

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

TURU merupakan *brand* yang berada di bawah naungan PT Salim Andalan Paramita, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perlengkapan tidur. *Brand* ini didirikan pada tahun 2021 yang berfokus untuk menyediakan kasur dan perlengkapan tidur yang berkualitas. TURU memulai perjalanannya melalui penjualan di *e-commerce* pada tahun 2021, lalu disusul dengan *showroom offline* pertamanya di tahun 2022 yang terletak di Green Lake City.



Gambar 2.1 Logo TURU
Sumber: Data Perusahaan (2026)

Membawa misi sederhana untuk meningkatkan kualitas tidur, TURU berkomitmen untuk memberikan pengalaman tidur yang mendukung kesehatan serta kenyamanan pelanggan. Oleh karena itu, TURU memproduksi berbagai jenis kasur yang sesuai dengan kebutuhan setiap pelanggannya. Tak hanya itu, TURU menyediakan perlengkapan tidur seperti bantal, guling, selimut, hingga *mattress protector*.

Selama 5 tahun berdiri, TURU telah dipercayai oleh lebih dari 500.000 pembeli di seluruh Indonesia. Hal tersebut dapat dicapai karena TURU sangat memperhatikan proses produksi setiap produk yang dijual. Berawal dari pemilihan bahan yang

premium dan berkualitas, proses pembelian praktis, hingga garansi produk yang diberikan kepada konsumen telah disiapkan secara matang. Bahkan, setiap produk yang dikeluarkan oleh TURU telah memiliki sertifikat K3L.

2.1.1 Visi dan Misi TURU

TURU memiliki visi dan misi sebagai berikut:

A. Visi

To be Indonesia's Most Loved Sleep Company.

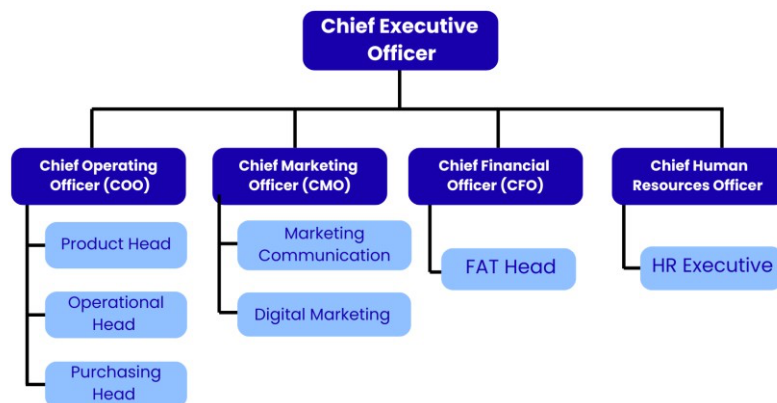
B. Misi

Misi TURU adalah “DREAM”

- *Design sleep products that prioritize true comfort – without the heavy price tag, so everyone, from young adults to growing families, can sleep comfortably.*
- *Resonate with people – building a sleep brand that feels warm, familiar, fun, and made for everyday Indonesians.*
- *Ensure we're wherever our customers are – with relatable content, friendly service, reliable delivery, and easy access through multiple sales channels across Indonesia.*
- *Advocate for healthier sleep habits – through thoughtful design and storytelling that inspires better rest.*
- *Make every purchase matter – through mattress upcycling and meaningful contributions to local communities.*

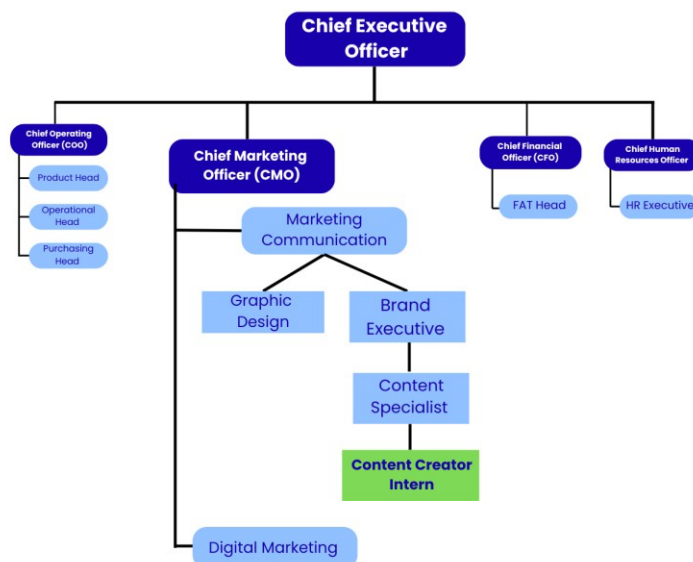
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

TURU merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di industri retail yang menjual perlengkapan tidur. TURU telah beroperasi sejak tahun 2021 dengan struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi TURU
Sumber: Data Laporan Magang (2025)

Gambar 2.2 menunjukkan struktur organisasi TURU secara keseluruhan. Posisi *Content Creator Intern* dalam perusahaan ini berada di bawah Departemen *Marketing Communication* yang strukturnya dapat dilihat pada Gambar 2.3 sebagai berikut:



Gambar 2. 3 Bagan Struktur Organisasi TURU
Sumber: Data Laporan Magang (2026)

Departemen *Marketing Communication* bertanggung jawab dalam menyusun strategi untuk mengomunikasikan pesan-pesan perusahaan kepada publik. Berikut

merupakan *job description* dari divisi-divisi yang berada di dalam *Marketing Communication*:

A. Brand Executive

Bertanggung jawab dalam melakukan kerja sama dengan *potential brand collaborator* terkait *promotional campaign*.

B. Content Specialist

Membuat *editorial planning*, *scripting*, serta memproduksi konten video untuk kebutuhan promosi di media sosial.

C. Graphic Design

Membuat materi publikasi gambar atau *motion* yang diunggah di semua *platform* perusahaan sesuai kebutuhan divisi lain.

D. Content Creator Intern

Membantu *content specialist* dalam menulis skrip, *shooting video*, *editing video*, serta *uploading* konten pada *platform* TikTok.

Pada program magang ini, pekerja magang mendapatkan tugas dan arahan dari *Content Specialist* untuk bertanggung jawab dalam memproduksi konten video. Mulai dari pembuatan *content planning*, memproduksi, hingga mengevaluasi konten. Pekerja magang juga diajak untuk belajar menganalisis kompetitor dan membaca data *engagement* untuk kebutuhan *monthly report*.

2.3 Portofolio Perusahaan

2.3.1 Penghargaan TURU



Gambar 2. 4 TURU Raih Brand Choice Award Home & Living
Sumber: [Infobrand.id](https://infobrand.id) (2025)

Pada tahun 2025, TURU meraih Brand Choice Award Home & Living dalam kategori *spring bed*. Penghargaan ini berhasil didapatkan karena TURU telah meningkatkan *brand awareness* dengan menggunakan strategi yang tepat di era digital. Tak hanya itu, performa TURU di *marketplace* telah tercatat lebih dari 31.576 transaksi, 16,057 ulasan, dan *rating* sempurna 5,0. Hal ini menjadi bahan bakar TURU untuk terus berinovasi sehingga dapat menghadirkan produk kebutuhan tidur yang sehat dan berkualitas.

2.3.2 Corporate Social Responsibility

TURU melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dengan mengambil bagian dalam renovasi sebuah panti asuhan. Pada akhir tahun 2025, TURU berkolaborasi dengan *Key Opinion Leader* (KOL) yaitu Arrofi dan Iren Suwendi untuk merenovasi panti asuhan Kuntum Teratai. Komitmen TURU untuk memberikan kualitas terbaik ditunjukkan dengan memberikan 14 Kasur TURU Original ukuran 100 x 200 dan 8 kasur TURU Original ukuran 90 x 200. Tak hanya itu, TURU memberikan 22 *matrass protector* untuk memberikan perlindungan serta kenyamanan lebih bagi para anak asuh Panti Kuntum Teratai.



Gambar 2. 5 CSR TURU

Sumber: Data Internal TURU (2026)