

BAB VI

TIM MANAJEMEN DAN PERUSAHAAN

6.1 Tim Manajemen

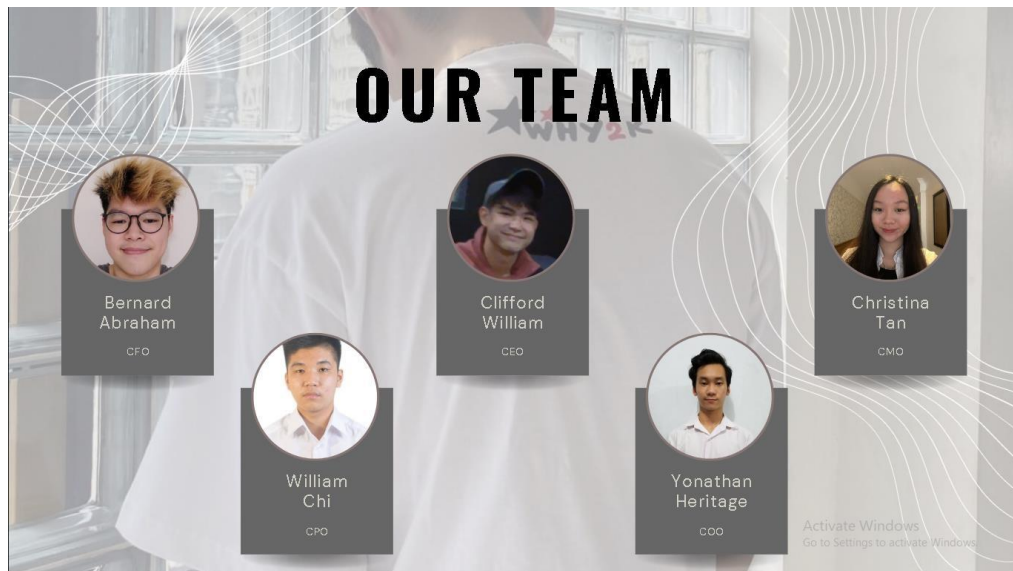
Di Why2k, kami telah menyusun struktur organisasi yang jelas dengan anggota tim yang terdiri dari lima mahasiswa UMN yang mengambil peminatan dalam Entrepreneurship. Dalam tim kami, Clifford William menjabat sebagai Direktur atau CEO, sementara William Chi mengembangkan tugas sebagai PIC Digital. Christina Tan bertanggung jawab sebagai PIC Marketing, Bernard Abraham sebagai PIC Keuangan, dan Yonathan Heritage sebagai PIC Operasional. Setiap divisi memiliki tujuan dan tanggung jawab yang spesifik, sehingga penting bagi masing-masing untuk menyelesaikan tugas-tugas yang telah ditetapkan. Dengan cara ini, kami berharap Why2k dapat beroperasi dengan baik dan tanpa ada yang terlewatkan. Tugas-tugas tersebut dirancang untuk mendukung kelancaran keseluruhan operasi perusahaan. Tugas-tugas tersebut adalah:

1. **CEO (Chief Executive Officer)** atau direktur memiliki tanggung jawab utama dalam mengarahkan perusahaan menuju kesuksesan. Dalam hal ini, Clifford sebagai direktur bertugas untuk merumuskan visi, misi, dan tujuan jangka panjang yang jelas. Tanggung jawabnya juga mencakup pengembangan rencana bisnis yang menyeluruh untuk mencapai tujuan tersebut. Hal ini melibatkan pencarian peluang baru di pasar, analisis risiko, dan penetapan arah strategis perusahaan. Khususnya untuk Why2k, memahami tren fashion dan keinginan konsumen sangat penting untuk menjaga produk kaos oversize tetap relevan dan menarik bagi pasar.
2. **PIC Operasional** sangat krusial dalam memastikan bahwa setiap aspek operasional perusahaan berjalan dengan efisien.

Dari mengawasi proses operasional hingga mengelola tim penjualan, serta merancang strategi operasional dan mengelola hubungan dengan pelanggan serta mitra bisnis, semua yang dilakukan oleh Yonathan Heritage berkontribusi langsung pada keberhasilan dan pertumbuhan perusahaan. Dengan fokus pada efisiensi, kualitas, dan kepuasan pelanggan, Yonathan dapat memastikan Why2k tetap mampu bersaing dan sukses dalam industri kaos oversize.

3. **Tugas PIC Digital** adalah memberikan kontribusi signifikan dalam proses transformasi digital dan strategi pemasaran perusahaan. Di Why2k, yang fokus pada penjualan kaos oversize, William Chi bertanggung jawab untuk memimpin proyek digital, merancang strategi pemasaran digital, dan memperkuat penjualan melalui pemanfaatan teknologi serta inovasi.
4. **Tugas PIC Pemasaran** di Why2k juga sangat penting, karena Christina harus mengembangkan serta melaksanakan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat reputasi merek di pasar. Tanggung jawab Christina meliputi berbagai kegiatan, mulai dari riset pasar, pengembangan merek, pengelolaan kampanye pemasaran, hingga analisis kinerja.
5. **PIC Keuangan** memegang peran vital dalam pengelolaan keuangan perusahaan, sekaligus memastikan stabilitas dan pertumbuhan keuangan jangka panjang. Sebagai PIC Keuangan di Why2k, yang juga fokus pada kaos oversize, tugas Bernard Abraham meliputi berbagai aspek pengelolaan keuangan, perencanaan strategis, analisis kinerja, dan pengelolaan risiko serta kepatuhan.

Seiring berjalannya waktu tim Why2k semakin lengkap dan sangat suka bekerja secara bersama-sama, lalu terbentuklah struktur yang digunakan oleh tim Why2k yang dibutuhkan sesuai dengan kemampuan dan tugas masing-masing, tim Why2k tersusun sebagai berikut :



Gambar 6. 1 Tim Why2k

Sumber : Why2k (2024)

6.2 Tujuan dan Sasaran Perusahaan

Brand baju oversize yang Why2k ciptakan karena memiliki tujuan yang besar dalam industri fashion saat ini. Why2k mempunyai tagline "**Y2K Style, Modern Comfort**" dari tagline tersebut Why2k mempunyai keinginan untuk menggabungkan gaya retro era Y2K atau tahun 2000-an yang di sesuaikan dengan keinginan design yang menarik sesuai dengan kebutuhan trend pada Gen Z. Dengan adanya trend fashion retro dengan kaos oversize yang bertemakan Y2k dapat menjadi keuntungan untuk Why2k karena dapat menjadi trend yang sangat menarik untuk diikuti oleh kalangan muda Gen Z yang menyukai design retro atau 2000-an, maka Why2k selalu mengikuti perkembangan design yang ada pada trend Gen Z lalu disesuaikan dengan model retro Y2k, walaupun mempunyai konsep retro, Why2k dapat tetap mengikuti perkembangan desain fashion Gen Z.

Sesuai dengan tagline Why2k, Why2k ingin memberikan sebuah desain yang menarik dan ingin memberikan kenyamanan lebih berupa kualitas bahan kaos oversize yang sesuai dengan model fashion yang saat ini berkembang. Tagline Why2k menarik konsumen Gen Z dengan design yang menarik, retro, tidak ramai, nyaman, dan enak digunakan, sehingga Why2k adalah perpaduan antara desain retro dengan Gen Z, agar penikmat fashion Gen Z dapat mengikuti trend Y2k. Why2k menempatkan kreativitas sebagai prioritas utama, baik dalam proses desain maupun produksi, sehingga menjadi fondasi yang kokoh bagi merek ini. Desain kaos oversize yang inovatif sangat penting untuk menarik perhatian konsumen yang mencari fashion yang nyaman, santai, dan berkualitas dengan harga yang terjangkau. Selain itu, pemasaran dan branding yang efektif juga berperan penting dalam membedakan Why2k di pasar yang sangat luas ini. Tren fashion kaos oversize sangat diminati, terutama di kalangan generasi muda, memberikan peluang besar bagi Why2k yang menargetkan kelompok tersebut.

Why2k juga akan memanfaatkan berbagai peluang yang tersedia, namun tetap dengan pertimbangan yang matang. Ini mencakup aspek produk, pendekatan terhadap fashion berkelanjutan, dan potensi ekspansi ke pasar global. Seluruh tim di Why2k mengutamakan kualitas produk dan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama untuk membangun reputasi yang baik serta menciptakan loyalitas di kalangan pelanggan. Dengan strategi yang tepat dan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pasar, Why2k memiliki potensi untuk mengoptimalkan sumber daya dan mencapai kesuksesan dalam industri kaos oversize yang mereka jalani.

Target pasar kami yaitu orang-orang yang berumur 16-30 tahun yaitu yang menyukai dunia fashion, lalu umur 16-30 tahun tersebut banyak yang telah mengenal dunia fashion, seperti mencocokkan antara warna baju dengan celana sehingga terlihat lebih bagus dan lebih cocok,

lalu Why2k ini di targetkan kepada pelanggan yang mempunyai pendapatan menengah dikarenakan Why2k mempunyai harga yang cocok untuk anak berumur 16 tahun, sehingga Why2k lebih mudah dibeli karena kualitas yang cukup bagus dan mempunyai harga yang lebih terjangkau oleh usia 16-30 tahun. Lalu Why2k juga dapat digunakan oleh laki-laki dan perempuan, dikarenakan kaos oversize ini dapat digunakan oleh laki-laki maupun perempuan. Target pasar yang kami tuju yaitu para pelanggan yang tempat tinggalnya yaitu di jabodetabek dikarenakan Why2k mempunyai rencana untuk membuka booth di kampus-kampus atau di mall, karena target pasarnya yaitu dari anak sekolahan, hingga mahasiswa dan sampai orang yang sudah bekerja. Selanjutnya targetnya yaitu kepada pelanggan yang mempunyai minat kepada streetwear, fashion casual, dan design pakaian unik yang terlihat santai, sehingga dapat menghargai kenyamanan serta keamanan dalam berpakaian. Kaos Why2k ini mempunyai design yang belum ada pada sebelumnya, maka design Why2k mempunyai design unik sehingga dapat menarik pelanggan yang mengikuti fashion kekinian, sehingga baju tersebut dapat dicocokkan oleh segala macam celana dan tas yang cocok digunakan.

Promosi yang akan kami lakukan adalah melakukan pemasaran ke sosial media, seperti Instagram dan Tiktok. Untuk platform penjualan Why2k dapat dibeli di *e-commerce*, seperti Shopee, dan Tokopedia. Lalu kami akan menyebarkan informasi tentang Why2k melalui fitur promosi dari Instagram, dengan menggunakan fitur tersebut maka informasi seputar Why2k akan menyebar ke banyak orang yang menggunakan Instagram, selain itu kami juga akan menggunakan media promosi berupa video Tiktok, jadi kami akan membuat video promosi iklan yang akan diposting pada Tiktok, video iklan tersebut dapat berupa iklan yang menunjukkan display barang Why2k, atau bisa juga iklan yang diawali oleh drama lalu mempromosikan dengan baju Why2k.

Untuk tetap menambah minat dan pengetahuan pelanggan tentang Why2k, kami harus tetap memikirkan ide promosi untuk Tiktok dan Instagram agar tetap aktif dan menarik pelanggan lebih banyak. Selanjutnya kami juga menggunakan fitur Tiktok Shop yaitu untuk menjual baju oversize dengan mudah, karena saat ini banyak orang yang tertarik untuk menggunakan Tiktok, maka Why2k akan selalu memaksimalkan penjualan melalui Tiktok. Lalu akan kami jual melalui Shopee yaitu melalui Shopee Live, Shopee adalah salah satu *e-commerce* yang digunakan untuk berjualan barang” seperti baju, celana, perabotan rumah tangga, dll. Shopee adalah *e-commerce* nomor 1 yang digunakan oleh banyak pelanggan untuk berjualan, Shopee mempunyai pengguna yaitu 158 juta pengguna di seluruh dunia. Maka jika menggunakan Shopee Live dapat menarik pelanggan lebih sehingga dapat memenuhi margin keuntungan yang ditargetkan oleh Why2k

Selain itu, Why2k terus berinovasi dengan setiap pembaruan produk, mulai dari desain produk hingga desain promosi. Untuk menarik perhatian Gen Z, Why2k selalu mengikuti tren fashion yang sedang populer, seperti penggunaan kaos oversize yang banyak digemari oleh Gen Z. Supaya Gen Z lebih mengenal produk Why2k, kami memasarkan brand kami dengan cara yang kuat, sehingga Why2k bisa bersaing dengan kompetitor lain yang juga menjual kaos oversize di platform online.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA