

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Dalam industri ritel yang terus berkembang, peran konsultan di bidang ritel semakin penting dalam membantu sebuah merek menciptakan strategi dan pengalaman belanja yang efektif. Salt&Co hadir sebagai konsultan dan penyedia pelatihan di bidang ritel dan *fashion*, yang berfokus pada *Visual Merchandising*, *Merchandising*, *Store Concept*, *Operations*, *Marketplace* dan *Content Brands*. Berikut adalah profil serta sejarah perusahaan sejak awal berdiri hingga perkembangannya saat ini.

2.1.1 Profil Perusahaan

Salt&Co adalah konsultan dan penyedia pelatihan *visual merchandising* khusus ritel dan *fashion* yang didirikan pada 8 Agustus 2019 oleh Sally Tungari. Fokus utama Salt&Co adalah membantu *brand fashion* mengembangkan strategi yang efektif melalui layanan *Visual Merchandising Consultation*, *Merchandising*, *Operational*, *Store Concept*, *Marketplace*, dan *Content Brands*, mulai dari ide hingga implementasi (Salt&Co, 2023).



Gambar 2.1 Logo Salt&Co
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2019)

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang konsultasi dan penyedia pelatihan ritel dan *fashion*, Salt&Co memiliki visi dan misi yang menjadi landasan dalam menjalankan bisnisnya, sebagai berikut:

Visi

Berkomitmen menjadi konsultan di bidang ritel dan *fashion* terpercaya yang mampu mengubah ruang ritel menjadi pengalaman pelanggan yang menginspirasi, serta mendorong identitas merek dan pertumbuhan bisnis.

Misi

1. Menghadirkan strategi *visual merchandising* dan ritel yang inovatif untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dan performa penjualan.
2. Menyediakan solusi yang sesuai dengan identitas serta posisi pasar setiap merek.
3. Memberdayakan tim ritel melalui pengetahuan, pelatihan, dan praktik terbaik agar mampu menjaga konsistensi pada saat implementasi.
4. Mengikuti perkembangan tren *fashion* dan ritel sehingga klien tetap kompetitif dipasar yang dinamis.

Untuk mewujudkan visi dan misi tersebut, Salt&Co mengembangkan berbagai program konsultasi khusus yang dirancang untuk mendukung *brand fashion* dalam meningkatkan kinerja ritel mereka, mulai dari analisis produk, strategi *visual merchandising*, hingga pengelolaan operasional toko dan *marketplace*.

Layanan pertama *Merchandising*, melakukan analisis produk dan kinerja penjualan, sehingga strategi promosi dan penempatan produk dapat lebih efektif. Layanan kedua *Visual Merchandising*, difokuskan pada perencanaan tata letak, desain *display*, serta implementasi tampilan toko yang menarik dan konsisten dengan karakter merek. Pada layanan ketiga *Operational Management*, membantu mengoptimalkan SOP (*Standard Operating Procedure*) dan memberikan pelatihan tim untuk mendukung pertumbuhan operasional. Layanan keempat *Store Concept*, menghadirkan

desain ruang ritel yang selaras dengan identitas merek melalui perencanaan *layout*, *zoning*, pencahayaan, serta menyeleraskan elemen visual. Layanan kelima *Marketplace Management*, membantu mengelola toko daring, strategi promosi, dan evaluasi penjualan secara berkala. Terakhir, layanan *Content Brands* membantu mengembangkan dan mengelola konten yang bertujuan membangun identitas merek dan mendukung strategi pemasaran.

Melalui layanan konsultasi tersebut, Salt&Co berkomitmen untuk menjadi mitra strategis yang menghadirkan solusi ritel inovatif, relevan, dan berkelanjutan bagi *brand fashion* dalam menghadapi dinamika industri modern.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Informasi mengenai sejarah perusahaan diperoleh melalui wawancara dengan Sally Tungari selaku CEO (*Chief Executive Officer*) perusahaan. Salt&Co didirikan pada 8 Agustus 2019 oleh Sally Tungari dengan tujuan menyediakan layanan konsultasi dan pelatihan profesional untuk merek *fashion*. Motivasi awal mendirikan Salt&Co, berasal dari keinginan untuk membantu merek *fashion* lokal agar berkembang secara profesional, berkarakter dan mampu bersaing dengan kompetitor di tengah industri ritel yang dinamis. Berdasarkan hasil riset dan pengalaman langsung, banyak merek yang memiliki produk bagus, namun belum memiliki pemahaman yang kuat tentang strategi *visual merchandising*, konsep merek, dan manajemen toko yang efektif. Dengan visi tersebut, Sally Tungari mendirikan Salt&Co dengan strategi yang berbeda. Salt&Co tidak hanya berfokus pada hasil akhir seperti *layout* atau *display* toko, tetapi juga menekankan pada *transfer knowledge* dan pembentukan *mindset* ritel yang berkelanjutan. Melalui kombinasi konsultan dan pelatihan, tim Salt&Co membantu merek menciptakan tampilan toko yang menarik sekaligus membangun membangun kemampuan tim internal agar dapat menerapkan prinsip-prinsip *visual merchandising* dan *branding*. Lebih dari sekadar bisnis, Salt&Co hadir sebagai upaya untuk mendorong perkembangan industry *fashion* lokal

melalui edukasi, kolaborasi, dan penerapan standar profesional yang setara dengan *brand* internasional.

Klien pertama yang bekerja sama dengan Salt&Co adalah Localstrunk pada tahun 2019, sebuah *local brands' store* berbasis di Jakarta sejak tahun 2012 yang berfokus pada merek-merek lokal Indonesia, seperti pakaian wanita, aksesoris, hingga pernak-pernik rumah. Dalam proyek ini, Salt&Co membantu memperkuat konsep *visual merchandising* dan meningkatkan pengalaman berbelanja di toko melalui penataan ulang area, penyusunan strategi *visual merchandising*, serta pelatihan tim toko. Implementasi strategi tersebut memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas tampilan toko dan performa penjualan yang lebih baik. Keberhasilan proyek perdana ini, menjadi dasar bagi Salt&Co dalam mengembangkan bisnisnya. Strategi utama yang diterapkan untuk mendapatkan klien pertama dan memperluas jaringan hingga saat ini meliputi tiga langkah, pertama membangun kepercayaan melalui hasil kerja nyata. Proyek perdana dijadikan *showcase project* yang dikerjakan secara detail untuk menunjukkan kualitas dan menjadi portofolio awal perusahaan. Kedua, memperluas jaringan melalui pendekatan *networking* dan rekomendasi. Salt&Co aktif berpartisipasi dalam komunitas dan acara industri *fashion*, banyak klien baru datang melalui *word of mouth* dan referensi langsung dari mitra sebelumnya. Ketiga, menjaga konsistensi kualitas dan inovasi. Salt&Co terus menyesuaikan strategi konsultasi dan pelatihannya dengan tren industri terkini, mulai dari konsep *in-store experience*, strategi *display* tematik, hingga pelatihan berbasis praktik.

Pada tahun 2020, Salt&Co menghadapi situasi pandemi global yang berdampak signifikan terhadap industri ritel, banyak *brand* yang menutup toko, sehingga terpaksa menghentikan seluruh aktivitas operasional. Masa itu menjadi titik terberat Salt&Co, dimana seluruh tim harus beradaptasi dengan ketidakpastian. Setelah pandemi mulai mereda, Salt&Co bangkit kembali dengan semangat baru. Tim mulai kembali menjalin relasi dan mencari

peluang kerja sama dengan berbagai merek *fashion* yang juga sedang berusaha memulihkan bisnisnya. Dengan membawa pengalaman sebelumnya dan pemahaman terkait perubahan perilaku konsumen pasca-pandemi, Salt&Co mulai memperkenalkan kembali layanan konsultasi dan *training visual merchandising*. Fokusnya tidak hanya pada tampilan toko, tetapi juga pada bagaimana menciptakan pengalaman berbelanja yang aman, menarik, dan relevan.

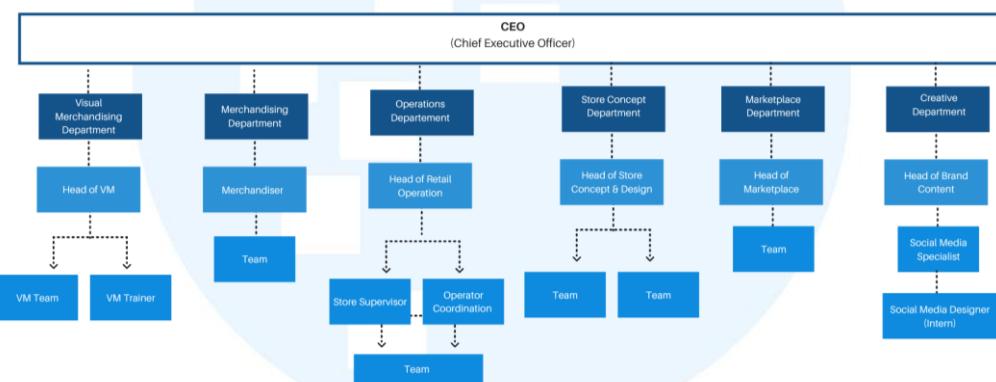
Pada tahun 2021, Salt&Co mulai menjalin kerja sama dengan sejumlah merek *fashion* ternama untuk meningkatkan pengalaman ritel dan performa penjualan. Selain itu, Salt&Co meluncurkan modul pelatihan terstruktur yang meliputi *Visual Merchandising*, *Customer Service*, dan *Retail Management*. Program ini yang menjadi salah satu landasan penting dalam pengembangan kapabilitas sumber daya manusia di bidang ritel.

Pada tahun 2022, Salt&Co memperkenalkan model pelatihan *hybrid (online dan offline)* dengan tujuan menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, perusahaan juga terus mengembangkan program khusus yang dirancang untuk membantu *brand* menyesuaikan operasional ritel dengan identitas merek. Pada tahun 2023, menjadi tonggak Salt&Co di industri ritel, dimana perusahaan semakin berkembang dan diakui sebagai mitra terpercaya bagi berbagai merek *fashion* lokal maupun nasional. Pada tahun yang sama, Salt&Co terus berupaya mengembangkan layanan sesuai kebutuhan *brand* yaitu dengan menambah layanannya meliputi *Retail Space Planning* dan *Product Display Strategy*. Hingga pada tahun 2024, Salt&Co terus menunjukkan konsistensi dalam mengembangkan solusi konsultasi dan pelatihan inovatif dengan berfokus pada integrasi pengalaman pelanggan, *visual storytelling*, serta strategi penjualan agar klien tetap kompetitif di industri *fashion* yang dinamis. Salt&Co juga aktif membangun komunitas profesional ritel melalui *workshop*. Salah satu pencapaian penting Salt&Co adalah memperoleh sertifikasi *Master Visual Merchandising* dari VM Asia yang memperkuat kredibilitas Salt&Co dalam industri ritel dan *fashion*.

Hingga saat ini, Salt&Co berhasil bekerja sama dengan 32 merek *fashion* lokal dan nasional.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Salt&Co dirancang untuk menciptakan efisiensi kerja dan pembagian tugas yang jelas di setiap divisi. Dengan adanya struktur ini, setiap tim memiliki tanggung jawab masing-masing. Berikut adalah bagan struktur organisasi Salt&Co.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Salt&Co
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

Pada posisi paling atas terdapat *Chief Executive Officer (CEO)* sebagai pimpinan sekaligus pemilik dari Salt&Co yang bertanggung jawab dalam menentukan visi, misi, serta arah strategis perusahaan. CEO juga berperan dalam mengawasi jalannya seluruh divisi agar setiap departemen dapat beroperasi sesuai dengan tujuan utama perusahaan, yakni memberikan layanan konsultasi dan pelatihan profesional di bidang ritel dan *fashion*. Pada tiap divisi terdapat kepala departemen yang memimpin dan mengkoordinasikan anggota tim di bawahnya. Penulis berada di departemen *creative* sebagai *social media designer intern*, yang bertanggung jawab kepada *social media specialist*. Posisi ini berperan dalam mendukung kegiatan promosi digital Salt&Co melalui pembuatan konten visual untuk media sosial.

Adapun divisi-divisi lain dalam perusahaan ini meliputi; Divisi *Visual Merchandising*, yang bertugas untuk merancang tampilan dan tata letak produk di

toko agar menarik perhatian pelanggan serta mencerminkan identitas merek. Divisi ini juga berperan dalam menyusun panduan visual, melakukan penataan produk di toko, serta melatih tim toko terkait standar *visual merchandising*.

Divisi *Merchandising*, yang berfokus pada perencanaan koleksi dan pengelolaan produk. Divisi ini bertanggung jawab dalam melakukan analisis penjualan, mengatur stok, serta menentukan strategi tampilan produk sesuai tren dan permintaan pasar.

Divisi *Operations*, yang bertugas memastikan seluruh kegiatan operasional berjalan lancar, mulai dari pengawasan performa toko, manajemen logistik, hingga pelaksanaan promosi dan kampanye di tingkat ritel. Divisi ini menjadi penghubung utama antara pusat dan tim lapangan untuk menjaga efektivitas operasional.

Divisi *Store Concept*, yang memiliki tanggung jawab dalam pengembangan desain dan tata letak toko. Divisi ini berperan dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan melalui perancangan arsitektur toko, tata ruang, serta menggabungkan antara estetika dan kenyamanan pelanggan.

Divisi *Marketplace Department*, berperan dalam memperluas jangkauan merek melalui platform digital dan *e-commerce*. Divisi ini mengelola aktivitas promosi dan penjualan *online*, serta menjaga konsistensi citra merek antara kanal *offline* dan *online*.

Divisi *Content Brands* atau Divisi Kreatif, yang berperan dalam mengembangkan dan mengelola *content planning*, yang bertujuan untuk membangun identitas merek, dan mendukung strategi pemasarannya. Di dalamnya terdapat tim sosial media spesialis dan sosial media desainer yang bertanggung jawab dalam merancang visual konten dan strategi komunikasi untuk meningkatkan *engagement* serta membangun *brand awareness*.

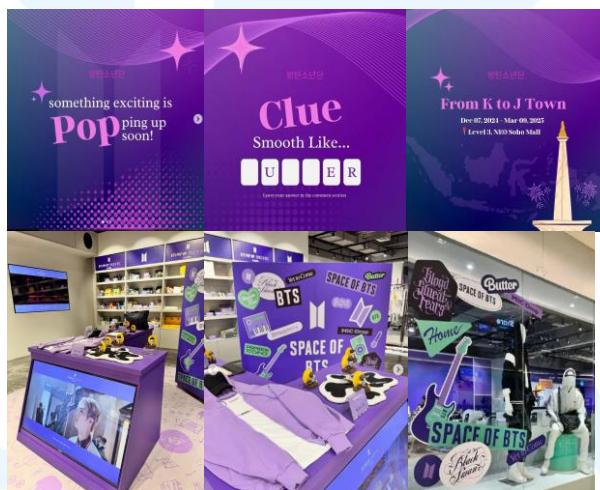
2.3 Portofolio Perusahaan

Salt&Co berperan aktif dalam membantu merek *fashion* dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang berkesan bagi konsumen. Setiap proyek yang ditangani tidak hanya menekankan pada aspek estetika visual, tetapi juga pada efektivitas tata ruang, alur pengunjung, dan konsistensi citra merek. Portofolio

berikut menampilkan beberapa karya unggulan Salt&Co yang menunjukkan komitmen Salt&Co dalam menghadirkan solusi kreatif di bidang *visual merchandising* dan *retail experience*, termasuk dalam pengembangan konsep pameran, *pop-up store*, dan *display* toko.

2.3.1 BTS POP-UP SPACE

BTS Pop-Up: Space of BTS berlokasi di Neo Soho, Jakarta Barat yang diselenggarakan pada 7 Desember 2024 - 9 Maret 2025, merupakan *pop-up store* yang dirancang untuk menghadirkan pengalaman interaktif dan eksklusif bagi penggemar BTS, yaitu ARMY. *Pop-up store* ini bertujuan sebagai wadah bagi pengunjung untuk terhubung langsung dengan BTS. Di dalamnya, pengunjung dapat menikmati berbagai *merchandise*, koleksi album, serta *outfit Permission to Dance*, sekaligus menciptakan momen yang tidak hanya *instagrammable* tetapi juga berkesan dan tak terlupakan.



Gambar 2.3 BTS Pop Up Space
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Salt&Co berperan sebagai konsultan *visual merchandising* yang menangani keseluruhan proses operasional dan desain ruang. Tanggung jawab tim mencakup perancangan konsep visual, tata letak produk, penyediaan tim *sales assistant*, pendataan stok, dan pelatihan tim agar seluruh operasional berjalan lancar sesuai standar global. Melalui strategi *experience-driven design*, identitas dan estetika BTS dihadirkan dalam ruang melalui

dominasi warna ungu sebagai simbol ARMY, serta elemen grafis bertema lagu populer *Permission to Dance*. Penataan produk juga dikurasi agar menciptakan alur kunjungan yang nyaman sekaligus menarik secara visual. Secara keseluruhan, desain ruang tidak hanya berfungsi sebagai area penjualan, tetapi juga sebagai media *storytelling* yang memperkuat koneksi emosional antara BTS dan penggemarnya.

Tingginya antusiasme pengunjung dan volume penjualan *merchandise* yang besar setiap hari menjadi tantangan utama bagi Salt&Co. Sehingga diperlukan untuk menjaga area tetap tertata, menarik, dan efisien tanpa mengurangi pengalaman pengunjung. Untuk mengatasi hal tersebut, Salt&Co menyiapkan layout dan alur *display* yang efektif, memastikan stok produk selalu diperbarui dengan rapi, serta memberikan *training sales assistant* untuk menjaga pelayanan pelanggan tetap ramah, informatif, dan konsisten dengan citra BTS. Implementasi strategi *visual merchandising* ini, berjalan lancar dan berhasil menciptakan pengalaman berbelanja yang imersif dan berkesan. Tingkat kepuasan pengunjung meningkat, penjualan *merchandise* berjalan optimal. Hal ini menunjukkan kemampuan Salt&Co dalam mengelola proyek retail berskala besar, sekaligus memperkuat posisi BTS sebagai merek global yang menghadirkan pengalaman belanja yang menyenangkan dan berkesan.

2.3.2 Bocorocco

Bocorocco adalah merek sepatu lokal yang menekankan kenyamanan dan teknologi ortopedi, dengan konsep desain modern dan premium. Merek ini menawarkan pengalaman bagi pelanggan untuk menggunakan sepatu yang nyaman sekaligus bergaya.



Gambar 2.4 *Display* Bocorocco
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Salt&Co dipercaya untuk memperkuat tampilan visual toko Bocorocco sekaligus memberikan pelatihan kepada tim toko, mencakup *visual merchandising*, *customer service*, dan *product knowledge*. Tampilan toko belum sepenuhnya mencerminkan karakter Bocorocco yang modern dan premium. Selain itu, tim toko juga membutuhkan peningkatan kemampuan untuk menyampaikan nilai produk secara efektif kepada pelanggan, khususnya fitur teknologi ortopedi yang menjadi keunggulan merek. Salt&Co melakukan penataan ulang area *display* agar lebih komunikatif dan menonjolkan keunggulan setiap produk, serta memberikan pelatihan intensif kepada tim toko.

Hasilnya, tampilan toko menjadi lebih menarik dan konsisten dengan identitas merek. Tim toko tampil lebih percaya diri, dan mampu menyampaikan keunggulan produk dengan jelas, sehingga pelanggan lebih memahami nilai produk Bocorocco.

2.3.3 Jakarta Aquarium & Safari

Jakarta Aquarium & Safari merupakan destinasi wisata edukasi dan hiburan yang menghadirkan berbagai spesies satwa dari berbagai habitat. Salah satu fokus penting Jakarta Aquarium & Safari adalah toko *merchandise* yang menjual berbagai *souvenir*, mainan, dan produk bertema satwa.



Gambar 2.5 *Display* Jakarta Aquarium & Safari

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Salt&Co dipercaya untuk memperbarui tampilan area ritel dan *souvenir shop* di Jakarta Aquarium & Safari. Sebelumnya, tata letak produk kurang menarik dan tidak mengarahkan alur belanja pengunjung dengan baik. Salt&Co bertanggung jawab atas penataan ulang *display* berdasarkan kategori produk dan zona tema satwa, serta memperkuat *storytelling visual* di setiap area. Selain itu, Salt&Co juga memberikan pelatihan singkat kepada tim toko agar mampu menjaga standar tampilan dan rotasi produk secara mandiri. *Display* yang komunikatif memudahkan pelanggan melihat produk dan menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan.

Setelah implementasi, tampilan toko menjadi lebih hidup dan tematik, membuat pengunjung lebih tertarik untuk berhenti dan berbelanja. *Engagement visual* meningkat, terutama karena banyak pengunjung membagikan foto di area toko yang kini tampil lebih menarik dan rapi.