

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Piyama untuk Indonesia merupakan perusahaan *retail apparel* dan *fashion* yang berbasis di Tangerang, Indonesia dan lebih dikenal sebagai Lazy Pajamas. Perusahaan memfokuskan pemasaran melalui platform *e-commerce* Shopee, TikTok, dan Tokopedia. Lazy Pajamas memiliki banyak produk piyama yang telah diproduksi baik orisinal maupun kolaborasi dengan *brand* ternama.

2.1.1 Profil Perusahaan

Lazy Pajamas bergerak di bidang sektor *fashion retail* yang memproduksi pakaian piyama dengan bahan kain terpilih. Lazy Pajamas dikenal dengan ketiga bahan kain untuk memproduksi piyama dengan *Tencel Silk*, *Nuzy Viscose*, dan *Cotton Morgen*. Warna utama yang digunakan dalam *brand* Lazy Pajamas adalah biru tua, putih dan hitam.



Gambar 2.1 Logo Lazy Pajamas
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

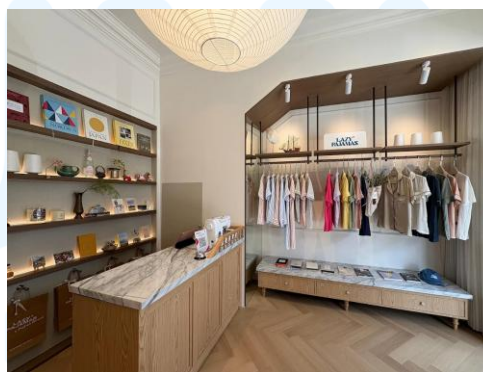
Lazy Pajamas memiliki cara bekerja dalam perusahaan yang dikenal sebagai “*The Craftsman at Heart*” yang dibangun dengan *mutual respect and understanding*, *do extra miles*, dan *always remain a student* (Lazy Pajamas, 2026). Ketiga aspek tersebut adalah bagaimana karyawan berinteraksi dengan sesama karyawan, terhadap pekerjaan, dan dengan diri sendiri. Ketiga aspek dalam *employee handbook* dijabarkan sebagai berikut:

1. *Mutual respect and understanding* diangkat sebagai bagaimana berinteraksi dengan sesama, diawali dengan memprioritaskan keberhasilan bersama dibanding kepentingan pribadi. Kemudian,

saling percaya dan dipenuhi rasa hormat terhadap sesama. Selain itu, ikut merayakan pencapaian orang lain.

2. *Do extra miles* diangkat sebagai bagaimana berinteraksi dengan pekerjaan, diawali dengan mengerjakan setiap tugas dengan penuh kepedulian dan rasa memiliki. Kemudian, membawa sikap optimis dan semangat “saya bisa” dalam bekerja dan berupaya dalam menemukan peluang untuk perbaikan atau perkembangan.
3. *Always remain a student* mengacu pada untuk tetap menjadi pelajar dalam bekerja dengan menerapkan pola pikir yang berkembang dan selalu memiliki keinginan untuk belajar. Selain itu, memiliki keberanian untuk mencoba hal-hal baru.

Pada Lazy Pajamas, diutamakan tiga hal yaitu *people*, *culture*, dan *vision*. *People* yang mengacu pada karyawan Lazy Pajamas, dikenal sebagai *crafters* yang dapat membuat Lazy Pajamas berkembang ke depannya. *Culture* mengacu pada *work environment* dalam perusahaan yang dibangun dan perlu dijaga dengan seleksi yang teliti. Kemudian, *vision* pada tahun 2026 yang ditemakan untuk menjadi pemimpin pasar.



Gambar 2.2 Toko Fisik Lazy Pajamas
Sumber: <https://www.google.com/search?sca...>

Adapun misi yang dimiliki perusahaan di tahun 2026 yaitu untuk memperkuat *fundamental*, mencari lebih banyak *garments*, serta menguasai kota-kota besar. *Long-term goal* yang dimiliki Lazy Pajamas adalah menjadi *multinational brand* dengan harapan dapat membuka cabang di negara-negara,

minimalnya Asia Tenggara. Dengan itu, Lazy Pajamas sedang berada dalam proses perkembangan dengan memperkuat fondasi secara internal.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

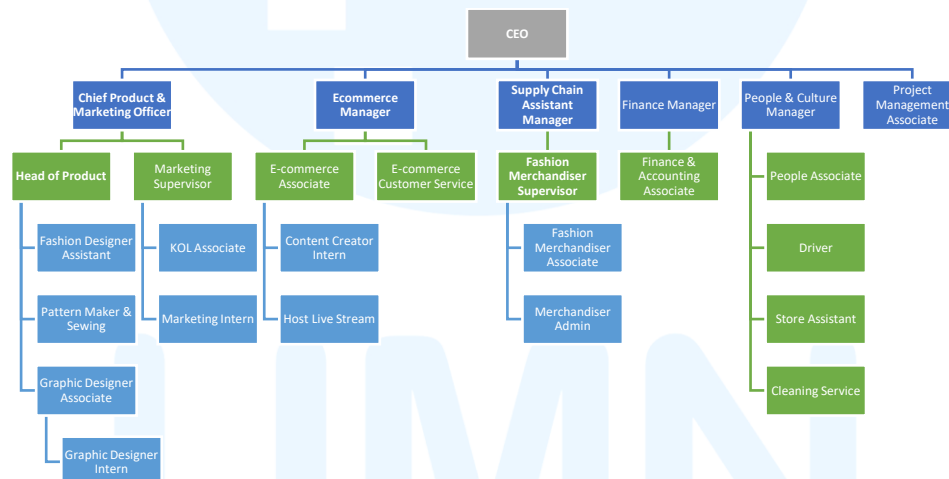
Perusahaan ditemukan oleh kedua *founder* yaitu Michael Jeremy dan Michelle Tan (Lazy Pajamas, 2026). Perusahaan didirikan pada April 2023 di Northridge Business Center Blok A3 No. 19 Jl. BSD Raya Utama, Kec. Serpong, Tangerang Selatan, Banten 15310. Perusahaan memiliki toko sebagai kantor pertama yang dilengkapi dengan *station* untuk *packing* pembelian maupun hadiah. Kemudian, perusahaan memiliki kantor kedua di ruko yang sama dan menjadi lokasi karyawan bekerja.

Lazy Pajamas awalnya berjalan dengan mengeluarkan *collection* pertamanya yang dinamakan *Playjamas*, menggunakan bahan kain *Nuzy Viscose*. Awalnya, *Playjamas* dikeluarkan satu per satu mulai dari *solid colors* dan dua warna *stripes* yang hingga saat ini masih *restock*. Lazy Pajamas telah berkolaborasi dengan *brand* seperti kosetto, Naked Bread, dan Peanuts Snoopy dengan tema yang berbeda-beda dalam produksi piyamanya.

Selain itu, produk orisinalnya selain *Playjamas* terdapat koleksi *sports series*, *Heirloom*, dan *Chinoiserie* yang merupakan keluaran untuk merayakan hari raya Imlek dengan pola yang oriental. Tidak hanya *Chinoiserie*, Lazy Pajamas memiliki koleksi *Chez Nous* yang sudah direncanakan dan diproduksi untuk merayakan Eid Mubarak. Lazy Pajamas juga sering berkolaborasi dengan *brand* seperti Elmer, Kérastase Paris, Wardah, dan produk kecantikan maupun *care* lainnya yang menjadikan produk sebagai *free gift* ketika konsumen membeli piyama. Pada *timeline* Lazy Pajamas di tahun 2026, masih terdapat banyak produk yang sedang direncanakan dan akan dikeluarkan. Dengan itu, perusahaan masih berkembang dan terdapat banyak konten maupun produk yang dapat dinantikan dari Lazy Pajamas.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi di Lazy Pajamas terakhir diubah pada Februari 2026. Lazy Pajamas memiliki berbagai divisi seperti *product*, *marketing*, *sales*, *supply chain*, *finance*, hingga *people manager* dan sebagainya. Pada divisi produk, mengurus desain produk dari desain piyama hingga aset visual grafis yang diperlukan. Desainer grafis dimasukkan ke dalam divisi produk dengan membantu pembuatan visual grafis yang digunakan untuk di media sosial, katalog, *e-commerce banner*, dan sebagainya. Divisi *marketing* masih berada di naungan *Chief of Product and Marketing Officer*, tetapi divisi *sales e-commerce* memiliki *manager* yang berbeda walaupun segala konten masih dapat diperiksa dan direvisi oleh *Chief of Product and Marketing Officer*. Berikut merupakan bagan dari struktur organisasi di Lazy Pajamas:



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Lazy Pajamas
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

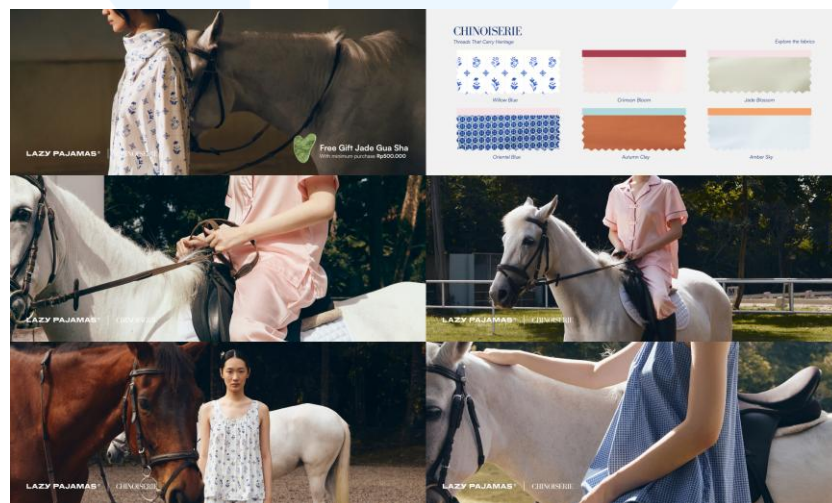
Penulis bekerja sebagai *graphic designer intern* di bawah naungan *graphic designer* terdahulu. Tugas sebagai *graphic designer* adalah membantu divisi produk, juga memenuhi keperluan lintas divisi seperti *marketing* dan *brand*, serta divisi *sales e-commerce* seperti menangani bagian grafis untuk *e-commerce* seperti *story*, *banner*, dan katalog. Dengan itu, penulis mendapatkan tanggung jawab untuk membantu pembuatan grafis untuk divisi *marketing* dan *sales*, serta memiliki *supervisor* yaitu *graphic designer* terdahulu.

2.3 Portofolio Perusahaan

PT Piyama untuk Indonesia merupakan perusahaan *retail* piyama yang melakukan kolaborasi dengan *brand-brand* seperti Naked Bread dan Peanuts Snoopy. Selain dari produk piyama yang dirancang, portofolio perusahaan mencakup *banner e-commerce* yang dirancang untuk menginformasikan adanya kolaborasi maupun produk baru. Berikut merupakan penjabaran dari beberapa proyek yang dimiliki oleh perusahaan dari yang terbaru sebelum penulis bergabung:

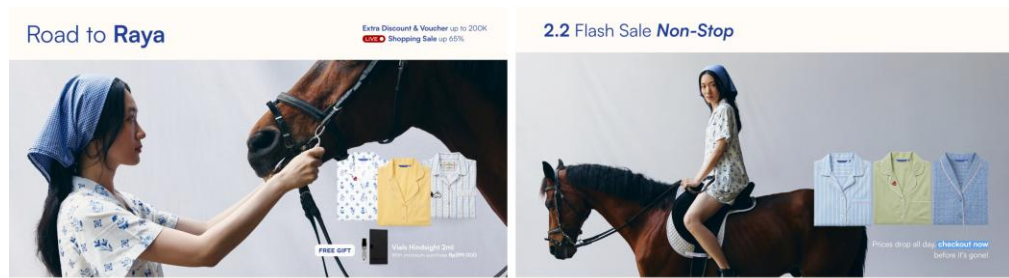
2.3.1 Desain Media *E-commerce* Koleksi *Chinoiserie*

Koleksi *Chinoiserie* dikeluarkan pada 12 Januari 2026, dalam rangka merayakan Tahun Baru Imlek yang merupakan tahun *shio* kuda api. Koleksi *Chinoiserie* memiliki enam desain dengan *Willow Blue*, *Oriental Blue*, *Crimson Bloom*, *Autumn Clay*, *Jade Blossom*, dan *Amber Sky*. Koleksi menyediakan panjang lengan dari *sleeveless*, *short sleeves*, hingga *long sleeves*.



Gambar 2.4 Koleksi *Chinoiserie*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Lazy Pajamas cenderung melakukan *campaign photoshoot* dengan menyelaraskan tema tahunan atau koleksi yang ingin disampaikan. Berhubungan dengan Tahun Baru Imlek yang merayakan *shio* kuda, maka dalam foto-foto *campaign* terlihat melibatkan seekor kuda. *Banner e-commerce* dari Lazy Pajamas cenderung menggunakan foto *campaign* dengan minim elemen untuk diletakkan sebagai pemisah kategori dalam Shopee.



Gambar 2.5 Penggunaan Foto Kampanye *Chinoiserie*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Kemudian, foto kampanye digunakan untuk media *banner* lainnya seperti informasi akan adanya *flash sale* atau *event* seperti “*Road to Raya*”. Elemen yang digunakan pada *banner* mencakup dari logo, *copywriting*, dan elemen pendukung seperti *showcase* produk koleksi lainnya atau gambar produk *free gift*. Dengan itu, gaya desain yang dimiliki Lazy Pajamas dapat disimpulkan menjadi *simple*, *clean*, dan *elegant* dengan struktur *layout* yang disusun dengan rapi serta penggunaan *font* yang konsisten.

2.3.2 Desain Media *E-commerce* Kolaborasi Peanuts

Lazy Pajamas memiliki dua koleksi yang berkolaborasi dengan *brand* Peanuts yaitu *Sleepy Snoopy* dan *Merry Snoopy* dalam rangka merayakan Natal. Koleksi *Sleepy Snoopy* dikeluarkan pada Oktober 2025, sedangkan *Merry Snoopy* dikeluarkan pada November 2025. Koleksi *Sleepy Snoopy* memiliki tiga desain dengan warna *Lucy Blue*, *Charlie Yellow*, dan *Linus Red*. Koleksi menyediakan panjang lengan dari *short sleeves* dan *long sleeves*, untuk wanita dan juga tersedia ukuran untuk anak-anak. Sedangkan koleksi *Merry Snoopy* mengeluarkan satu set dengan desain yang sama yaitu lengan pendek dan celana panjang untuk pria, wanita, dan anak-anak.

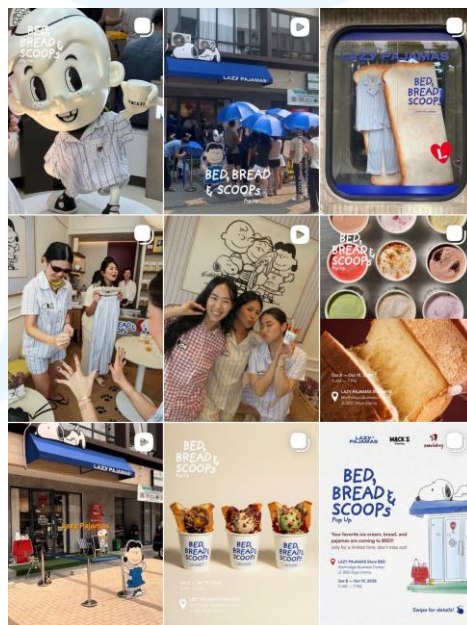


Gambar 2.6 Koleksi Peanuts x Lazy Pajamas
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Pada desain di kolaborasi dengan Peanuts, Lazy Pajamas menggunakan ilustrasi karakter *brand* Peanuts serta logonya. Selain itu, produk kolaborasi dengan Peanuts konsisten ditandakan dengan blok warna di dasar desain sesuai dengan warna produk yang ditunjukkan, terlihat pada sampul katalog pada Shopee. Kemudian, dasar latar desain menggunakan foto *lifestyle* yang menunjukkan kehangatan dengan piyama set yang dipakai sekeluarga.

2.3.3 Desain *Feeds Pop Up Event “Bed, Bread, & Scoops”*

Lazy Pajamas sempat mengadakan *pop up event* bernama “*Bed, Bread, & Scoops*” (BBS) yang berlokasi di BSD Northridge pada 8-19 Oktober 2025 dengan waktu buka pada pukul 11.00-19.00 WIB, sebagai *event* untuk merayakan rilisnya koleksi Peanuts x Lazy Pajamas. Lazy Pajamas berkolaborasi dengan Mack’s Creamery yang menyediakan es krim dengan roti *shokupan* dari Oomo Bakery bersama dengan piyama koleksi Peanuts dari Lazy Pajamas sendiri. Tiga *desserts* disediakan yaitu *PB&J Reinvented*, *Triple Chocolate Crunch*, dan *Matcha & Strawberry*.



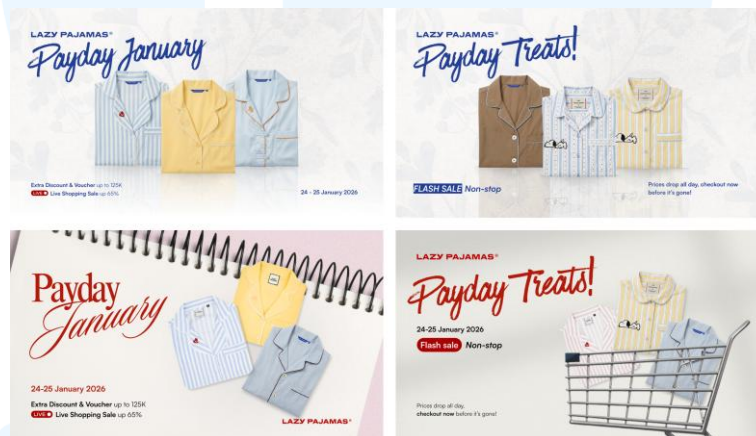
Gambar 2.7 *Feeds* Instagram BBS
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Desain pada *feeds* Instagram untuk menginformasikan adanya *event pop-up* BBS dengan secara langsung menampilkan lokasi *event* dan produk

kolaborasi yang disediakan. Desain *feeds* diutamakan ditampilkan dengan video agar dapat memperlihatkan situasi dan kemeriahan *event pop-up* BBS. Selain itu, elemen grafis yang digunakan minim, diutamakan menempatkan logo dan teks yang secukupnya untuk menyampaikan informasi yang dibutuhkan.

2.3.4 Desain Media *E-commerce* Promosi

Lazy Pajamas menggunakan Shopee, Tokopedia, Tiktok, dan Instagram sebagai saluran utama untuk mempromosikan produk koleksi. Media *e-commerce* cenderung berisikan mengenai *sales* untuk *payday*, *twin date*, dan *free gift* setiap pembelian dengan nominal minimal. *Banner payday* cenderung memuat sebuah *headline*, *copywriting* tambahan, dan tiga produk piyama Lazy.



Gambar 2.8 *Banner Payday* Shopee
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Namun, ketika penulis mulai melakukan magang, desain dari *banner* perlahan berubah dengan menggunakan foto kampanye seperti yang ditunjukkan pada koleksi *Chinoiserie*. Penulis mengamati kurang adanya konsistensi dengan desain *layout* yang dimiliki oleh Lazy Pajamas. Dengan itu, desain grafis Lazy Pajamas sedang melalui *revamp* dengan perubahan dari penggunaan *font* yang berbeda menjadi hanya menggunakan *font* utamanya, hingga pemilihan gambar *background* dan elemen grafis yang sesuai.