

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Luxus Indonesia lahir pada tahun 2018, yang bergerak di bidang sepatu wanita lokal. Luxus mulai beroperasi dari sebuah ruko kecil dengan berfokus pada penjualan online melalui platform marketplace seperti Shopee dan TikTok Shop. Menghadirkan produk yang sejalan dengan perkembangan tren yang ada saat ini dengan harga yang tergolong murah dan kompetitif.



Gambar 2.2 Logo Luxus Indonesia  
Sumber Gambar: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Sejak awal, Luxus fokus pada penjualan sepatu wanita, khususnya dalam kategori *sneakers*, dengan tambahan variasi produk lainnya berupa sandal untuk melengkapi opsi SKU. Produk yang disediakan meliputi berbagai jenis, dari sepatu kasual, olahraga, hingga sepatu untuk keperluan sekolah. Luxus menargetkan segmen pasar dengan harga yang cukup terjangkau, mulai dari Rp100.000, dengan tetap mengutamakan desain yang modern sesuai dengan tren *fashion* yang sedang berlangsung.

Di tahun 2022, Luxus mengalami perkembangan karena *demand* pasar yang tinggi. Hal ini membuat Luxus akhirnya berpindah ke kawasan pergudangan Kavling DPR, Tangerang yang mana tempat tersebut merupakan gudang dan kantor utama hingga saat ini. Luxus juga memperluas jangkauan penjualan *online* dengan bergabung 2 marketplace lain yaitu, Tokopedia dan

Lazada. Dan tidak hanya online, Luxus juga mulai mengembangkan penjualan *offline* dalam bentuk bisnis-ke-bisnis (B2B).

Luxus juga pernah mencoba untuk perluas jangkauan kepada pembeli secara langsung dengan membuka toko di Tangcity Mall di awal tahun 2025 hingga Maret 2026. Untuk saat ini, Luxus kembali fokus pada penjualan secara *online*, dengan memaksimalkan berbagai platform seperti TikTok (social commerce), Instagram, Facebook, Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Kegiatan pemasaran digital yang dilaksanakan mencakup penjualan melalui live streaming, produksi video menggunakan fitur keranjang kuning di TikTok, serta penggunaan iklan berbayar (ads). Sementara itu, Instagram dan Facebook dimanfaatkan sebagai sarana untuk mengembangkan citra merek melalui konten visual yang menarik, dan penggunaan Meta Ads untuk menjangkau lebih banyak audiens di seluruh Indonesia.

#### 2.1.1 Visi Misi Perusahaan

**Visi :** Menjadi merek sepatu favorit wanita Indonesia dengan model terkini yang berkualitas tinggi dengan harga terjangkau.

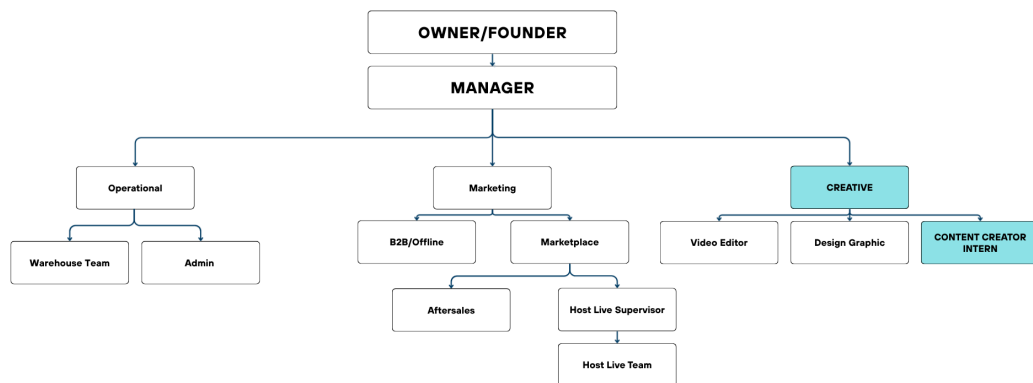
**Misi :**

1. Mengutamakan kenyamanan dan keamanan dalam setiap produk melalui penggunaan material yang berkualitas serta desain yang fungsional.
2. Berkomitmen untuk terus melakukan inovasi dan pengembangan produk sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen yang dinamis.

#### 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Luxus memiliki struktur organisasi yang tergolong sederhana, disesuaikan dengan kebutuhan bisnis yang lebih berfokus pada e-commerce dan pemasaran

digital. Untuk menjalankan kegiatan operasional, struktur organisasi perusahaan Luxus adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Luxus Indonesia  
Sumber Gambar: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Menurut struktur organisasi perusahaan Luxus, *Owner/Founder* berada di tingkat tertinggi perusahaan. *Owner/Founder* bertanggung jawab atas manajemen umum perusahaan dan memutuskan arah strategi perusahaan. Di bawah *Owner/Founder* adalah *Manager*, yang bertanggung jawab atas koordinasi semua kegiatan operasional, serta memastikan bahwa setiap divisi bekerja dengan potensi penuh, efektif dan efisien.

*Manager* menaungi beberapa divisi seperti, divisi *Operational*, *Marketing*, dan *Creative*. Untuk divisi *Operational*, dipimpin oleh *Supervisor* yang mengawasi pengelolaan inventaris perusahaan, melacak catatan produk yang masuk dan keluar, serta mengelola distribusi dan pengiriman. Dalam keseharian, *Supervisor* mendapat bantuan dari *Admin* dan Tim Staf Gudang, yang bertanggung jawab atas penyimpanan, inspeksi, pengemasan, dan pengiriman barang.

Berikutnya dari divisi *Marketing*, yang mengawasi strategi penjualan dan pemasaran perusahaan. Dalam divisi ini terdapat 2 bagian, yaitu: Tim *Marketplace* yang mengelola penjualan di marketplace (TikTok Shop, Shopee, Tokopedia, dan

Lazada) dan *B2B/Offline* yang bertanggung jawab untuk penjualan besar. Di bawah Marketplace, terdapat Admin *Aftersales* yang mengelola kegiatan pasca penjualan seperti menangani keluhan pelanggan dan permintaan pengembalian barang dan Supervisor Host Live. Dilanjut dengan Tim Host Penjualan yang melakukan siaran langsung penjualan melalui *marketplace* dibawah naungan *supervisor* nya.

Divisi Creative dinaungi oleh seorang *Creative Leader*, yang bertanggung jawab atas semua kegiatan perusahaan yang melibatkan kreativitas dan branding perusahaan. Divisi ini terdiri dari Desainer Grafis, Editor Video, dan *Content Creator Intern*. Divisi ini sangat penting karena mereka bertanggung jawab untuk menghasilkan visual yang menarik untuk mendukung promosi dan meningkatkan kehadiran perusahaan di berbagai saluran digital, seperti TikTok, Instagram, Facebook, dll.

Pemegang sendiri berada di divisi Creative sebagai ***Content Creator Intern***. Peran pemegang disini membantu dalam setiap bagian proses pembuatan konten mulai dari merancang konsep, melakukan riset tren, dan kemudian mengikuti proses fotografi dan videografi untuk media sosial dan marketplace. Pemegang juga membantu tim dalam membuat konten lebih relevan bagi audiens dan sesuai dengan tren TikTok dan Instagram.