

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Lyman Group adalah sebuah perusahaan yang sudah berdiri sejak tahun 1959 oleh Susanta Lyman. Lyman Group memiliki tiga anak perusahaan salah satunya adalah PT Satya Djaya Raya Trading atau KANMURI. PT. Satya Djaya Raya Trading adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang bahan bangunan khususnya genteng dan keramik. Perusahaan ini menjadi distributor utama dari *brand* KAMURI yang diproduksi oleh PT Keramindo Megah Pertiwi.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT. Satya Djaya Raya Trading memiliki anak perusahaan yang menjual genteng dan juga keramik bernama KANMURI. KANMURI sudah berdiri sejak tahun 1997 dan hingga saat ini terus berkembang pesat menjadi produsen keramik terbesar di Indonesia. Setiap tahunnya KANMURI berhasil memproduksi lebih dari 45juta keping genteng keramik sehingga menjadikan KANMURI sebagai pemimpin pasar dalam industri ini.



Gambar 2.1 Logo Kanmuri
Sumber: Instagram @kanmuriroof

Sejak awal berdiri, PT. Satya Djaya Raya Trading sudah menetapkan slogan mereka yang akan terus ditanamkan pada perusahaan yaitu

“*Reliability & Quality is Our Business*”. Dari slogan ini perusahaan akan terus mengedepankan produk yang memiliki kualitas terbaik dengan layanan yang terbaik juga untuk konsumen maupun mitra bisnis. Visi dari KANMURI sendiri ingin konsisten mempertahankan *brand* menjadi genteng keramik yang terdepan dalam pengembangan dan inovasi serta menjadi *market leader* di Indonesia sebagai perusahaan multinasional. Untuk mencapai visi tersebut maka dilakukannya misi dengan terus mempertahankan kualitas dan kuantitas produksi, memberikan pelayanan dan solusi terbaik kepada setiap *customer*. Selain itu perusahaan juga meningkatkan *service*, jadwal pengiriman sesuai *schedule*, meningkatkan pelayanan konsultasi *technical* dan memberikan *product knowledge* untuk para tim *sales*. (KANMURI, katalog produk, h.54).



Gambar 2.2 Jenis Genteng Keramik KANMURI

KANMURI adalah produsen genteng keramik terbesar yang langsung menawarkan 3 produk sekaligus yaitu *Espanica*, *Milenio* dan *Full Flat* beserta dengan aksesoris lengkapnya. Ketiga produk ini masing-masing memiliki beberapa jenis genteng dengan bahan dan warna yang berbeda. Setiap produk juga memiliki kegunaan masing-masing seperti *Espanica* digunakan untuk atap dengan desain klasik, *Milenio* untuk desain yang *modern* dan *Full Flat* untuk desain yang minimalis (KANMURI, katalog produk, h.3).

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Lyman Group pada mulanya bernama Satya Djaya Raya Group yang didirikan oleh Ssuanta Lyman pada tahun 1959. PT. Satya Djaya Raya Trading pada mulanya berdiri sebagai perusahaan yang bergerak di bidang

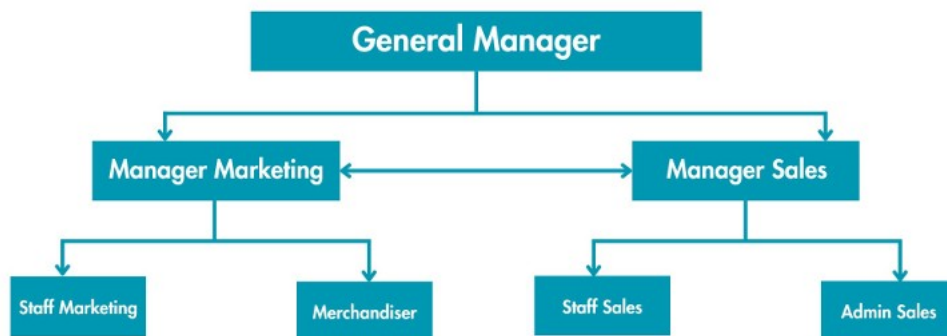
perdagangan hasil bumi. Kemudian seiring dengan berjalannya waktu, perusahaan mulai mengembangkan ke berbagai bidang bisnis seperti industri kayu, industri properti, industri minyak dan gas, industri pertanian dan industri bahan bangunan. Salah satu industri yang berkembang pesat adalah produk bahan bangunannya yaitu genteng keramik dengan merek KANMURI.

KANMURI adalah anak perusahaan dari PT. Satya Djaya Raya Trading yang sudah dibangun sejak Januari tahun 1997. KANMURI menjadi salah satu *brand* yang dikenal pada pasar lokal maupun internasional. Produk yang dihasilkan oleh KANMURI diproduksi oleh PT. Keramindo Megah Pertiwi yang terletak di Balaraja Tangerang (Kanmuriroof, 2010). Sesuai dengan visi dan slogannya yang ingin terus berinovasi dan mempertahankan kualitas produknya, KANMURI berhasil menjadi pemimpin produk genteng keramik di industri bahan bangunan. Bukan hanya menjual genteng keramik, KANMURI juga menyediakan aksesoris tambahan untuk kebutuhan atap dengan berbagai jenis bahan dan tentunya dengan kualitas unggulan (KANMURI, katalog produk, h.4-5).

KANMURI memiliki 3 jenis genteng keramik yaitu *Espanica*, *Milenio* dan *Full Flat*. Ketiga jenis genteng ini memiliki beberapa macam pilihan warna dan bahan seperti ada yang terlihat *glossy* serta *doff*. Namun dari banyaknya warna yang dimiliki, warna *natural* adalah warna yang paling diminati oleh konsumen karena warnanya *netral* dapat digunakan untuk beragam jenis bangunan. Setiap genteng yang dimiliki oleh KANMURI memiliki spesifikasi, desain dan cara pasang yang berbeda sehingga perusahaan perlu membuat buku panduan pemasangan hingga katalog gentengnya. Oleh karena itu KANMURI membutuhkan tim desain untuk membantu melengkapi kebutuhan tersebut. Selain itu sebagai distributor, KANMURI juga membutuhkan desain *banner* yang akan diberikan kepada toko-toko yang membeli barang di perusahaan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT. Satya Djaya Raya Trading memiliki beberapa divisi yang bertugas untuk membantu jalannya perusahaan. Masing-masing divisi memiliki tugas serta penanggung jawab yang berbeda, berikut merupakan struktur organisasi PT. satya Djaya Raya Trading yang dispesifikkan pada divisi penjualan :



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Gunawan/ Dokumentasi Perusahaan (2026)

Struktur organisasi ini dikepalai oleh Pak Ferry selaku pemegang jabatan tertinggi di perusahaan yaitu sebagai *general manager*. *General Manager* memiliki tugas untuk memimpin jalannya perusahaan secara keseluruhan hingga mengambil keputusan-keputusan besar yang bersangkutan dengan keberlangsungan perusahaan. Di dalam segmen penjualan terdapat 2 divisi yang berperan dalam melakukan distribusi dan pemasaran produk yaitu divisi *marketing* dan divisi *sales*. Kedua divisi ini bekerja sama untuk mendukung penjualan produk dimana divisi *marketing* bertugas menyediakan materi promosi baik materi cetak seperti brosur, katalog dan lain-lain hingga barang-barang *merchandise* untuk diberikan sebagai hadiah kepada *customer*. Sedangkan divisi *sales* akan terfokus pada proses penjualan serta menjaga relasi dengan *customer*.

Divisi *Marketing* memiliki 6 orang karyawan yang bertugas untuk membantu promosi produk perusahaan, mengelola media sosial hingga berinteraksi dengan konsumen melalui media sosial. Di dalam divisi ini juga bertugas untuk membuat dan menyiapkan kebutuhan *display* untuk toko-toko yang bekerjasama

dengan perusahaan. Agar seluruh *jobdesk* dapat dijalankan dengan baik serta terstruktur maka dibutuhkan *Person In Charge* (PIC) yaitu Bu Yenny selaku *Manager Marketing*.

Sedangkan divisi *Sales* memiliki 8 orang karyawan yang bertugas untuk menjual produk ke konsumen secara langsung, mencari konsumen baru untuk membeli produk serta memastikan menjalin hubungan yang baik dengan konsumen yang sudah ada. Selain itu divisi *sales* juga melakukan penjualan melalui *live* di platform media sosial dan *e-commerce* seperti Tiktok dan Shopee. Seluruh *jobdesk* dari divisi *sales* diawasi langsung oleh Bu Vivi selaku *Manager Sales*.

2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai perusahaan yang merupakan distributor utama dari KANMURI, PT. Satya Djaya Raya Trading memiliki kewajiban untuk membuat katalog serta media promosi untuk produk yang dijual. Katalog dan media promosi ini bertujuan agar konsumen atau mitra bisnis dapat memahami produk dengan baik sebelum melakukan pembelian atau kerjasama. KANMURI memiliki beberapa katalog, buku panduan pemasangan genteng dan juga brosur yang berisi tentang produk genteng keramiknya, berikut penjelasan lebih lanjutnya.

2.3.1 Ceramic Roof Tile Catalogue

Buku katalog untuk genteng keramik adalah buku yang berisi informasi produk KANMURI, alasan mengapa memilih KANMURI, katalog setiap jenis produk hingga contoh bangunan yang menggunakan produk KANMURI. Buku katalog ini dibuat *graphic designer* di KANMURI dengan PICnya adalah *Manager Marketing*.



Gambar 2.4 Buku Katalog

Buku katalog ini dibuat dengan durasi kurang lebih 3 bulan dengan menggunakan *software Adobe InDesign, Adobe Photoshop* dan *Adobe Illustrator*. Katalog dibuat sebanyak 54 halaman dengan *output* print dan menggunakan bahan kertas cetak berbahan tebal sehingga membantu menunjukkan kualitas serta kredibilitas produk. Karena bertujuan untuk memberikan informasi kepada pembacanya maka buku katalog ini termasuk ke dalam pilar DKV, Informasi. Selama proses pengerjaannya terdapat kendala dalam mencari ide-ide baru yang sebelumnya tidak pernah dianggap dalam penyusunan katalog. Kemudian terdapat kendala juga dalam menyesuaikan *layout* katalog karena banyak *asset* gambar serta informasi yang harus dimasukkan ke dalam buku. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi *graphic designer* agar menghasilkan buku katalog yang efisien baik dalam hal penyampaian informasinya maupun estetikanya.

2.3.2 Katalog Genteng Keramik Kanmuri

Buku katalog kedua dibuat berbeda dengan buku katalog sebelumnya yaitu dibuat dalam bentuk *trifold brochure* yang dicetak langsung. Katalog ini lebih disederhanakan penyampaian informasinya namun masih tergolong sangat lengkap mulai dari penjelasan produk, panduan pemasangan dan penjelasan aksesoris genteng serta penempatannya. Katalog ini termasuk dalam pilar DKV, informasi.

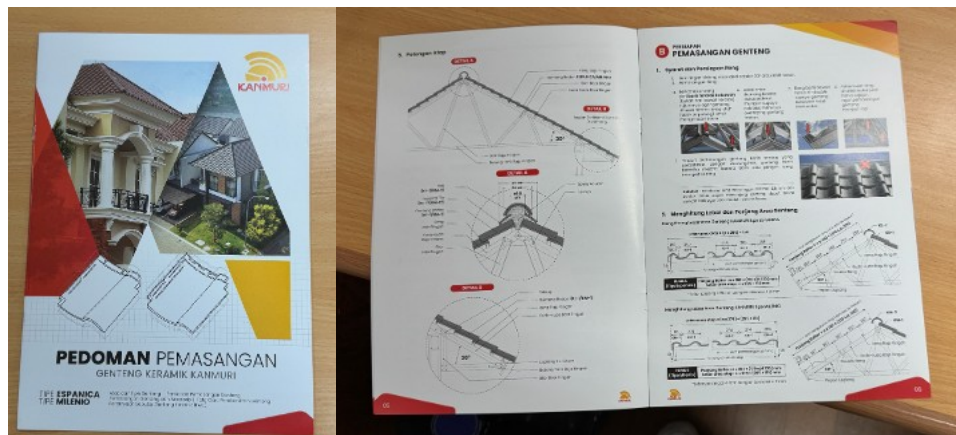


Gambar 2.5 Trifold Brochure

Trifold Brochure ini dibuat oleh tim *marketing* khususnya *graphic designernya* dengan di PICkan langsung oleh *managernya*. Pengerjaan katalog ini memakan waktu kurang lebih 3 minggu. Tantangan yang dialami oleh *designer* dalam pengerjaan ini adalah harus merangkum informasi yang banyak menjadi lebih sederhana dan membuat *layout* brosur yang masih nyaman untuk dilihat serta memiliki keterbacaan yang jelas.

2.3.3 Buku Panduan pemasangan genteng

Buku pedoman pemasangan genteng keramik adalah buku yang berisi langkah-langkah pemasangan genteng keramik KANMURI. Buku ini dibuat menggunakan *software Adobe InDesign*. Buku panduan pemasangan terdiri dari 18 halaman yang kemudian dicetak pada kertas berbahan tebal. Hasil cetak buku ini membantu menunjukkan kualitas dan kredibilitas produk genteng keramik. Buku pedoman termasuk dalam pilar DKV, informasi.



Gambar 2.6 Buku Panduan Pemasangan Genteng

Panduan ini dibuat oleh *graphic designer* perusahaan dengan PICnya adalah *manager marketing* KANMURI. Pengerjaan panduan ini memakan waktu kurang lebih 2 bulan. Tantangan yang dialami oleh *designer* memiliki kesamaan dengan 2 buku sebelumnya, dimana harus membuat *layout* dengan informasi yang cukup banyak namun harus tetap memperhatikan estetika serta keterbacaannya.

2.3.4 Banner Talkshow

Banner pada perusahaan KANMURI akan diserahkan kepada toko-toko yang menjual produk KANMURI. Hal ini bertujuan sebagai media informasi sekaligus mempersuasi konsumen untuk membelinya sehingga untuk *banner* ini termasuk dalam pilar DKV, informasi dan persuasi.



Gambar 2.7 Banner Event Talkshow

Waktu pengerjaan *banner* bervariasi menyesuaikan kebutuhan toko atau *event* serta tenggat kebutuhannya. Namun biasanya pengerjaan *banner* ini hanya memakan waktu maksimal 1 minggu. Seluruh desain *banner*

menggunakan *software Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop* untuk pengerjaannya. Desain *banner* dikerjakan oleh *graphic designer* dengan di supervisikan langsung oleh *manager marketing*. Tantangan yang dialami selama pengerjaan *banner* adalah menentukan *style design* yang ingin digunakan karena *talkshow* ini merupakan kolaborasi dengan beberapa pihak. Selain itu terdapat juga tantangan dalam membuat *copywritting* yang dapat mejadi *hook* serta berguna untuk mempersuasi konsumen. Selain itu pembuatan desainnya juga harus menyesuaikan dengan *guideline brand*.

