dari 100 toko yang tersebar di seluruh Indonesia. Kami terus berusaha untuk menjelajahi pasar-pasar baru yang belum terjamah, dengan semangat untuk terus berkembang dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam jangka panjang.

Hingga di Januari 2025, jaringan distribusi kami meluas ke 52 kota di seluruh Indonesia, dengan total 100 outlet yang telah tersebar di department store dan platform e-commerce, memberikan kemudahan akses berbelanja bagi konsumen kami di berbagai daerah (Mollinic, 2025).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Mollinic diawali oleh Direktur memimpin seluruh perusahaan, diikuti oleh General Manager yang mengelola operasi harian. Di bawahnya, terdapat beberapa departemen besar seperti Sales, yang terdiri dari sub-departemen Retail dan *E-Commerce*, serta *Wholesale* yang menangani klien besar. Purchased bertanggung jawab atas merchandising dan analisis data penjualan, sementara *Warehousing* mengelola logistik dan pengiriman. Marketing mengurus promosi dan *brand awareness* dengan tim yang terdiri dari berbagai spesialis,

sedangkan Administration mendukung operasional perusahaan melalui HR, keuangan, dan data integritas. Setiap departemen dan sub-departemen saling berkolaborasi untuk memastikan kelancaran operasional perusahaan. Berikut merupakan bagan struktur organisasi perusahaan dari *brand* Mollinic:



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Mollinic
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Berikut merupakan bagan struktur organisasi perusahaan Mollinic yang menggambarkan pembagian fungsi dan tanggung jawab di masing-masing divisi, mulai dari level direktur hingga unit-unit pelaksana operasional. Struktur ini dirancang untuk mendukung efisiensi kerja antar departemen seperti Sales, Purchased, Warehousing, Marketing, dan Administration, sehingga seluruh proses bisnis dapat berjalan secara terkoordinasi dan optimal.

2.3 Portofolio Perusahaan

Mollinic memulai usaha sepatu sejak tahun 2007. Mollinic mendistribusikan produk ke perusahaan ritel seperti Matahari dan juga Ramayana. Selain itu Mollinic juga menjual produknya secara *online* yaitu melalui *market place* seperti Shopee, Tokopedia, dan Zalora. Berikut ini merupakan beberapa portofolio serta kerjasama yang telah dilakukan perusahaan:

Pertama merupakan Mollinic Ramayana *store* yang dapat ditemukan di beberapa daerah di Indonesia. Di mana memperlihatkan tampilan *outlet* Mollinic

yang berada di Ramayana, dengan penataan produk sepatu yang rapi dan terorganisir. Di area *display*, terlihat pula desain poster promosi yang dipasang untuk menarik perhatian konsumen dan mendukung strategi pemasaran. Poster ini berisikan informasi diskon dan harga spesial, selain itu untuk menarik perhatian dari *target audience*. yang merupakan bagian dari upaya *visual merchandising*.



Gambar 2.3 Mollinic Ramayana Store

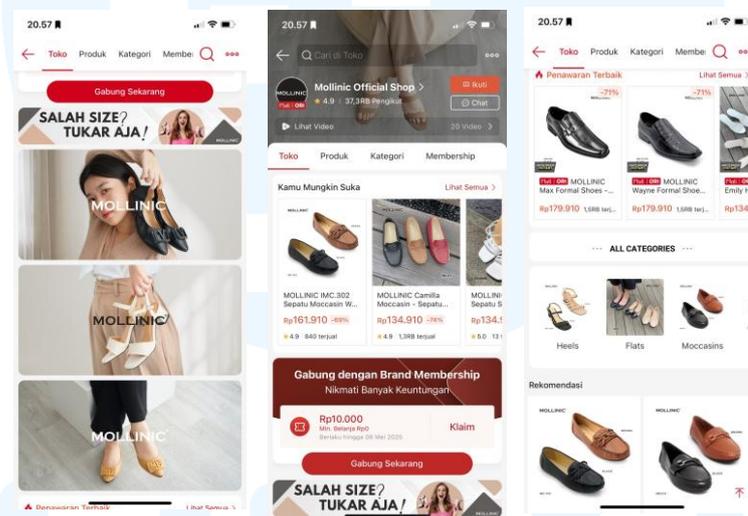
Selain itu, terdapat pula *outlet* Mollinic di *department store* Matahari dan tersebar di beberapa wilayah di Indonesia. *Outlet* Matahari menampilkan penataan produk sepatu yang tersusun rapi pada *display*. Pada area Mollinic, juga terdapat elemen branding seperti *logo* Mollinic yang dipasang untuk menandai area khusus milik brand tersebut. Selain itu, terdapat poster promosi yang menampilkan informasi harga dan diskon, yang berfungsi untuk menarik perhatian konsumen serta mendorong minat beli.



Gambar 2.4 Mollinic Matahari Store

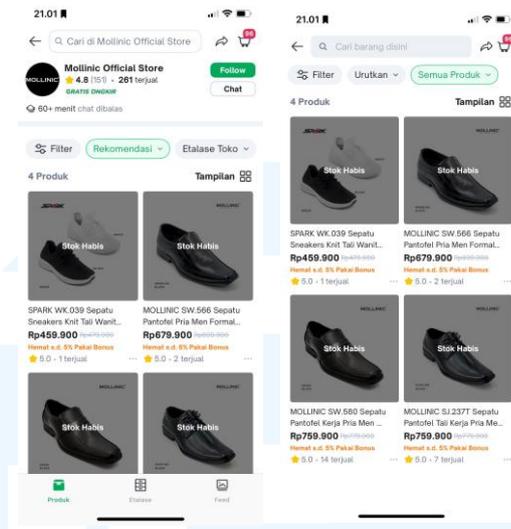
Brand Mollinic memiliki toko resmi pada platform e-commerce Shopee. Pada halaman utama, diperlihatkan berbagai poster promosi visual, seperti banner

“Salah Size? Tukar Aja!” yang ditujukan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap layanan dan menjadi keunggulan brand. Selain itu, terdapat poster yang menampilkan visual produk alas kaki yang sedang dikenakan sebagai daya tarik visual. Halaman ini juga menampilkan produk-produk pilihan dengan potongan harga, dan produk seperti *Heels*, *Flatsshoes*, *Pantofel*, *Moccasine*, *Sneakers*, dan lain sebagainya, serta fitur keanggotaan yang menawarkan berbagai keuntungan eksklusif bagi pelanggan. Seluruh elemen ini dirancang untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang optimal sekaligus memperkuat citra brand Mollinic di ranah digital.



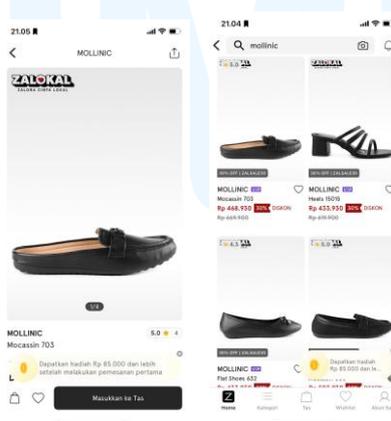
Gambar 2.5 Shopee Mollinic

Selanjutnya, pada laman toko resmi Mollinic pada *platform e-commerce* Tokopedia, tampilan yang disajikan lebih sederhana dibandingkan dengan Shopee. Halaman lebih didominasi oleh visual katalog produk tanpa banyak elemen promosi tambahan seperti poster. Produk ditampilkan dalam format grid dengan informasi dasar seperti nama, harga, dan diskon yang berlaku. Fokus utama pada laman ini adalah penyajian katalog produk secara langsung untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pencarian dan pembelian.



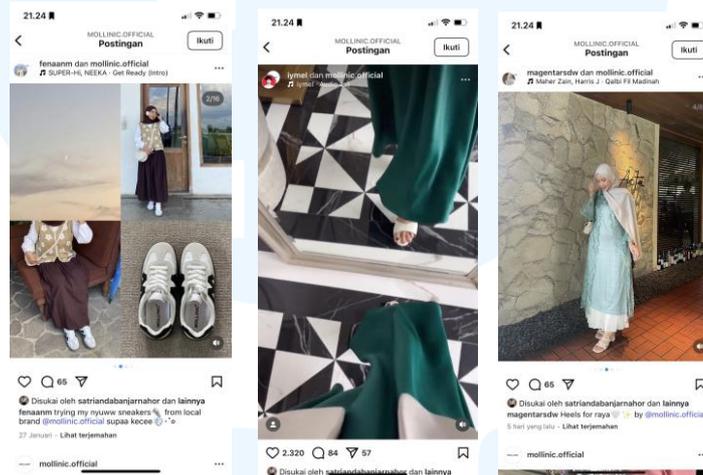
Gambar 2.6 Tokopedia Mollinic

Selain Shopee dan Tokopedia, Mollinic memiliki *platform e-commerce* Zalora. Tampilan Zalora Mollinic didesain dengan bersih dan minimalis. Produk ditampilkan dengan latar belakang putih, menonjolkan detail sepatu secara jelas untuk memberikan kemudahan pada konsumen untuk membeli produk. Informasi penting seperti nama produk, harga asli, harga diskon, serta persentase potongan ditampilkan secara ringkas di bawah gambar dan tersedia fitur penilaian produk dan informasi promo tambahan bagi pengguna baru.



Gambar 2.7 Zalora Mollinic

Dalam strategi promosi digital, Mollinic aktif menjalin kerja sama dengan *influencer* maupun *KOL* melalui konten *endorsement* di media sosial, khususnya Instagram. *Brand* ini secara konsisten memilih *KOL* (*Key Opinion Leader*) maupun *influencer* yang mampu menyampaikan visual dengan konsep minimalis, menggunakan warna-warna cerah, serta pengambilan gambar di luar ruangan. Pendekatan ini dipilih untuk memperkuat citra *brand* yang modern, *stylish*, minimalis, dan kasual. Melalui konten visual yang sederhana namun estetik, produk-produk Mollinic ditampilkan dalam suasana yang natural dan dekat dengan keseharian *audiens*.



Gambar 2.8 Kerja Sama *Endorse* Mollinic
Sumber: Instagram @Mollinic.official

Berikut merupakan portofolio dari *brand* Mollinic, yang saat ini telah memiliki outlet fisik di sejumlah pusat perbelanjaan seperti Ramayana dan Matahari. Selain itu, Mollinic juga aktif memperluas jangkauan pasarnya melalui *platform e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan Zalora. Dalam strategi pemasarannya, Mollinic menjalin kerja sama dengan berbagai *Key Opinion Leader* (*KOL*) dan *influencer* untuk meningkatkan visibilitas *brand* serta membangun kedekatan dengan konsumen di berbagai segmen.