

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Profil dan sejarah perusahaan merupakan bagian penting untuk memahami latar belakang berdirinya suatu perusahaan serta perkembangan kegiatan bisnis yang dijalankan. Informasi mengenai profil perusahaan memberikan gambaran umum mengenai bidang usaha, identitas perusahaan, serta ruang lingkup operasional yang dijalankan. Sementara itu, sejarah perusahaan menjelaskan proses berdirinya perusahaan hingga perkembangannya dari waktu ke waktu. Melalui penjelasan mengenai profil dan sejarah perusahaan, pembaca dapat memahami bagaimana perusahaan berkembang serta bagaimana posisi perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, khususnya dalam industri ritel furnitur yang terus mengalami perkembangan. Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai profil serta sejarah berdirinya PT Mitra Global Ritel yang menjalankan bisnis ritel furnitur melalui brand Scandia.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT HD Corpora yang pada umumnya dikenal juga sebagai Orang Tua Group/OT Group merupakan perusahaan yang dikenal di Indonesia. Orang tua group ini merupakan perusahaan yang memproduksi berbagai macam produk kebutuhan. Perusahaan ini memproduksi produk konsumen yang memproduksi berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari seperti perawatan pribadi, minuman kesehatan, wafer dan biskuit, makanan ringan, permen, produk susu, produk jeli, teh siap minum dan air mineral pada masa sekarang ini. Sebagai salah satu kelompok bisnis produk konsumen di Indonesia, OT telah berkembang makin modern tanpa meninggalkan nilai-nilai positif dan luhur yang telah dicetuskan oleh pendiri perusahaan. Beragam produk mulai dari makanan, minuman, hingga produk perawatan diri telah lama menjadi bagian dari kehidupan konsumen Indonesia. Beberapa di antaranya adalah Anggur

Merah Cap Orang Tua, Formula, Panjang Jiwo, Tango, Teh Gelas, MintZ, Blaster, Oops, dan Kiranti (OT, n.d.).



Gambar 2.1 Logo Orang Tua Group
Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Orang_Tua...

Sebagai perusahaan induk, Orang Tua Group memiliki berbagai unit usaha yang bergerak di bidang yang berbeda, mulai dari industri makanan dan minuman, distribusi produk konsumen, hingga sektor perdagangan dan ritel. Setiap unit usaha yang berada di bawah naungan perusahaan induk tersebut memiliki peran masing-masing dalam mendukung kegiatan bisnis secara keseluruhan. Dengan dukungan sistem manajemen yang terstruktur serta jaringan distribusi yang luas, perusahaan mampu mengembangkan berbagai lini bisnis secara berkelanjutan. Salah satu perusahaan yang berada di bawah naungan Orang Tua Group adalah PT Mitra Global Ritel. Perusahaan ini bergerak di bidang ritel furnitur dan perlengkapan hunian yang menghadirkan berbagai produk dengan desain modern dan fungsional. Melalui brand Scandia, perusahaan menyediakan berbagai pilihan furnitur seperti meja, kursi, sofa, rak penyimpanan, serta berbagai perlengkapan interior lainnya yang dirancang dengan gaya minimalis (Scandia, n.d.).



Gambar 2.2 Logo Scandia
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Sebagai perusahaan ritel furnitur, PT Mitra Global Ritel tidak hanya berfokus pada penjualan produk, tetapi juga pada pengalaman berbelanja konsumen. Oleh karena itu, perusahaan menerapkan konsep penataan produk melalui visual merchandising, tata letak ruang toko yang terorganisasi, serta penggunaan elemen komunikasi visual yang menarik dan informatif. Strategi tersebut bertujuan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen sekaligus memperkuat identitas merek dalam industri ritel furnitur.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

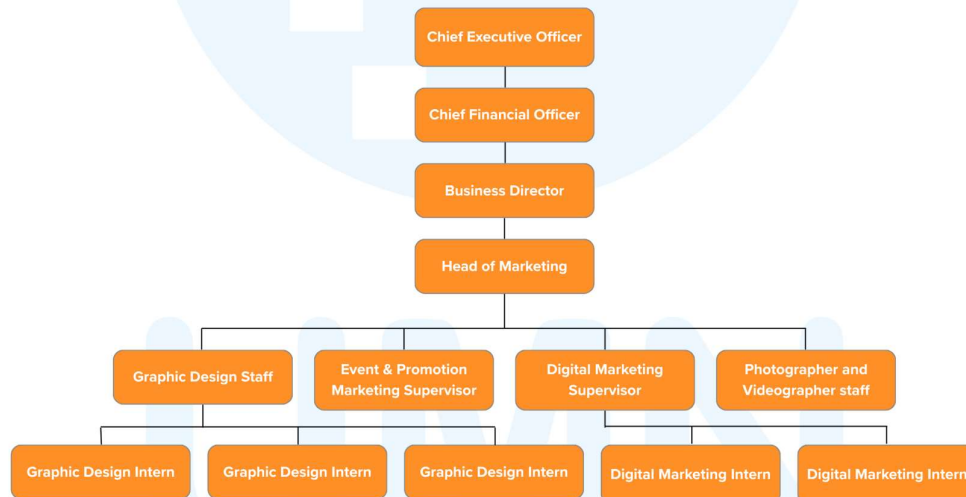
Perusahaan OT Group yang didirikan oleh Chu Sam Yak, atau yang dikenal dengan nama Chandra Djojonegoro. Orang Tua Group merupakan salah satu kelompok perusahaan di Indonesia yang telah berkembang cukup lama dan dikenal melalui berbagai produk konsumsi, terutama di bidang FMCG (OT, n.d.). Seiring dengan perkembangan bisnis dan kebutuhan pasar yang semakin beragam, perusahaan ini mulai melakukan pengembangan usaha ke berbagai bidang lain sebagai bentuk strategi untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing perusahaan. Salah satu bentuk pengembangan usaha tersebut adalah dengan mendirikan PT Mitra Global Ritel yang bergerak di bidang ritel furnitur dan perlengkapan rumah tangga yang bergerak pada tahun 2021 (Scandia, n.d.). Perusahaan ini dibentuk untuk mengelola bisnis ritel yang menyediakan berbagai produk furnitur yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menata ruang hunian yang nyaman dan fungsional.

Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, PT Mitra Global Ritel menghadirkan brand Scandia sebagai identitas usaha yang menawarkan berbagai produk furnitur dengan konsep desain modern dan minimalis. Produk yang ditawarkan meliputi berbagai jenis furnitur seperti meja, kursi, sofa, lemari, rak penyimpanan, serta perlengkapan interior lainnya yang dirancang untuk menunjang kebutuhan hunian masyarakat modern. Seiring berjalannya waktu, perusahaan terus melakukan pengembangan baik dari segi produk maupun strategi penjualan. Perusahaan juga berupaya memberikan

pengalaman berbelanja yang nyaman bagi konsumen melalui penataan produk yang menarik di dalam toko serta penggunaan konsep visual merchandising yang terencana. Melalui berbagai upaya tersebut, perusahaan berharap dapat terus berkembang dan memberikan produk furnitur yang berkualitas serta sesuai dengan kebutuhan konsumen.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Pada perusahaan ritel furnitur seperti Scandia, struktur organisasi dalam divisi marketing terdiri dari bagian utama yang memiliki peran masing-masing. Pimpinan perusahaan bertanggung jawab dalam menentukan kebijakan strategis serta mengawasi jalannya kegiatan bisnis secara keseluruhan. Di bawah pimpinan perusahaan terdapat struktur organisasi perusahaan yang mendukung operasional.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Awal terdapat *Head of Marketing* yang merupakan kepala dari divisi marketing dengan terbelah lagi menjadi 2 yaitu event marketing *Supervisor* dan digital marketing *Supervisor*. Event *Supervisor* memiliki cabangnya yaitu photographer dan video grapher *staff* yang membuat konten untuk scandia ini. Kemudian ada digital marketing *staff* yang memnangani markeing digital pada scandia ini. Lalu *Graphic Design staff* yang membuat *Design Design* untuk media

promosi melalui ecomm, *website*, banner dan lain sebagainya. Dibawah itu terdapat *graphic Design intern* dan digital marketing *intern*.

2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang ritel furnitur, Scandia memiliki portofolio produk yang mencakup beragam promosi digital maupun fisik dalam rangka memenuhi mempromosikan produk riter furnitur. Produk-produk yang ditawarkan mencakup berbagai kategori furnitur seperti meja makan, kursi, sofa, rak penyimpanan, lemari serta berbagai perlengkapan dekorasi rumah lainnya. Produk-produk tersebut di masukkan ke dalam bentuk katalog, *TV promo*, *website*, *e-commerce* dan media sosial lainnya yang di desain sesuai dengan citra mereka. Berikut adalah portfolio desain dari scandia:

1. Katalog

Dalam ritel scandia ini terdapat katalog produk yang digunakan sebagai media informasi untuk konsumen agar mengetahui produk furnitur yang tersedia, seperti berbagai macam furnitur dan interior lainnya. Selain untuk menampilkan produk, katalog ini juga digunakan untuk memperlihatkan berbagai produk tertentu yang sedang memiliki promo/ adanya potongan. Melalui katalog promo ini, pembeli dapat mengetahui informasi produk yang sedang promo dan memiliki penawaran khusus dengan mudah. Sehingga pembeli dapat minat melakukan transaksi untuk membeli produk dari scandia ini.



Gambar 2.4 Katalog Scandia
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Katalog ini dilakukan secara bulanan dengan terbuatnnya setiap 2 bulan sekali. Selain menjadi media informasi produk, katalog ini juga menjadi salah satu bentuk media komunikasi visual yang digunakan dalam perusahaan dalam rangka menampilkan produk secara menarik dan terstruktur supaya konsumen dapat membaca/melihat informasi dengan mudah. Setiap halaman katalog biasanya menampilkan gambar produk, informasi harga, serta keterangan singkat mengenai produk tersebut. Dengan adanya katalog produk promo, perusahaan dapat memperkenalkan berbagai produk unggulan sekaligus meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

2. *TV promo*

TV promo yang merupakan salah satu media promosi digital yang dilakukan oleh scandia dalam rangka untuk menampilkan berbagai informasi produk produk yang sedang dipromosikan untuk pembeli melihatnya. Media digital ini pada umumnya ditempatkan di area toko atau dalam toko scandia agar pengunjung dapat melihat produk-produk yang tersedia. Melalui *TV promo*, Scandia dapat menampilkan berbagai konten visual seperti gambar produk, informasi harga, serta program promosi yang sedang berlangsung.

Penggunaan *TV promo* pada umumnya menampilkan video beberapa produk yang bersifat statis untuk membantu perusahaan dalam menyampaikan informasi produk secara jelas karena memanfaatkan tampilan visual yang bergerak dan pada setiap produk yang diperlihatkan menggunakan *pattern* Scandia. Hal ini membuat konsumen lebih mengenal Scandia dan memiliki identitasnya tersendiri hingga membuat konsumen menyadari akan identitas dari Scandia. Selain itu, *TV promo* juga dapat menampilkan beberapa produk secara bergantian dalam satu layar sehingga informasi yang diberikan kepada konsumen menjadi lebih beragam.

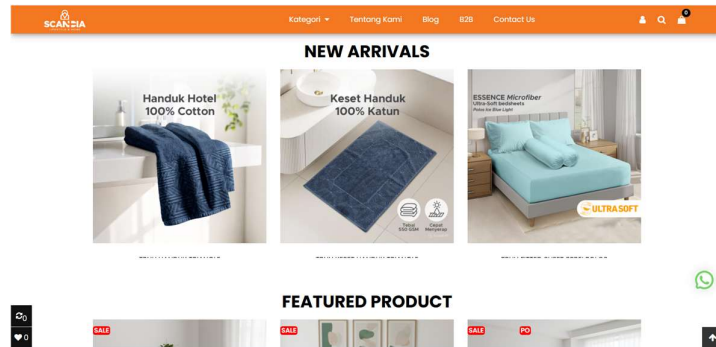


Gambar 2.5 *TV promo* Scandia
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Dengan adanya *TV promo* di dalam toko seperti dekat kasir, sehingga perusahaan Scandia dapat memperkuat strategi promosi sekaligus meningkatkan daya tarik visual yang ada untuk toko pada area penjualan. *TV promo* ini juga diupdate tiap minggunya untuk promo JUSAMI yang kemudian akan di ubah semua promosnya setiap bulan agar pembeli tetap tertarik dengan pergantian produk tersebut. Media ini membantu konsumen untuk mengetahui produk-produk yang sedang mendapatkan penawaran khusus atau potongan harga setiap bulannya sehingga dapat memengaruhi keputusan pembelian selama berada di dalam toko.

3. *Website*

Pada Scandia juga memiliki *website* yang merupakan salah satu media digital yang digunakan dalam perusahaan dalam rangka menyampaikan informasi mengenai Scandia dan salah satu tempat penjualan online produk-produk dari Scandia. Melalui *website* ini perusahaan dapat menampilkan profil perusahaan, informasi produk, pembelian produk serta berbagai layanan promosi yang berlangsung.



Gambar 2.6 *Website Scandia*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

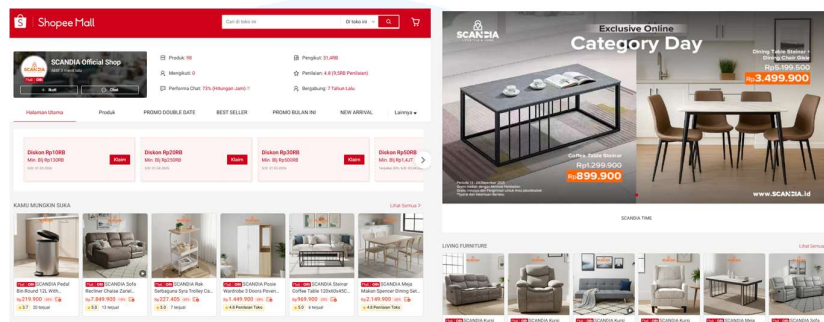
Pada perusahaan ritel furnitur seperti Scandia, *website* berfungsi sebagai media untuk memperkenalkan dan memberikan informasi berbagai produk yang dimiliki kepada konsumen secara lebih detail. Melalui *website* tersebut, konsumen dapat melihat kategori produk, informasi harga, serta berbagai promo yang sedang ditawarkan oleh Scandia. Selain itu, *website* juga menampilkan informasi mengenai brand, konsep produk, serta inspirasi penataan ruang yang dapat membantu konsumen dalam memilih furnitur yang sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan mereka.

Dengan adanya *website*, perusahaan dapat memperluas jangkauan pemasaran karena informasi mengenai produk karena tidak hanya terbatas pada pengunjung toko secara langsung, tetapi juga dapat diakses oleh masyarakat secara online dari seluruh Indonesia. Oleh karena itu, *website* menjadi salah satu media penting dalam mendukung kegiatan promosi, pemasaran dan penjualan produk di era digital saat ini.

4. *E-commerce*

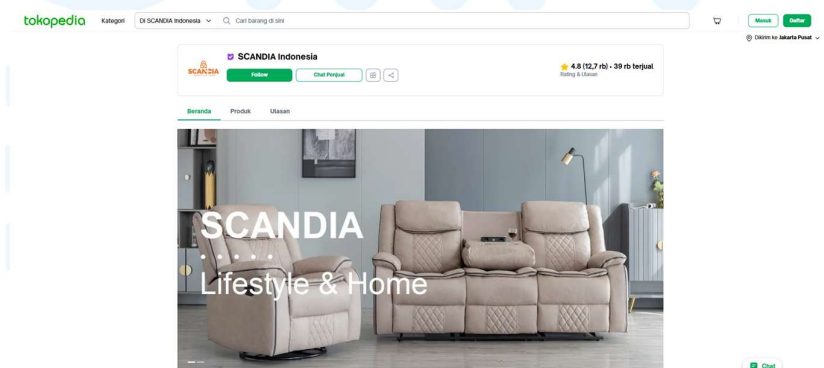
Selain melalui *website* Scandia menggunakan platform lain dalam rangka menjual produknya secara online, yaitu melalui platform e-commerce. Melalui platform ini juga mendorong perusahaan untuk memperluas pemasaran dan penjualan produk. Melalui platform e-commerce, perusahaan dapat menjangkau konsumen secara lebih luas

tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Salah satu platform yang digunakan oleh perusahaan untuk memasarkan produknya adalah Shopee dan Tokopedia.



Gambar 2.7 E-commerce Shopee Scandia
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Kedua platform tersebut digunakan oleh perusahaan sebagai media penjualan online yang memudahkan konsumen sebab kedua platform ini merupakan tempat pembelian online yang terkenal dan digunakan di Indonesia. Dengan adanya platform ini memudahkan konsumen dalam melihat dan membeli produk tanpa harus datang langsung ke toko. Melalui toko resmi yang tersedia di Shopee dan Tokopedia, Scandia dapat menampilkan berbagai produk furnitur yang dimiliki lengkap dengan gambar produk, deskripsi, serta informasi harga. Selain itu, platform e-commerce juga sering digunakan untuk menampilkan berbagai program promosi seperti potongan harga, voucher, atau penawaran khusus lainnya melalui banner promosi,



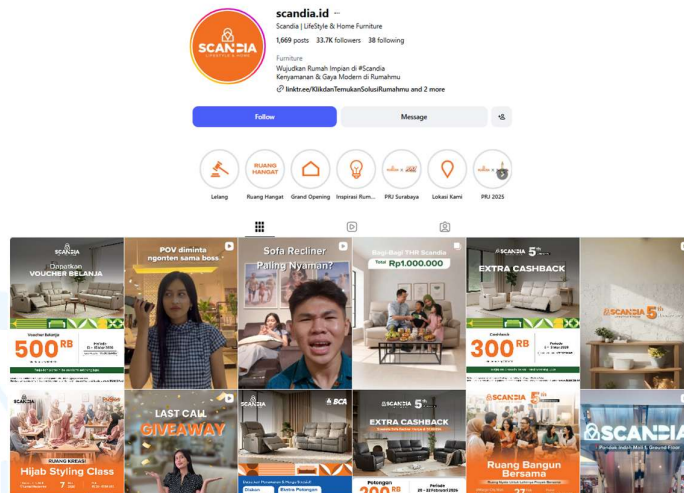
Gambar 2.8 E-commerce Tokopedia Scandia

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Penggunaan e-commerce memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan transaksi karena proses pembelian dapat dilakukan secara praktis melalui aplikasi. Dengan memanfaatkan platform e-commerce, perusahaan dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan menyesuaikan strategi penjualan dengan perkembangan teknologi dan perilaku belanja masyarakat saat ini.

5. Media sosial

Lalu terakhir, Scandia ini juga memiliki akun Instagram sebagai platform untuk memberikan berbagai konten post feeds, video reels dan story yang dapat menarik minat konsumen yang dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi secara lebih kreatif dan interaktif. Konten visual yang ditampilkan secara menarik namun tetap sesuai dengan identitas merek perusahaan sehingga dapat memperkuat citra/identitas brand di mata konsumen.



Gambar 2.9 Media Sosial Scandia
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Penggunaan Instagram sebagai media promosi berupa konten video yang menarik, video produk serta video event/ acara yang berlangsung.

Terdapat juga konten post dimana lebih memperlihatkan promosi yang tersedia dan acara yang akan berlangsung. Melalui media sosial ini juga memudahkan perusahaan untuk menjangkau lebih banyak audiens, terutama pada para rakyat yang aktif menggunakan media sosial. Dengan memanfaatkan platform ini, perusahaan dapat memperluas jangkauan pemasaran sekaligus memberikan informasi terbaru mengenai produk, promo dan event kepada konsumen secara cepat dan efektif.

