

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Vidiaelok Lestari Garmindo adalah perusahaan industry *fashion* yang ditujukan khusus untuk pakaian anak-anak, remaja, hingga dewasa. PT Vidiaelok Lestari Garmindo memiliki 4 brand pakaian yang terdiri dari berbagai ukuran mulai dari S hingga ke ukuran 5XXL. Pada tahun 1982 Pak Sufandi Irawan mendirikan PT Vidiaelok Lestari Garmindo yang memiliki kantor pusat serta pabrik yang memproduksi pakaian yang berlokasi di Jl. Raya Daan Mogot 43 Km. 20 - Batu Ceper, Tangerang. Saat ini PT Vidiaelok Lestari Garmindo sudah dipindah tangankan kepada anak dari bapak Sufandi Irawan yaitu Irene Irawan yang menggantikan posisi CEO sekaligus Owner di perusahaan.



Gambar 2.1 Logo PT Vidiaelok Lestari Garmindo

Sumber: Dokumen Pribadi Perusahaan (2025)

Logo PT Vidiaelok Lestari Garmindo sendiri memiliki arti, untuk terus mau berkomitment dari sejak awal perusahaan berdiri hingga saat ini untuk menghasilkan produk-produk pakaian Wanita yang tidak hanya berkualitas namun juga mengikuti perkembangan tren yang modis. Pada awalnya PT Vidiaelok Lestari Garmindo memiliki fokus kegiatan ekspor dengan tujuan utama ke China dan juga Eropa. Namun, karena adanya tuntutan kenaikan gaji yang berdampak ke perusahaan pada 1998, membuat operasional perusahaan mengalami masalah sehingga harus

berhenti berjalan dari tahun 1999 - 2000. Tetapi tidak lama pada tahun 2001, perusahaan kembali berjalan dengan dukungan dari Bapak Tasripin Kholik Suwito yang mendampingi bapak Sufandi Irawan pada masa tersebut dan hingga saat ini menjabat sebagai factory manager.

Saat ini PT Vidiaelok Lestari Garmindo berfokus pada pasar lokal Indonesia. Brand-brand yang berada dibawah naungan PT Vidiaelok Lestari Garmindo dapat ditemukan di beberapa toko retail di Indonesia seperti Matahari Department Store, Transmart, Metro, Ramayana, Lotusm hingga Chandra. Selain itu saat ini karena banyaknya perkembangan dari gaya pembelian offline menjadi online membuat PT Vidiaelok Lestari Garmindo memperluas jangkauannya ke e-commerce seperti Tiktokshop, Shopee, Tokopedia, Lazada, hingga WhatsApp dan Lazada.

PT Vidiaelok Lestari Garmindo memiliki 3 *clothing* brand utama yang menyasar ke perempuan serta anak-anak. Yang pertama adalah brand Expand yang menyasar ke Gen Milenial dari usia 28-40 tahun. Selain itu, ada juga brand Exit yang menyasar ke anak-anak muda Gen Z mulai usia 18-28 tahun. Selain itu, terdapat juga brand Exit Kids yang merupakan produk anak-anak mulai usia 3-14 tahun yang menjadikan orang tua sebagai sasarannya.



Gambar 2.2 Logo dari Brand-Brand PT Vidiaelok Lestari Garmindo

Sumber: Dokumen Pribadi Perusahaan (2025)

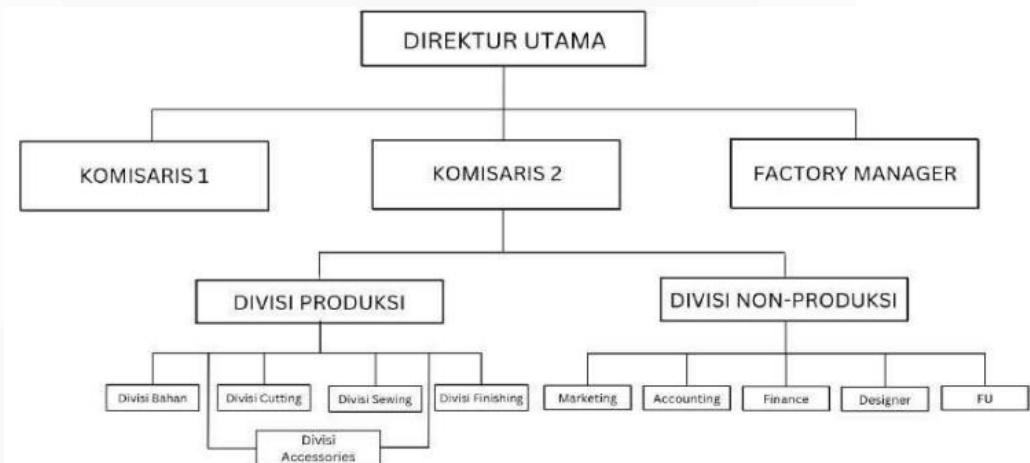
2.1.1 Visi Misi

Visi dan Misi: *To be one of the best companies in the garment sector and to be top of mind for customers in women's fashion with providing the best quality products.*

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

A. Struktur Perusahaan

PT Vidiaelok Lestari Garmindo memiliki struktur organisasi yang tertata. Melalui susunan perusahaan ini seluruh proses bisnis serta perputarannya dapat berjalan dengan lancar. Masing-masing divisi memiliki tanggung jawab dan juga jobdescnya masing-masing hal ini bertujuan agar seluruh pekerjaan dilakukan dengan efektif serta dapat mencapai tujuan bersama. Berikut ini merupakan susunan struktur perusahaan PT Vidiaelok Lestari Garmindo:

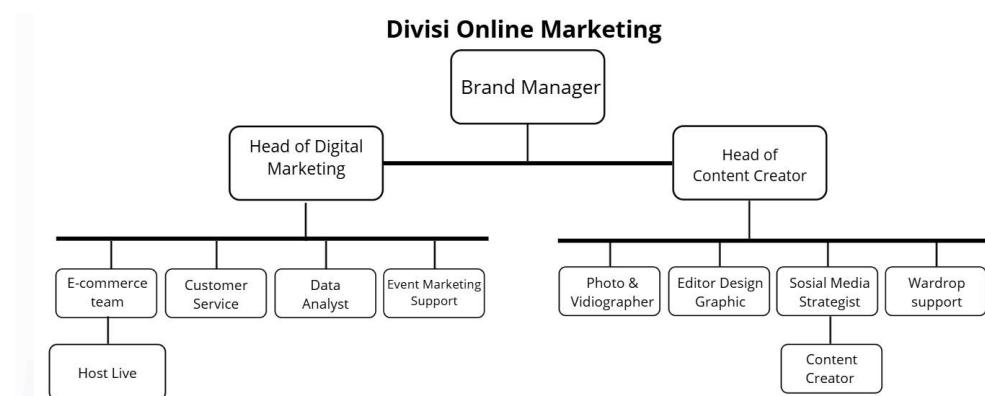


Gambar 2.3 Stuktur Perusahaan PT Vidiaelok Lestari Garmindo

Sumber: Dokumen Pribadi Perusahaan (2025)

Dalam struktur perusahaan ini pekerja magang berada dalam divisi non-produksi yaitu bagian marketing yang saat ini sudah dibagi menjadi 2 bagian yaitu divisi online marketing serta divisi offline marketing, dan pekerja magang masuk ke dalam bagian online marketing.

B. Struktur Divisi Online Marketing



Gambar 2.4 Struktur Divisi Marketing PT Vidiaelok Lestari Garmindo

Sumber: Dokumen Pribadi Perusahaan (2025)

Dalam PT Vidiaelok Lestari Garmindo terdapat divisi *online marketing* yang memang berfokus untuk menyusun startegi marketing khusus online seperti sosial media, events, *campaign planning* hingga pengelolaan *e-commerce*. Berikut ini merupakan penjabaran mengenai peran dan tanggung jawab dari setiap posisi divisi *online marketing*:

1. *Brand Manager*, merupakan posisi tertinggi dalam divisi *online marketing* memiliki tanggung jawab dalam memimpin serta membuat strategi marketing untuk kedepannya. Selain itu juga *brand manager* bertanggung jawab atas seluruh pekerjaan yang ada dalam divisi ini.
2. *Head of Digital Marketing*, memiliki tanggung jawab dalam seluruh proses pembuatan strategi, pelaksanaan, hingga hasil atau pertanggung jawaban atas *digital marketing* yang sudah dilakukan salah satunya adalah pengelolaan strategi penjualan di *e-commerce* serta memastikan seluruh pelaksanaan *digital marketing* berlajuan dengan lancar.
3. *Head of Content Creator*, memiliki tanggung jawab dengan seluruh proses pembuatan konten untuk sosial media hingga ke pengelolaan design dan juga proses editing konten.
4. *E-commerce team*, bertanggung jawab dalam membantu keperluan

e-commerce.

5. Customer Service, bertanggung jawab dalam penanganan konsumen yang terdapat di platform *e-commerce*.
6. Data *Analyst*, bertanggung jawab dalam mengelola data produk, serta data untuk keperluan launching koleksi baru.
7. *Host Live*, bertanggung jawab untuk melakukan promosi berupa *live streaming* di media sosial dan juga *platform e-commerce*.
8. *Photographer & Vidiographer*, bertanggung jawab dalam pengambilan sesi *photoshoot* untuk koleksi produk terbaru yang akan dilakukan. Serta membantu dalam pengambilan konten untuk media sosial.
9. *Editor Design Graphic*, bertanggung jawab dalam proses pembuatan desain visual untuk materi promosi seperti konten sosial media, banner, poster, tvc dan media promosi lainnya.
10. *Sosial Media Strategist*, bertanggung jawab dalam pengelolaan sosial media , pembuatan *content planning* hinngga pembuatan konten untuk sosial media sampai ke proses pengeditan.
11. *Content Creator*, bertanggung jawab dalam pembuatan konten untuk keperluan seluruh sosial media brand.
12. *Wardrop Support*, bertanggung jawab atas seluruh wardrop yang ada serta, membantu dalam pengelolaan pakaian untuk photoshoot dan juga pembuatan konten.
13. *Event marketing support*, bertanggung jawab untuk mendukung perancangan hingga ke pelaksanaan event. Dimulai dari pengembangan dari ide yang sudah ada, melakukan koordinasi, persiapan untuk pelaksanaan event hingga bertanggung jawab atas event yang dilaksanakan. Dalam posisi ini juga pekerja magang bertugas agar seluruh aktivitas yang dilaksanakan memberikan dampak atau nilai positif kepada brand.