

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis bersama dengan supervisor, PT Wearinasia Internet Akselerasi merupakan perusahaan retail yang saat ini dikenal dengan nama WIA yang merupakan singkatan dari Wear In Asia, WIA merupakan perusahaan ritel berbasis *e-commerce* yang sudah berdiri lebih dari 12 sejak tahun 2014. Perusahaan ini berfokus dengan tiga pilar utama produk-produk yang dijual perusahaan ini, yaitu *active lifestyle*, *productivity* dan *content creation*. Tidak hanya itu, perusahaan ini juga memiliki *offline store* yang berlokasi di Gading Serpong, ruko Dalton sebagai *experience store* sehingga pengunjung dapat mencoba produk-produk yang dijual secara langsung.

2.1.1 Profil Perusahaan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bersama dengan *supervisor*, WIA merupakan perusahaan ritel berbasis *e-commerce* yang bergerak di tiga pilar utama dengan menjual produk-produk *active lifestyle*, *productivity*, dan *content creation*. Perusahaan ini dibangun oleh tiga orang yang saat itu merupakan mahasiswa, WIA berdiri sejak 2014 dan terhitung kurang lebih 12 tahun hingga saat ini.



Gambar 2.1 Logo PT Wearinasia Internet Akselerasi
Sumber: <https://yt3.google...>

Fokus utama penjualan dan peningkatan pada WIA ini dilakukan secara *online*. Hal ini dikarenakan perusahaan ini menjadikan *e-commerce* sebagai media utama dalam menjual produk-produknya. Namun tidak hanya itu, perusahaan ini juga memiliki *offline store* sebagai *experience store* yang dibangun pada tahun 2017 dan bertujuan agar pembeli dan calon pembeli dapat mencoba produk-produk yang dijual secara langsung yang berlokasi di Gading Serpong, ruko Dalton.

WIA menjual produk yang berdasarkan tiga pilar utamanya, yaitu *active life style*, *productivity* dan *content creator*. WIA bekerja sama dengan beberapa brand ternama seperti pada pilar *active lifestyle* yaitu, Gramin, Coros, Shokz, Manta Liberta dan TBD, sedangkan *brand* pada pilar *productivity* yaitu, Fjallraven, Marshall, MOFT, Preghierio, dan SMATT, dan yang terakhir *brand* pada pilar *content creation* yaitu, Insta360, DJI, GoPro, HOLLYLAND, dan Saramonic. Hingga saat ini salah satu produk yang memiliki penjualan tertinggi hingga saat ini adalah produk *smart watch*, yang bersal dari brand COROS.

Visi dari WIA adalah untuk dapat selalu berkomitmen dalam menyediakan produk berkualitas tinggi yang disertai dengan *aftersales* yang terpercaya, garansi resmi dan kompetensi yang baik mengenai mitra perusahaan. Tidak hanya itu, untuk mencapai visi juga didukung dengan misi dari WIA yang selalu berusaha untuk tetap bertumbuh bersama generasi muda Indonesia yang memiliki gaya hidup aktif dan eksploratif.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis bersama *e-commerce specialist*, WIA resmi didirikan pada tahun 2014 dengan penamaan awal PT Andrew Albert James yang merupakan gabungan nama dari tiga orang *foundernya*. Usaha ini diawali dengan hanya menjual produk drone yang dilakukan secara digital menggunakan sosial media pada tahun 2014 dengan memanfaatkan kendaraan pribadi untuk mengantarkan pesanan pelanggan yang berada di kawasan Jabodetabek. Selanjutnya, pada tahun 2015 perusahaan ini

mengganti penamaan badan hukum menjadi PT Wearinasia Internet Akselerasi dan memiliki kantor pertamanya yang berlokasi di salah satu ruko di Pasar Modern Paramount, Gading Serpong.

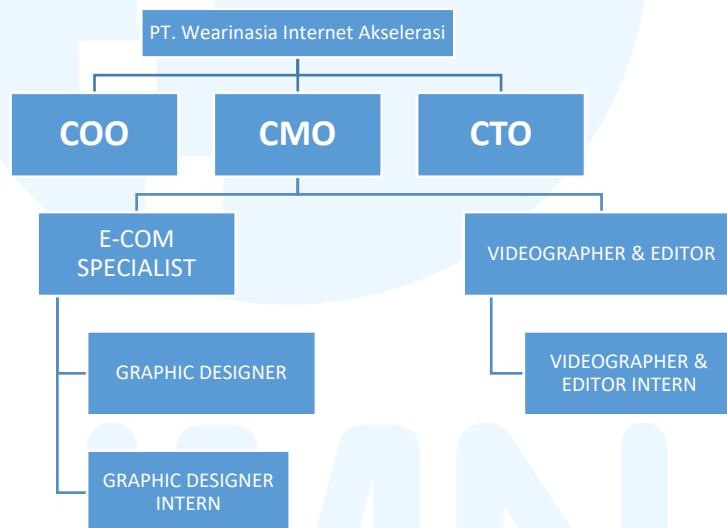
Di tahun 2017, PT Andrew Albert James memiliki peningkatan drastis terhadap penjualan produk *drone*, di tahun yang sama PT Andrew Albert James berpindah pada lokasinya saat ini di Ruko Dalton, Gading Serpong dan dikenal dengan toko WIA yang merupakan singkatan dari Wear In Asia. Pada tahun ini WIA tidak hanya berfokus pada penjualan produk *drone* lagi namun juga merambat pada penjualan produk teknologi lainnya yaitu jam tangan olahraga Garmin yang pada saat itu memiliki peningkatan keinginan pasar yang tinggi. Seiring berjalannya waktu WIA berkembang pesat dengan menjual berbagai macam produk yang sesuai dengan tiga pilar utamanya yaitu, *active*, *productivity*, dan *content creating*.

Pada 2022 PT Andrew Albert James merubah namanya secara resmi menjadi PT Wearinasia Internet Akselerasi yang dikenal dengan WIA dan membentuk *brand active* warena sendiri yaitu Onemore Indonesia yang memproduksi produk kaus dan botol minum olahraga. Hingga Saat ini WIA sudah bekerja sama dengan lebih dari 100 *brand* internasional maupun lokal dan memperluas penjualan tidak hanya menggunakan *website* dan *offline store*-nya saja namun juga dengan memanfaatkan *platform* penjualan digital seperti Shopee, Tokopedia, dan Blibli.

Tidak hanya itu WIA membangun kepercayaan dan memperluas jangkauan target konsumen dengan membangun akun sosial media dan menjalankan promosi secara organik dengan memanfaatkan sistem pemasaran digital menggunakan beberapa pilihan aplikasi sosial media yang ramai digunakan saat ini seperti, *chanel* youtube (WIA Official), Instagram, dan Tiktok (wearinasiaofficial).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan wawancara bersama *e-commerce specialist*, struktur organisasi pada WIA dipimpin bersama oleh tiga orang *founder* yang terbagi menjadi tiga divisi utama dan memiliki kedudukan yang sama rata yaitu, *Chief Operating Officer*, *Chief Marketing Officer*, dan *Chief Technology Officer*. *Chief Marketing Officer* bertanggung jawab dalam memberikan instruksi arahan plan konten selama satu bulan, lalu dipecah menjadi konten *plan* perminggu oleh *e-commerce spesialist* yang kemudian tugas yang diberikan dibagikan kepada anggota tim *graphic designer* sesuai dengan prioritas proyek untuk memenuhi kebutuhan visual dan *copywriting*.



Gambar 2.2 Contoh Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Dari bagan di atas penulis berada di posisi *graphic designer intern*, sebagai *graphic designer intern*, alur pengerjaan yang penulis lakukan adalah dengan menerima tugas *design* yang diberikan pada hari tersebut yang kemudian akan *direview* oleh *supervisor* dan *e-commerce specialist* dan dilanjutkan dengan proses revisi apabila diperlukan, untuk nantinya akan naik cetak atau akan diunggah pada akun media sosial. Dalam beberapa kasus penulis juga mengerjakan *thumbnail* untuk konten video dengan format *reels* dan video Youtube dan ikut serta dalam pengerjaan alternatif desain untuk produk Onemore Indonesia.

2.3 Portofolio Perusahaan

Pada bab ini membahas terkait portofolio dari PT Wearinasia Internet Akselerasi yang dibagi menjadi berdasarkan promosi secara digital dan juga secara konvensional dengan mengikuti acara komunitas lari di Indonesia dengan berkolaborasi dengan salah satu merek jam tangan olahraga yang bekerja sama dengan WIA. Data berikut diperoleh melalui wawancara bersama *supervisor* dan dokumentasi perusahaan dan dokumentasi digital pada akun Instagram resmi WIA yaitu, *wearinasiaofficial*.

2.3.1 Promosi Pada Siksorogo Lawu Ultra (SLU)

COROS bekerja sama dengan WIA untuk melakukan kegiatan promosi di Siksorogo Lawu Ultra yang merupakan salah satu acara lomba lari *trail* yang dibuka secara internasional yang diadakan setiap akhir tahun dan diadakan di area lereng Gunung Lawu.



Gambar 2.3 Booth kolaborasi COROS dan WIA
Sumber: <https://www.instagram...>

WIA dengan COROS berkolaborasi dengan membangun *booth* yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan memberikan demonstrasi penggunaan produk-produk COROS. Kolaborasi bertujuan untuk meningkatkan citra *brand* COROS dan WIA sebagai retail resmi oleh target konsumen dengan membuat media promosi secara *online* dengan

memanfaatkan aplikasi instagram dan juga *offline* dengan menggunakan media cetak seperti *banner* dan juga poster.



Gambar 2.4 Desain Instagram *post* WIA
Sumber: <https://www.instagram...>

WIA memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan kehadirannya WIA bersama COROS pada acara SikSOROGO Lawu Ultra dengan mengunggah postingan Instagram *post* dengan ukuran 4:5 dalam bentuk *carousell*, pada satu minggu sebelum dimulainya acara tersebut. Pada postingan Instagram ini memuat informasi terkait acara yang dihadiri oleh WIA dan COROS, tanggal buka dan lokasi *booth* WIA dengan COROS pada hari dilaksanakannya acara lomba lari *trail* ini. Tidak hanya itu postingan Instagram ini juga memuat informasi produk-produk promo COROS yang akan dijual pada hari acara tersebut.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.5 Desain X-Banner WIA
Sumber: Dokumentasi perusahaan

Tidak hanya itu, WIA juga medesain media promosional cetak dengan menggunakan *X-Banner* berukuran 200 x 80 cm untuk menginformasikan terkait produk terbaru dari COROS dan promo-promo produk COROS yang dijual oleh WIA pada acara acara Siksorogo Lawu Ultra. Desain *X-banner* ini diletakan pada bagian depan *booth* agar dapat menarik perhatian pelari terhadap promo potongan harga yang ditawarkan oleh WIA.

2.3.2 Promo *Campaign Everyday Sport Style*

Dalam mempromosikan produk, WIA menggunakan *campaign* promo potongan harga atau *bundle* spesial dengan harga yang lebih terjangkau. Salah satu *campaign* yang pernah dilakukan oleh WIA adalah *campaign* Everyday Sport Sale, dengan potongan harga 50% pada produk-produk tertentu. *Campaign* ini dilakukan dengan menggunakan berbagai media, yaitu Instagram Story, Instagram Ads, dan *web banner*. Namun dikarenakan promo ini akan berakhir dalam waktu dekat postingan pada media *web banner* dan Instagram *Ads* sudah dihapus dan hanya tersisa postingan Instagram *story*.

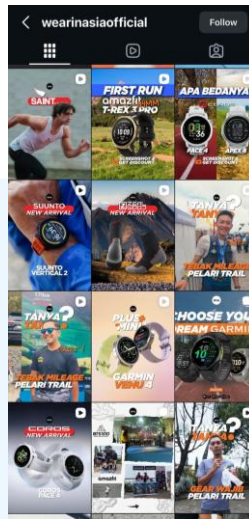


Gambar 2.6 Desain Instagram Story
Sumber: <https://www.instagram...>

Promo ini didesain dengan format Instagram *story* berukuran 16:9 dengan menggunakan video *motion* untuk mempromosikan produknya, pada promo ini terdapat beberapa produk kategori *activeware* yang menginformasikan potongan harga sebesar 50% pada produk produk yang tampilkan pada desain Instagram *Story* tersebut dengan judul *campaign* Everyday Sport Style dan tertera tautan yang dapat terhubung langsung pada situs berbelanja resmi WIA.

2.3.3 Sosial Media Instagram

Media utama yang digunakan dalam mempromosikan potongan harga atau promo-promo terbaru pada produk yang dijual di WIA selain mengandalkan situs resminya adalah dengan memanfaatkan sosial media yaitu, Instagram.



Gambar 2.7 Akun Instagram WIA
Sumber: <https://www.instagram.com>

Media utama yang digunakan dalam mempromosikan potongan harga atau promo-promo terbaru pada produk yang dijual di WIA selain mengandalkan situs resminya adalah dengan memanfaatkan sosial media yaitu, Instagram. Desain sosial media Instagram WIA didominasi dengan konten informasi *brand*, yang berisikan informasi terkait *brand new arrival*, *review* produk, perbandingan produk, dan juga postingan dari kegiatan seru yang diikuti oleh WIA dalam kolaborasinya dengan acara lari di Indonesia.

Tipe postingan yang banyak digunakan untuk meningkatkan ketertarikan pembeli adalah dengan menggunakan bentuk video *reels* dengan ukuran 16:9 dan berdurasi sekitar 1 menit hingga 1 menit 30 detik, selanjutnya untuk tipe postingan statis atau Instagram *feeds* berukuran 4:5 dengan minimal postingan 2 *slide*, yang berisikan postingan yang memberikan pesan utama dan slide promosi yang selalu ada dalam setiap postingan Instagram WIA yang bertuliskan #LebihCuanDiWIA.