

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Germany Brilliant (GB) Sanitaryware merupakan perusahaan penyedia perlengkapan rumah tangga, khususnya produk *sanitary* untuk dapur dan kamar mandi, yang berdiri di Indonesia pada tahun 2003. Sejak awal berdirinya, Germany Brilliant membawa visi untuk meningkatkan gaya hidup masyarakat melalui perlengkapan rumah yang fungsional dan estetik, dengan moto “*Upgrade Your Home Lifestyle.*” (sumber, *Website* perusahaan)



Gambar 2. 1 Logo Germany Brilliant

(Sumber: Dokumen Perusahaan)

Sebagai merek yang bergerak di segmen produk *High-Involvement*, Germany Brilliant tidak hanya berfokus pada keindahan desain, tetapi juga pada fungsi, ketahanan, dan keamanan produk. Filosofi utama perusahaan ini adalah “*Function Optimization and Modern Design,*” yang berarti setiap produk harus mampu memberikan solusi praktis terhadap kebutuhan konsumen modern tanpa mengorbankan nilai estetika. Produk-produk Germany Brilliant, seperti *shower*, keran air, *floor drain*, kloset, *kitchen sink*, wastafel, dan berbagai aksesoris pelengkap rumah lainnya, diproduksi dengan bahan premium seperti kuningan

(*brass*) dan stainless steel 304. Seluruh produk juga melewati tahap uji kualitas ketat sebelum dipasarkan, disertai garansi resmi antara lima hingga dua puluh lima tahun sebagai bentuk komitmen terhadap mutu dan kepercayaan konsumen (*brand trust*).

Dalam upaya memperkuat citra merek dan memperluas jangkauan pasar, Germany Brilliant aktif beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren pemasaran digital. Sejak tahun 2017, perusahaan mulai memperluas strategi pemasarannya ke ranah *digital marketing* dengan memanfaatkan berbagai *platform* media sosial dan situs web resmi. Langkah ini diikuti oleh ekspansi ke platform *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada pada tahun 2018, yang membuka akses lebih luas kepada konsumen di seluruh Indonesia.

Selain melalui kanal digital, Germany Brilliant juga menjaga eksistensinya di ranah *offline* dengan mengikuti berbagai pameran industri berskala nasional seperti *IndoBuildTech Expo* dan menjalin KOLaborasi strategis dengan berbagai Key Opinion Leader (KOL) dan publik figur, di antaranya Christian Sugiono dan Dr. Tompi. Strategi ini merupakan bagian penting dari fungsi *KOL Specialist*, yang bertugas mengelola hubungan KOLaboratif untuk memperkuat citra merek dan kepercayaan publik.

Komitmen terhadap inovasi dan reputasi tersebut telah mengantarkan Germany Brilliant meraih berbagai penghargaan bergengsi, termasuk *Digital Popular Brand Award* (DPBA) pada tahun 2019, 2022, dan 2024, dalam kategori *shower* dari *Indonesia Digital Popular Brand Award*. Penghargaan ini menjadi bukti atas keberhasilan strategi digital perusahaan yang konsisten dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Selain berfokus pada bisnis, Germany Brilliant juga aktif menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai wujud kontribusi sosial perusahaan. Kegiatan CSR tersebut meliputi renovasi fasilitas publik seperti tempat wudhu di

masjid, serta penyaluran bantuan kepada panti jompo dan masyarakat kurang mampu.

Inisiatif ini menunjukkan bahwa Germany Brilliant tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga memiliki tanggung jawab moral dalam meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat.

Dengan pengalaman lebih dari dua dekade, Germany Brilliant kini menjadi salah satu merek *sanitaryware* terkemuka di Indonesia. Keberhasilannya tidak hanya terletak pada kualitas produk, tetapi juga pada konsistensi inovasi, strategi pemasaran digital yang adaptif, serta nilai-nilai perusahaan yang berfokus pada kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

2.1.1 Visi dan Misi

Visi Germany Brilliant (GB) Sanitaryware mencerminkan cita-cita perusahaan untuk menjadi pelopor dalam menciptakan gaya hidup modern yang berkelas melalui produk perlengkapan dapur dan sanitasi yang berkualitas tinggi. Dengan visi *“menciptakan gaya hidup cemerlang dan berkelimpahan melalui perlengkapan sanitasi dan dapur, dengan memadukan desain dan optimalisasi fungsi produk yang bermanfaat bagi masyarakat di seluruh dunia,”* perusahaan menempatkan diri tidak hanya sebagai produsen produk rumah tangga, tetapi juga sebagai pembawa perubahan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat modern. Visi ini menegaskan bahwa setiap inovasi yang dihasilkan oleh Germany Brilliant harus memiliki nilai manfaat yang nyata, baik secara fungsional maupun estetika, sekaligus memperkuat posisi merek sebagai simbol gaya hidup yang praktis, elegan, dan berkelanjutan.

Misi perusahaan dirumuskan untuk mendukung pencapaian visi tersebut melalui serangkaian prinsip yang berorientasi pada kualitas, inovasi, dan kepuasan pelanggan. Germany Brilliant berkomitmen untuk menjadi penyedia perlengkapan sanitasi dan dapur terdepan yang senantiasa mengedepankan mutu serta desain yang cemerlang. Dalam proses

bisnisnya, perusahaan berupaya membangun tim kerja yang solid dan bersemangat, dengan menumbuhkan budaya KOLaboratif yang mendorong terciptanya ide-ide kreatif dan inovatif. Selain itu, Germany Brilliant berfokus pada upaya memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan melibatkan empati dan semangat dalam setiap interaksi, sehingga setiap konsumen dapat menikmati keindahan desain dan kenyamanan fungsi produk secara maksimal.

Lebih dari itu, misi Germany Brilliant juga menekankan pentingnya menjalin kemitraan yang saling mendukung dan berkelanjutan, baik di tingkat nasional maupun internasional. Dengan menjalin hubungan kerja sama yang kuat, perusahaan berupaya memperluas jangkauan produk dan meningkatkan daya saing di pasar global. Melalui perpaduan antara inovasi berkelanjutan, orientasi pada pelanggan, serta komitmen terhadap kualitas dan desain, Germany Brilliant terus berupaya mewujudkan visinya untuk menghadirkan gaya hidup rumah yang lebih baik

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

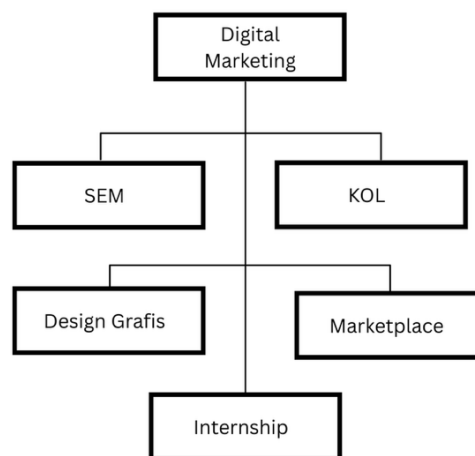
Germany Brilliant memiliki struktur organisasi perusahaan sebagai berikut.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Umum PT. Golden Brilliant Sanitaryware

(Sumber: Dokumen Perusahaan)

Dalam Germany Brilliant, terdapat 10 divisi, yaitu *Human Resources & General Affair* (HRGA), *Information and Technology* (IT), Ekspor Impor (Exim), *Accounting, Finance, Sales, Project, Customer Service, Operational-gudang*, dan divisi *Marketing* yang menaungi kerja magang sebagai *Marketing Intern*. Divisi Marketing memiliki tanggung jawab untuk meningkatkan *brand awareness* Germany Brilliant serta penjualannya.



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Departemen Marketing

(Sumber: Olahan Data Penulis)

Seluruh bagian dari divisi Marketing bekerjasama melakukan tanggung jawab masing masing dan uraian tugas sebagai berikut:

1. *Digital marketing Supervisor*

Digital Marketing Supervisor memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola dan mengawasi seluruh aktivitas pemasaran digital perusahaan. Posisi ini berperan dalam mengoordinasikan pekerjaan tim, memantau perkembangan tugas, memastikan ketepatan jadwal serta performa konten, dan menilai efektivitas kampanye iklan berbayar. Selain itu, *Digital Marketing Supervisor* memastikan bahwa strategi pemasaran digital yang dijalankan selaras dengan target audiens dan

tujuan bisnis perusahaan.

Dalam struktur organisasi Divisi *Digital Marketing*, penulis melaksanakan kegiatan magang di bawah naungan *Digital Marketing Supervisor*, yang berperan sebagai pembimbing langsung dalam pelaksanaan tugas sehari-hari. Selama masa magang, penulis memperoleh arahan, evaluasi, serta pendampingan terkait pelaksanaan program pemasaran digital, khususnya yang berkaitan dengan pengelolaan *Key Opinion Leader* (KOL) dan aktivitas promosi digital perusahaan.

2. *Marketplace Staff*

Marketplace Staff bertanggung jawab atas pengelolaan kegiatan administrasi dan operasional Germany Brilliant pada *platform marketplace*. Tugasnya meliputi proses pencetakan dan penginputan *invoice* ke dalam sistem perusahaan, penyusunan laporan penjualan, serta pengelolaan program promosi seperti *flash sale*, *voucher*, dan kampanye penjualan lainnya guna meningkatkan performa transaksi online.

3. *Search Engine Marketing (SEM) Specialist*

SEM Specialist berfokus pada perencanaan dan pengelolaan kampanye pemasaran berbayar yang dijalankan melalui mesin pencari, media sosial, dan *marketplace*. Tanggung jawabnya mencakup penyusunan strategi iklan, pemilihan kata kunci yang sesuai, penentuan target audiens, serta analisis kinerja kampanye secara berkala berbasis data. Analisis tersebut dilakukan untuk mengoptimalkan efektivitas iklan dan memaksimalkan nilai *Return on Investment* (ROI).

4. Desain Grafis

Desainer Grafis memiliki peran dalam menciptakan dan mengembangkan materi visual untuk mendukung aktivitas pemasaran perusahaan. Materi desain digunakan pada berbagai media, baik digital seperti website, *marketplace*, dan media sosial, maupun media fisik seperti banner, *display* toko, dan *merchandise*. Ketelitian serta konsistensi terhadap identitas merek menjadi faktor penting dalam pelaksanaan tugas ini.