

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT *Elite Watch Studio* adalah perusahaan ritel sekaligus distributor jam tangan yang cukup dikenal di Indonesia. Perusahaan ini berfokus pada pemasaran berbagai brand jam tangan internasional dan sejak awal berdirinya berkomitmen menyediakan produk berkualitas yang tidak hanya berfungsi sebagai penanda waktu, tetapi juga mencerminkan gaya hidup dan karakter pemakainya. Seiring berkembangnya tren fesyen dan meningkatnya minat masyarakat terhadap jam tangan sebagai aksesori penunjang penampilan, PT *Elite Watch Studio* terus memperkuat posisi bisnisnya dengan menyesuaikan strategi pemasaran serta memperluas jaringan distribusi ke berbagai wilayah di Indonesia.

Dalam operasionalnya, *Watch Studio* Indonesia memegang lisensi resmi untuk mendistribusikan sejumlah merek jam tangan internasional seperti *Aigner*, *Amazfit*, *Bentley*, *Cerruti 1881*, *Condotti*, *Edox*, *Elle*, *French Connection*, *Garmin*, *GF Ferre*, *Ingersoll*, *Jacques Du Manoir*, *Kapten & Son*, *Kenneth Cole*, *Maserati*, *Oui & Me*, *Raymond Weil*, *Roamer*, *Thirty Three*, *Titan*, *Tomi Watches*, *Winkey*, *Wish Batik*, dan *Wish Watch*. Keberagaman merek ini memungkinkan perusahaan menjangkau berbagai segmen pasar mulai dari anak muda hingga kalangan profesional yang memiliki selera dan kebutuhan berbeda-beda (Wijaya, 2020).

Dalam strategi pengembangannya, *Watch Studio* Indonesia menekankan pentingnya efisiensi operasional, optimalisasi pemasaran digital, serta penguatan citra merek melalui berbagai kanal komunikasi. Selain menjalankan jaringan toko ritel di banyak kota besar, perusahaan juga memperluas jangkauan penjualan melalui platform daring seperti marketplace dan situs resmi. Langkah ini diambil untuk mengikuti perilaku konsumen modern yang kini lebih sering melakukan pembelian secara online (Rahman & Hidayat, 2022).

Sebagai perusahaan yang responsif terhadap perkembangan teknologi dan perubahan kebiasaan belanja masyarakat, *Watch Studio* Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai distributor produk, tetapi juga sebagai pengelola konten kreatif yang mendukung kebutuhan promosi berbagai merek yang berada di bawah naungannya. Dengan strategi branding yang konsisten dan kerja sama dengan berbagai mitra bisnis, perusahaan berhasil menempatkan dirinya sebagai salah satu pemain penting dalam industri jam tangan di Indonesia (Halim, 2023).

PT *Elite Watch Studio* juga berperan sebagai importir dan distributor utama merek-merek seperti Aigner, Elle, French Connection, Condotti, dan Bentley. Selain itu, perusahaan mengoperasikan toko ritel resmi yang memberikan layanan langsung kepada pelanggan. Bisnis ini mengutamakan keaslian produk, garansi resmi, serta pelayanan purna jual profesional, termasuk layanan perawatan dan penggantian baterai secara gratis sebagai bentuk nilai tambah bagi pelanggan.

Dari sisi sumber daya utama, perusahaan memiliki hak distribusi eksklusif atas berbagai merek internasional dan didukung oleh jaringan toko fisik yang tersebar di kota-kota besar. Segmen pasar yang disasar umumnya adalah konsumen menengah ke atas yang menyukai produk premium dan berestetika elegan.

Dalam hal hubungan pelanggan, *Watch Studio* mengedepankan pelayanan personal di toko serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi digital. Divisi *Advertising & Promotion (A&P)* memegang peran strategis dalam menjalankan kampanye digital perusahaan, meskipun posisinya secara struktur organisasi tergolong sebagai divisi dasar.

Untuk jalur distribusi, perusahaan mengombinasikan penjualan di toko fisik dengan berbagai kanal online seperti Tokopedia, Shopee, Zalora, dan Lazada, serta menggunakan Instagram sebagai platform utama aktivitas pemasaran digital.

Pendapatan perusahaan berasal dari penjualan jam tangan dan aksesoris premium, sementara sebagian besar biaya operasional dialokasikan untuk pengadaan produk impor, biaya toko, dan kegiatan promosi digital. Dengan model bisnis omnichannel yang diterapkan, PT *Elite Watch Studio* berhasil memperluas pasar tanpa meninggalkan kesan eksklusif yang menjadi ciri utama merek mereka (Alfazri & Pritama, 2023).



Gambar 2.1. Logo Watch Studio. Sumber: Watch Studio (2005).

Logo *Watch Studio* hadir dengan gaya desain yang modern dan minimalis, yang mencerminkan citra perusahaan sebagai brand yang elegan, dinamis, dan selalu mengikuti perkembangan tren. Penggunaan warna hitam dan putih dipilih untuk memberi kesan profesional, eksklusif, dan tidak lekang oleh waktu selaras dengan produk jam tangan premium yang menjadi fokus utama perusahaan. Sementara itu, pilihan tipografinya yang simpel dan tegas menunjukkan stabilitas, kepercayaan, serta kematangan identitas *Watch Studio* sebagai distributor dan peritel resmi berbagai merek jam tangan internasional.

Secara visual, logo ini cukup mudah dibaca dan mudah dikenali, sehingga efektif digunakan sebagai elemen utama dalam membangun identitas merek. Desainnya yang bersih dan fleksibel juga membuat logo ini bisa diaplikasikan secara konsisten di berbagai media promosi, baik pada platform digital seperti

Instagram dan TikTok, maupun pada media cetak seperti brosur, spanduk, hingga kemasan produk.

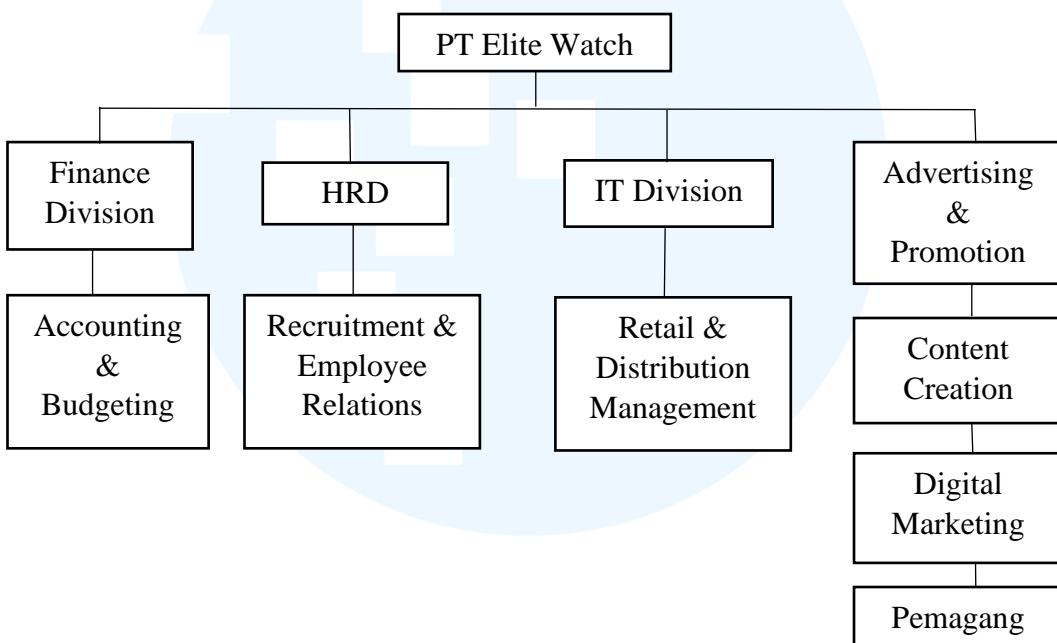
Secara keseluruhan, logo *Watch Studio* berhasil mewakili nilai-nilai utama perusahaan, yaitu keaslian, kualitas, dan kepercayaan nilai yang selalu menjadi dasar dalam setiap aktivitas bisnis, pemasaran, dan komunikasi visual yang dijalankan.

Tabel 2.1. Variabel Penelitian. Dokumentasi pribadi.

<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none">• Memiliki lisensi resmi dan eksklusif untuk berbagai merek jam tangan internasional ternama, yang memperkuat citra premium perusahaan.• Didukung oleh jaringan distribusi dan toko fisik yang luas, sehingga memperluas jangkauan pasar di berbagai daerah di Indonesia.
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none">• Kapasitas tim <i>Advertising & Promotion</i> masih terbatas, sehingga efektivitas promosi belum maksimal.• Ketergantungan yang tinggi terhadap merek dan kebijakan dari prinsipal luar negeri membatasi ruang inovasi perusahaan.
<i>Opportunities</i>	<ul style="list-style-type: none">• Perkembangan pesat platform e-commerce dan social commerce seperti <i>Shopee</i>, <i>Tokopedia</i>, <i>TikTok Shop</i>, dan <i>Instagram Shopping</i> membuka peluang besar untuk memperluas pasar digital.• Meningkatnya tren belanja online dan ketertarikan konsumen terhadap produk branded memberikan potensi pertumbuhan yang signifikan bagi perusahaan.
<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none">• Persaingan yang semakin ketat dari merek lokal serta produk impor dengan harga lebih terjangkau.• Masuknya platform asing berbiaya rendah seperti <i>Temu</i> yang dapat menekan harga pasar.• Fluktuasi nilai tukar yang memengaruhi harga produk impor.

	<ul style="list-style-type: none"> • Perubahan tren mode yang cepat dan sulit diprediksi. • Munculnya penjual tidak resmi (<i>reseller</i>) yang menjual produk serupa dengan harga di bawah standar pasar.
--	---

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2. Struktur Perusahaan. Sumber: Dokumentasi Penulis (2025).

PT *Elite Watch Studio* menggunakan struktur organisasi berbasis fungsi, di mana setiap divisi memiliki peran dan keahlian khusus, tetapi tetap bekerja sama untuk mencapai tujuan perusahaan. Pada tingkat teratas terdapat manajemen pusat (*Head Office*) yang mengawasi dan memastikan seluruh kegiatan operasional berjalan sesuai arah yang ditetapkan. Di bawahnya, perusahaan terbagi menjadi lima divisi utama yang saling terhubung dan mendukung satu sama lain agar kinerja perusahaan tetap efektif dan berkesinambungan.

Divisi *Finance* bertugas mengatur seluruh aktivitas keuangan, mulai dari pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan, sampai mengontrol arus kas

agar operasional perusahaan tetap stabil dan efisien. Divisi *HRD (Human Resource Development)* menangani proses rekrutmen, pelatihan, pengembangan kompetensi, serta memastikan kesejahteraan dan performa karyawan tetap optimal.

Divisi *Finance* bertugas mengatur seluruh aktivitas keuangan, mulai dari pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan, sampai mengontrol arus kas agar operasional perusahaan tetap stabil dan efisien. Divisi *HRD (Human Resource Development)* menangani proses rekrutmen, pelatihan, pengembangan kompetensi, serta memastikan kesejahteraan dan performa karyawan tetap optimal.

Divisi *IT (Information Technology)* berfokus pada pengelolaan sistem informasi perusahaan, keamanan data, serta memberikan dukungan teknis untuk berbagai platform digital dan *e-commerce* yang digunakan dalam kegiatan bisnis. Sementara itu, divisi *Sales* memegang peran penting dalam meningkatkan penjualan dan memperluas distribusi produk, baik melalui kanal online maupun jaringan toko ritel.

Divisi terakhir adalah *Advertising & Promotion (A&P)*, yang memiliki tugas strategis dalam membangun komunikasi merek. Divisi ini mengerjakan produksi konten promosi digital, merancang desain visual, serta mengelola media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *website* perusahaan. Meski posisinya berada di bagian struktur paling bawah, kontribusi divisi ini sangat besar dalam memperkuat citra perusahaan dan daya saing produk di era pemasaran digital.

Dalam struktur organisasi ini juga terdapat posisi pemagang yang ditempatkan di bawah divisi *A&P*. Pemagang bertugas membantu proses produksi konten, seperti mengambil foto dan video jam tangan, membuat *motion graphic*, mengumpulkan aset visual, hingga mempersiapkan materi promosi lainnya. Posisi ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa magang untuk belajar langsung dari tim kreatif sekaligus terlibat dalam alur kerja profesional di dunia industri.