BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Gambar 2.1 Logo VIVERE Group
Sumber: Data Olahan Pribadi (2025)

PT VIVERE Group, yang sebelumnya dikenal sebagai PT Gema Graha Sarana telah berdiri sejak 1984 sebagai perusahaan kontraktor dengan hanya memiliki 10 karyawan pada saat itu. Selama kurun waktu kurang lebih tiga dekade, PT Gema Graha Sarana berkembang dan mulai memperluas layanannya ke berbagai bidang termasuk layanan mekanikal-elektrikal, manufaktur furniture, furniture kantor, layanan bidang jasa interior, serta perlengkapan dekorasi rumah.

Pada tahun 2005, PT Gema Graha Sarana bersama tiga anak perusahaannya, yaitu PT Laminatech Kreasi Sarana, PT Prasetiya Gema Mulia, dan PT Vivere Multi Kreasi resmi digabung yaitu menjadi VIVERE Group. Dengan komitmen yang kuat akan orientasi terhadap inovasi yang terus berlanjut VIVERE Group berhasil membangun citra merek sebagai kontraktor interior pilihan berbagai proyek prestisius terpercaya di Indonesia. Hal itu juga dibuktikan melalui VIVERE Group yang memperluas kehadirannya di sektor ritel dengan

membuka 12 toko VIVERE yang tersebar di Jakarta, Surabaya, dan Bali, serta 4 toko mitra di Pekanbaru, Makassar, Medan, dan Palembang.

Selama kurang lebih 41 tahun beroperasi, VIVERE Group terus berkembang dan mempertahankan reputasinya di industri interior dan furniture di Indonesia. Keberhasilan ini tentu tidak lepas dari komitmen perusahaan dalam menjunjung tiga nilai utama yang menjadi landasan setiap aspek bisnisnya yaitu *Quality People, Quality Work,* dan *Quality Life.* Tiga nilai utama ini menjadi fondasi utama VIVERE Group dalam mewujudkan visi serta misinya, sekaligus mencerminkan orientasi perusahaan terhadap kualitas dan kepuasan pelanggannya.

Gambar 2.2 Logo IDEMU
Sumber: Data Olahan Pribadi (2025)

PT Vivere Multi Kreasi (VMK) sebagai anak perusahan dari PT VIVERE Group berhasil membangun reputasinya dengan turut mengimplementasikan nilai perusahaan dan terus berkembang guna menyediakan berbagai kebutuhan konsumen. Salah satu brand dibawah naungan PT Vivere Multi Kreasi (VMK) adalah IDEMU.

IDEMU adalah brand *custom furniture* yang menyediakan layanan untuk memenuhi kebutuhan *custom furniture* untuk rumah dan apartemen. Selain itu, IDEMU juga menawarkan *loose furniture* yang dapat disesuaikan dengan berbagai kebutuhan serta gaya desain interior. Fokus utama IDEMU adalah memberikan pengalaman personalisasi *furniture* kepada pelanggan, termasuk *furniture built-in* (*living room*, *kitchen set*, *wardrobe, bedroom,* dll) yang dirancang sesuai preferensi pelanggan dengan bantuan professional dari IDEMU.

Sebagai brand *custom furniture,* IDEMU tidak hanya menawarkan fleksibilitas dalam desain saja, tetapi turut ikut menghadirkan beberapa koleksi interior yang dirancang dengan karakteristik khas dengan turut menyeimbangi estetika dan fungsi ruangan. Beberapa koleksinya antara lain adalah MORIHAUS, Mountain Mystery, Frosty Glam, Stellar Shine, dan Dream Ballet. Komitmen IDEMU dalam menghadirkan desain *furniture* berkualitas telah dibuktikan dengan berhasil meraih penghargaan dalam Indonesia Good Design Selection (IGDS) 2021 sebagai kategori Best Design Product.

2.1.1 Visi Misi

Visi : Menjadi pilihan pertama untuk lifestyle interior dan exterior furnishings, melalui penyediaan produk dan jasa bermutu di Indonesia.

Misi : Membangun organisasi bisnis kelas dunia yang terus berkembang berdasarkan kompetensi karyawan yang selalu dimutakhirkan, melalui inovasi serta mewujudkan produk dan jasa bermutu menurut kriteria pelanggan dalam kenyamanan, kesehatan (ergonomis), dan ramah lingkungan,

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Pada unit bisnis IDEMU terdapat beberapa pihak yang turut mendukung kelancaran proses kerja dan terlibat dengan penulis selama praktik kerja magang,dengan detail sebagai berikut:

A. *Head Of Marketing IDEMU*

   Bertanggung jawab dalam melakukan perencanaan dan pengembangan strategi pemasaran seperti pelaksanaan kampanye bulanan, analisis kompetitor, dan pasar, serta memastikan efektivitas dari strategi yang telah dijalankan perusahaan telah berjalan sesuai dengan tujuan dan target perusahaan.

B. *Marketing Communication Section Head*

   Bertanggung jawab atas perencanaan dan pengembangan strategi pemasaran dalam bentuk kegiatan kampanye digital, event internal dengan *stakeholders*, event eksternal dengan media, kerjasama dengan pihak eksternal, memastikan keselarasan *brand identity* yang digunakan pada seluruh *platform* komunikasi perusahaan, dan

menganalisis kegiatan kampanye *offline* dan *online* yang telah dijalankan.

C. *Marketing Communication Staff*

Bertanggung jawab dalam mendukung perencanaan kegiatan kampanye pemasaran yang akan dan telah dilakukan oleh perusahaan baik secara *online* maupun *offline.* Mendukung pelaksanaan kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui *event, exhibition,* dan aktivitas promosi lainnya. Serta membuat laporan terkait dengan kegiatan kampanye *offline* dan *online* yang telah dijalankan

D. *Digital Marketing Section Head*

Bertanggung jawab atas perencanaan pemasaran kampanye digital, evaluasi performa media sosial yang telah dijalankan perusahaan, serta mengelola budgeting dan administrasi untuk kebutuhan biaya pemasangan iklan dan kampanye digital perusahaan.

E. *Digital Marketing Staff*

Mendukung pelaksanaan strategi pemasaran dan kampanye digital bulanan pada media sosial perusahaan. Bertanggung jawab atas pengelolaan kerjasama maupun kolaborasi dengan pihak eksternal seperti *agent property*, media dan KOL untuk meningkatkan brand *awareness* serta menjangkau pasar yang lebih luas.

F. *Content Visual Specialist*

Bertanggung jawab dalam pembuatan dan pengeditan konten visual seperti foto dan video produk perusahaan yang menarik, untuk nantinya digunakan sebagai materi pendukung kebutuhan media sosial perusahaan, materi pemasaran, serta website perusahaan,