

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

KCMTKU merupakan sebuah perusahaan optik lokal Indonesia, dimana perusahaan optik ini menjual kacamata dengan kualitas yang baik, dengan desain yang stylish dan memiliki harga yang terjangkau. KCMTKU sudah memiliki 12 *offline store* cabang toko optik, yang tersebar di Indonesia, seperti Jakarta, Makassar, Bali , Bogor, Bekasi, Surabaya, Tangerang, Bandung, dll, serta masih terdapat beberapa toko yang masih dalam tahap pembukaan.



Gambar 2.1 Logo KCMTKU  
Sumber: Didapatkan dari Supervisor

Perusahaan ini didirikan oleh Nathania Pandy pada tahun 2019. Menurut Nathania Pandy pendiri KCMTKU ini pada Selasa, 17 juni 2025 menyatakan bahwa ia mendirikan KCMTKU untuk mematahkan stigma kacamata yang bagus tidak harus mahal, serta pelanggan dapat merasakan produk yang stylish, fungsional, dan nyaman dengan harga terjangkau.

KCMTKU sendiri berdiri saat adanya pandemi, dan sebelumnya KCMTKU merupakan sebuah *online store*, yang kemudian dengan banyaknya minat dari konsumen untuk membeli kacamatan di KCMTKU, maka dari itu KCMTKU membuat *offline store* mereka.

### **2.1.1 Profil Perusahaan**

KCMTKU merupakan salah satu brand lokal Indonesia yang berdiri sejak tahun 2019, sebagai perusahaan optik yang fokus dalam memberikan serta menyediakan kacamata yang berkualitas, fungsional, dan desain yang stylish, namun memiliki harga yang tetap terjangkau bagi masyarakat. KCMTKU juga dikenal sebagai perusahaan yang interaktif, dengan *Gallery Store* yang memiliki tujuan sebagai pilihan utama masyarakat dalam mencari kacamata, dengan kacamata yang tidak hanya fungsional, tetapi juga menjadi identitas diri.



Gambar 2.2 Logo KCMTKU  
Sumber: Didapatkan dari Supervisor

KCMTKU menawarkan berbagai macam lensa, mulai dari single Focus hingga Multi Focus. Pada setiap lensa juga memiliki frame yang digunakan, terdapat beberapa produk pada KCMTKU ini, seperti yang terdapat pada produk eksklusif dari KCMTKU yaitu Kaito, Kaito Signature, LOCO, Kyoote, dan lain-lain. Kemudian KCMTKU juga memiliki beberapa produk lainnya seperti POLICE, HOYA, Essilor, Polycore, dan lain sebaginya.

Pada KCMTKU menghadirkan beberapa inovasi dalam layanannya yang dapat membantu pelanggan untuk memilih kaca mata yang sesuai dengan gaya atau style mereka. Hal tersebut terdapat di inovasi styling dan teknologi eyewear KCMTKU, seperti berikut:

- *Glasses Inspection* yang dapat membantu konsumen dalam memilih warna frame yang sesuai dengan wajah mereka, dapat

dilihat dari *skin tone*, warna rambut, dan warna mata untuk tampilan yang harmonis.

- *Glasses Fitting* yang dapat memberikan panduan dalam memilih bentuk frame yang sesuai dengan bentuk wajah, sehingga kacamata yang digunakan nyaman dan terlihat natural.
- *Virtual Try-On 2.0* yang merupakan sebuah teknologi berbasis AI yang dapat digunakan oleh para konsumen untuk mencoba berbagai model kacamata secara visual, dan dapat digunakan di berbagai *device* yang dapat dijumpai di tiktok atau website dari KCMTKU.
- *Glasses Adjustment* yang dapat memberikan panduan ukuran lensa atau cek mata, sehingga para konsumen dapat mengetahui ukuran ketebalan lensa atau jenis lensa yang digunakan.

Selain itu KCMTKU walaupun termasuk dalam perusahaan optik yang terbilang muda, tetapi memiliki visi dan misi yang luar biasa. KCMTKU memiliki visi menjadi salah satu pemimpin pasar kacamata *online* dan *offline* di Asia Tenggara, dengan misi untuk menjadi bagian dari kehidupan seseorang dengan menyediakan kacamata terjangkau yang memastikan penglihatan nyaman bagi semua orang.

### 2.1.2 Sejarah Perusahaan

KCMTKU merupakan perusahaan optik yang masih terbilang baru, untuk sebuah perusahaan. KCMTKU merupakan perusahaan optik yang didirikan pada tahun 2019 oleh Nathania Pandy yang menjadi *Founder* sekaligus CEO dari KCMTKU. Nathania Pandy sendiri merupakan seorang lulusan arsitektur. KCMTKU ini awalnya merupakan sebuah optik yang berjualan secara online. Kemudian lambat laun hingga tahun 2025, perusahaan KCMTKU yang sekarang memiliki 12 cabang yang tersebar di Indonesia.

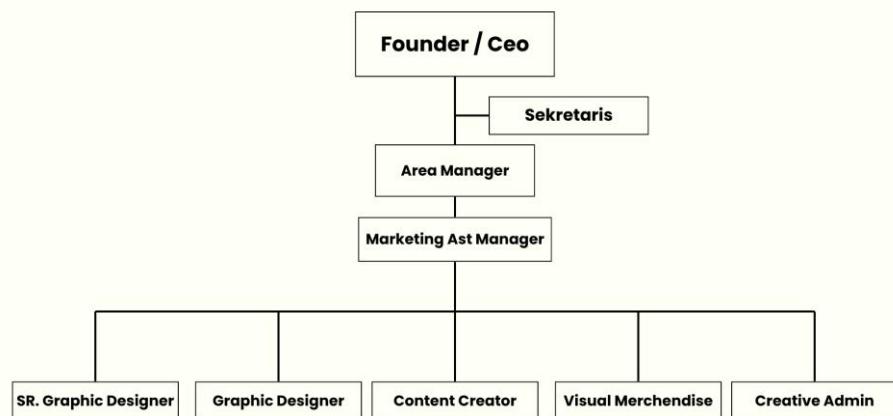
Menurut Riana (2025), yang dikutip dari Olenka beauty, KCMTKU merupakan sebuah angin segar yang hadir di industri optik lokal Indoensia.

Founder sekaligus CEO dari perusahaan KCMTKU disini sejak awal ingin menawarkan kacamata yang berkualitas dengan harga terjangkau, yang dijual secara online dan offline. Visi dari optik KCMTKU disini juga menawarkan produk yang 50-70% lebih terjangkau, jika dibandingkan dengan harga pasaran.

Perusahaan yang dimulai semenjak masa pandemi ini, sekarang berubah menjadi sebuah perusahaan yang dapat bersaing dengan perusahaan optik lainnya di Indonesia dalam waktu 6 tahun. Hal ini menjadikan perusahaan KCMTKU menjadi salah satu perusahaan optik yang berkembang dengan cepat, terutama pada penjualannya yang tidak hanya melalui transaksi saja, tetapi melalui experience atau pengalaman dari konsumen, yang dimana hal tersebut dapat memberikan perkembangan yang cepat pada perusahaan KCMTKU.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Selama penulis melakukan program kerja magang di KCMTKU, penulis diletakkan pada divisi *visual merchandiser*. Dalam KCMTKU memiliki beberapa bagian-bagian dalam perusahaan yang dimulai dari CEO/Founder. Berikut merupakan struktur bagan organisasi dari perusahaan di KCMTKU.



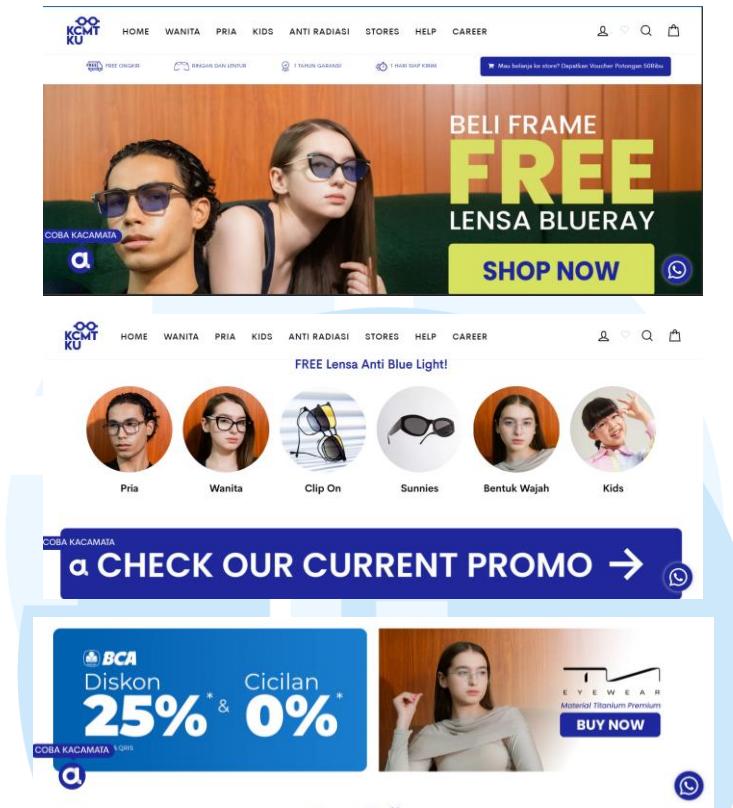
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan KCMTKU divisi marketing  
Sumber: Didapatkan dari Supervisor

Pada perusahaan KCMTKU ini, jabatan tertinggi berada pada CEO /Founder, dengan salah satu sekretaris yang menjadi tangan kanannya. Kemudian dibawah itu terdapat *Area Manager*, *Business Development Manager*, dan *Operasional Manager*, dengan salah satu *Marketing Assistant Manager*. Pada bagian atau divisi penulis bekerja, terdapat pada dibawah bagian *Marketing Asistant Manager*.

Terdapat beberapa bagian dibawahnya selain penulis sebagai *internship Visual Merchendiser*, Ada juga *Content Creator*, dan *Creative Admin*. Terdapat juga Fulltime ditempat tersebut, seperti *SR. Graphic Designer*, dan *Graphic Designer*. Pada setiap jabatan atau bagan yang adapa pada tim marketing ini, memiliki 1 orang yang memegang setiap jabatannya.

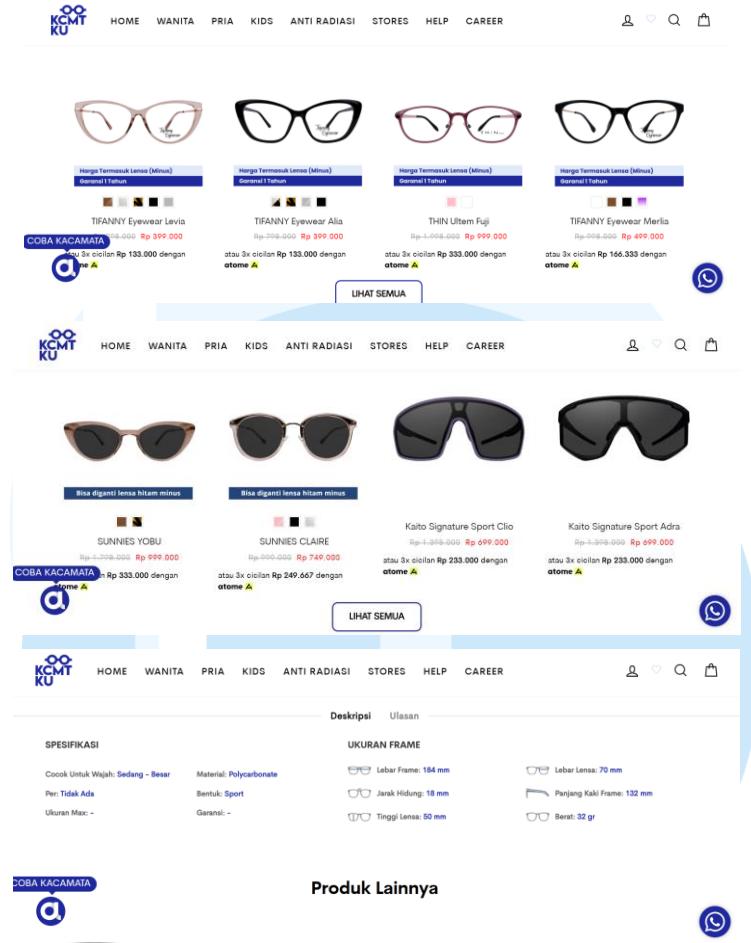
### 2.3 Portofolio Perusahaan

KCMTKU merupakan sebuah perusahaan baru yang ada di Indonesia. Perusahaan ini berawal dari penjualan *online* saat pandemi, hingga memiliki 12 cabang offline yang tersebar di Indonesia. Dengan perusahaan yang masih terbilang baru ini, maka perusahaan ini masih belum memiliki portofolio mereka. Namun terdapat beberapa hasil kerja yang dimiliki oleh perusahaan KCMTKU yang memiliki produk yang mereka ciptakan, dan jug acara mereka dalam mengembangkan perusahaan lewat desain.



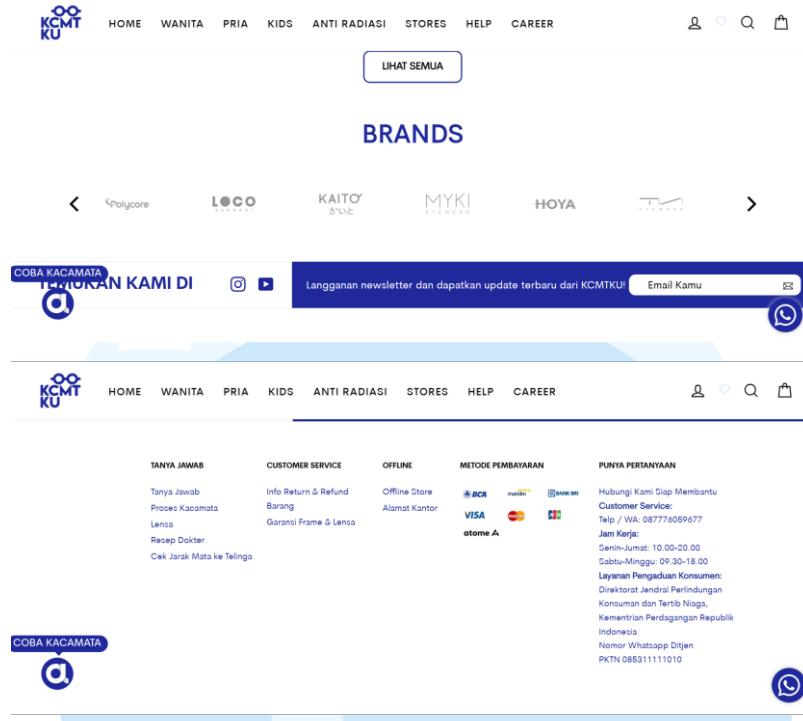
Gambar 2.4 *Page* awal pada website KCMTKU  
Sumber: <https://kcmtku.id/>

KCMTKU disini memiliki website yang dapat menampung hampir keseluruhan fungsi yang digunakan dalam pemasaran dan penjualan. Pada website yang ada di KCMTKU kali ini menunjukkan bagian promosi yang ada pada website, dimana hal tersebut akan meningkatkan penjualan terhadap produk yang mereka buat. Website ini juga mempermudah para konsumen, untuk membeli kacamata berdasarkan pada kegunaan atau keinginan kacamata, dan konsumen dapat membeli dengan fitur pilihan pada gender, bentuk wajah, ataupun jenisnya seperti *clip on* atau *sunnies*.



Gambar 2.5 Page penjualan di website KCMTKU  
Sumber: <https://kcmktku.id/>

KCMTKU juga memiliki beberapa fitur penjualan yang ada didalam website, yang dimana dalam bagian penjualan kacamata disini memiliki banyak informasi didalamnya, seperti jenis atau produk yang akan dibeli. Kemudian informasi saat konsumen membuka produk yang ingin dibeli, terdapat spesifikasi dan ukuran frame kacamata didalamnya. Kemudian terdapat keterangan-keterangan ataupun informasi yang terdapat pada kacamata. Hal ini tentunya sangat memudahkan para pengguna dalam mencari produk yang sesuai atau yang mereka inginkan.



Gambar 2.6 Page terakhir di website KCMTKU

Sumber: <https://kcmtnku.id/>

Pada bagian terakhir dari bagian pada website KCMTKU disini, terdapat, brand-brand yang dibuat oleh KCMTKU, seperti KAITO Signature, LOCO, Kyoote, TN eyewear, dan masih banyak lagi, yang dimana konsumen diperlihatkan terkait brand yang ada dan yang dapat dibeli di KCMTKU. Lalu terdapat menu menu yang ada pada website seperti help untuk membantu pengguna yang kesulitan, kemudian *career* yang difungsikan untuk membuka lowongan pekerjaan di KCMTKU, sehingga orang-orang dapat mendaftar dan bekerja disana. Terdapat beberapa hal dalam website yang juga membantu didalamnya, seperti tanya jawab, costumer service yang dapat membantu konsumen, kemudian menunjukkan offline storenya, metode pembayaran yang dapat digunakan oleh konsumen, serta informasi-informasi tambahan lainnya, seperti nomor telepon atau nomor *whatsapp*, kemudian jam oprasional dari KCMTKU, dan beberapa informasi lainnya.



Gambar 2.7 Banner KCMTKU  
Sumber: <https://kcmtku.id/>

Terdapat juga banner yang dibuat oleh KCMTKU sebelumnya, yang dimana baru direalisasikan pada store sekarang. Pada banner ini memiliki informasi “BELI FRAME, FREE LENSA BLUERAY” yang terdapat didalam website. Hal tersebut dapat memicu para konsumen untuk membeli produk yang ada pada website. Banner tersebut juga tidak hanya terdapat pada website, namun juga terdapat pada online shop dari KCMTKU.



Gambar 2.8 Poster dan postingan instagram KCMTKU  
Sumber: <https://kcmtku.id/>

Kemudian terdapat portofolio dari KCMTKU yang berupa poster dan postingan instagram. Pada poster dan postingan instagram diatas, terdapat beberapa tema, seperti lala market, Sixphoria, dan 79 untuk kemerdekaan Indonesia, yang dimana hal tersebut difungsikan atau ditargetkan dalam pemasaran. Ketiga

portofolio tersebut merupakan promo-promo yang ada di KCMTKU dari tahun ke tahun, sudah digunakan atau sudah dibuat sebelum penulis melakukan magang, dan dari portofolio tersebut mampu meningkatkan penjualan dari KCMTKU.

