

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

TACO merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan material interior dan terus berkembang menjadi salah satu brand yang cukup dikenal di Indonesia. Perkembangan perusahaan ini dapat dilihat dari perjalanan panjangnya sejak didirikan pada tahun 1982 dengan produk pertama dan utamanya yaitu *laminates*, hingga terus melakukan ekspansi produk, peningkatan infrastruktur, serta memperoleh berbagai sertifikasi dan penghargaan hingga tahun 2025. Selain itu, TACO juga menunjukkan konsistensinya dalam berinovasi dan beradaptasi terhadap kebutuhan pasar melalui pengembangan produk serta penguatan sistem distribusi.

2.1.1 Profil Perusahaan

Pada bagian ini, penulis akan menjelaskan profil perusahaan tempat penulis melaksanakan kegiatan magang, yaitu PT Tangkas Cipta Optimal yang dikenal dengan TACO. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang penyediaan solusi material interior. TACO menawarkan berbagai produk yang mendukung kebutuhan desain interior dan konstruksi modern, sehingga banyak digunakan oleh desainer interior, arsitek, maupun pelaku industri furnitur. Seiring perkembangan industri, TACO juga terus melakukan inovasi dengan memperluas produknya hingga ke kebutuhan eksterior.

Dengan visi TACO yaitu *“To become a source of blessing for all stakeholders as a world-class family-oriented business lead by professional”*. Ini menunjukkan TACO memiliki tujuan untuk menjadi perusahaan kelas dunia yang berorientasi pada keluarga dan memberikan manfaat bagi seluruh pemangku kepentingan terhadap TACO. Visi ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan semata, tetapi juga ingin

memberikan dampak positif yang luas, baik bagi karyawan, mitra, maupun konsumen. Sementara itu, misi perusahaan yaitu *“Delighting customers and consumers through providing the best quality home-improvement products that conform to market needs and are supplied on time”*. Ini bertujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui produk *home improvement* berkualitas tinggi yang sesuai dengan kebutuhan pasar serta didistribusikan secara tepat waktu. Menurut penulis, visi dan misi ini mencerminkan komitmen perusahaan dalam menjaga kualitas sekaligus membangun kepercayaan konsumen.



Gambar 2.1 Logo TACO
Sumber: Asset Perusahaan

Dari sisi identitas visual, logo TACO memiliki tampilan yang sederhana namun kuat, dengan penggunaan tipografi tegas dan warna yang kontras, terutama kombinasi hitam dan oranye. Secara visual, logo ini memberikan kesan modern, profesional, dan dinamis, yang sejalan dengan karakter perusahaan yang terus berkembang dan inovatif. Penggunaan elemen visual yang konsisten juga menjadi bagian penting dalam membangun brand identity yang mudah dikenali oleh masyarakat.

Dalam bidang usaha dan produk, TACO menyediakan berbagai material interior seperti *High Pressure Laminate (HPL)*, *hardware*, *aluminium composite panel*, lantai vinyl SPC, *adhesive*, hingga plafon PVC. Produk-produk tersebut dirancang untuk memenuhi kebutuhan desain interior yang fungsional sekaligus estetik. Selain itu, TACO juga mulai mengembangkan produk untuk kebutuhan eksterior sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan pasar konstruksi modern. Melalui keberagaman produk ini, penulis melihat bahwa TACO memiliki *positioning* yang kuat sebagai penyedia solusi material interior yang lengkap dan relevan dengan kebutuhan industri saat ini.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Pada tahap awal perkembangannya, TACO mulai membangun fondasi bisnisnya di industri material interior. Pada tahun 1982, perusahaan pertama kali meluncurkan produk *laminates* yang menjadi cikal bakal dari lini produk utamanya. Selanjutnya, pada tahun 2001, TACO memperkenalkan produk TACO *Sheet* sebagai bentuk pengembangan variasi material. Perkembangan tersebut berlanjut pada tahun 2003 dengan diluncurkannya *High Pressure Laminates* (HPL) yang hingga saat ini menjadi salah satu produk unggulan perusahaan. Hingga tahun 2008, TACO terus memperluas portofolio produknya sebagai bentuk adaptasi terhadap kebutuhan pasar yang semakin berkembang.

TACO mulai menunjukkan perkembangan yang signifikan dari segi infrastruktur dan ekspansi bisnis. Pada tahun 2011, perusahaan membuka *Distribution Center* pertama di Pulo Gadung sebagai langkah awal dalam memperkuat sistem distribusi. Kemudian pada tahun 2014, TACO kembali memperluas jangkauan distribusinya dengan membuka *Distribution Center* kedua di Surabaya, Jawa Timur. Tidak hanya itu, pada tahun 2015 TACO mulai melakukan diversifikasi produk dengan meluncurkan TACO *Hardware* dan TACO *Flooring*. Puncak dari perkembangan periode ini terjadi pada tahun 2017, ketika perusahaan berhasil mendirikan pabrik pertamanya di Cikande, Jawa Barat, yang menandai peningkatan kapasitas produksi secara mandiri.

TACO semakin memperkuat posisinya di industri melalui berbagai sertifikasi dan inovasi produk. Pada tahun 2021, TACO memperoleh sertifikasi TKDN untuk kategori HPL, yang menunjukkan komitmen perusahaan terhadap penggunaan komponen dalam negeri. Pada tahun 2022, perusahaan meluncurkan produk *adhesive* serbaguna serta memperoleh berbagai sertifikasi penting seperti Bea Cukai MITA, *Green Label Singapore*,

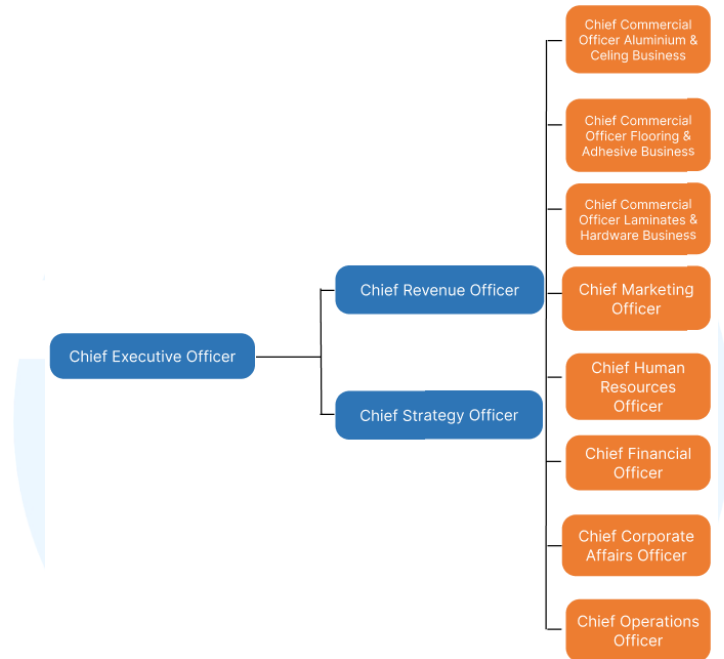
serta sertifikasi ISO (9001:2015, 14001:2015, dan 45001:2018). Kemudian pada tahun 2023, TACO kembali memperoleh sertifikasi TKDN untuk kategori *adhesive* serta sertifikasi SNI untuk produk *Tacompact Board*. Pada tahun 2024, perusahaan terus berkembang dengan membuka TACO Material Studio di beberapa lokasi, melakukan ground breaking *Distribution Center* di Cikarang, serta menyelesaikan pembangunan pabrik tambahan di Cikande.

Pada tahun 2025, TACO menunjukkan pencapaian yang semakin signifikan baik dari segi pengakuan brand maupun inovasi produk. Perusahaan berhasil memperoleh *Top Brand Certification* untuk kategori *High Pressure Laminates* serta *Subbrands Certification* untuk kategori *Vinyl Flooring*. Selain itu, TACO juga meluncurkan varian baru *adhesive* (TACO StarMax) serta menghadirkan motif-motif baru untuk produk *laminates*, *PVC sheet*, dan *PVC edging*. Menurut penulis, perkembangan ini menunjukkan bahwa TACO tidak hanya berfokus pada ekspansi bisnis, tetapi juga secara konsisten melakukan inovasi produk untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar industri material interior.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi di PT Tangkas Cipta Optimal (TACO) menunjukkan pembagian peran yang terstruktur dan profesional dalam menjalankan operasional perusahaan. Pada posisi tertinggi terdapat *Chief Executive Officer* (CEO) yang bertanggung jawab atas keseluruhan arah dan strategi perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya, CEO didukung oleh beberapa jajaran eksekutif, seperti *Chief Strategy Officer* yang berfokus pada perencanaan strategis perusahaan serta *Chief Revenue Officer* yang bertanggung jawab terhadap pertumbuhan pendapatan perusahaan. Selain itu, terdapat beberapa kepala divisi utama seperti *Chief Operations Officer*, *Chief Corporate Affairs Officer*, *Chief Financial Officer*, *Chief Human Resources Officer*, dan *Chief Marketing Officer* yang masing-masing memiliki peran penting dalam mengelola operasional, keuangan, sumber daya manusia, hingga pemasaran perusahaan. Tidak hanya itu, TACO juga memiliki beberapa *Chief Commercial Officer* yang secara khusus menangani lini bisnis

tertentu, seperti *laminates & hardware, flooring & adhesive, serta aluminium & ceiling*.



Gambar 2.2 *Organization TACO*
Sumber: Asset Perusahaan

Menurut penulis, struktur organisasi ini mencerminkan pembagian tugas yang jelas dan spesifik sehingga dapat mendukung efektivitas kerja serta pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan.

2.3 Portofolio Perusahaan

Perusahaan PT Tangkas Cipta Optimal (TACO) hingga saat ini telah banyak membuat dan mengikuti event besar untuk memperluas jangkauan perusahaan kepada banyak konsumen baru. Pada bagian ini penulis akan membahas terkait beberapa portofolio perusahaan terkait dengan event pameran yang memiliki keterkaitan kuat dengan aspek desain visual. Dari banyaknya portofolio yang dimiliki perusahaan, penulis memilih tiga event utama yang akan dibahas pada bagian ini yaitu IndoBuildTech 2024 di ICE BSD, IndoBuildTech 2025 di ICE BSD, dan IndoBuildTech 2025 di Surabaya. Ketiga event ini dipilih karena dalam pelaksanaannya menampilkan berbagai elemen desain yang beragam, mulai dari booth exhibition, media visual promosi, hingga penerapan desain interior yang merepresentasikan identitas brand TACO.

2.3.1 IndoBuildTech 2024 - ICE BSD

IndoBuildTech 2024 yang diselenggarakan di ICE BSD merupakan salah satu pameran terbesar di Indonesia yang berfokus pada industri bahan bangunan, arsitektur, dan desain interior. Event ini menjadi wadah bagi berbagai perusahaan untuk menampilkan inovasi produk terbaru serta memperluas jaringan bisnis dengan para profesional di bidang konstruksi dan desain. Dalam konteks ini, IndoBuildTech 2024 tidak hanya berfungsi sebagai ajang pameran, tetapi juga sebagai platform eksplorasi tren desain dan teknologi terkini di industri.



Gambar 2.3 *Booth IBT 2024 ICE BSD*
Sumber: Asset Perusahaan

Pada event tersebut, TACO berpartisipasi dengan menghadirkan booth pameran yang dirancang secara menarik dan interaktif, menampilkan berbagai produk unggulan seperti HPL, flooring, dan material interior lainnya. Melalui partisipasi ini, TACO berhasil memperkuat brand awareness serta menunjukkan eksistensinya sebagai salah satu pemain utama di industri material interior.

Banyak elemen desain yang digunakan perusahaan TACO dalam event IndoBuildTech 2024 yang diselenggarakan di ICE BSD, berikut ini merupakan beberapa elemen desain yang digunakan dan diterapkan:

2.3.1.1 *Instagram story*

Penggunaan Instagram story sebagai salah satu media desain dalam event ini bertujuan untuk mengundang tamu secara praktis serta dapat menghemat waktu dan tenaga. Penyebarannya dilakukan secara online melalui media sosial Instagram.



Gambar 2.4 *E-Invitation Instagram Story*
Sumber: Asset Perusahaan

Kedua gambar di atas menunjukkan tampilan desain dari *E-Invitation* yang dibagikan melalui *Instagram story*. Warna yang digunakan menggunakan beige dan hitam di mana itu merupakan *color palette* utama dari booth TACO di event ini. Desain yang dibuat mengandung konsep minimalis dan elegan, ini yang membuatnya serasi dengan warna yang telah di pilih. TACO juga menggunakan cara ini untuk mengajak para audiens untuk mengunjungi booth TACO.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.5 *Mini Event Instagram Story* IBT 2024 ICE BSD
Sumber: Asset Perusahaan

Dalam IndoBuildTech 2024 tidak hanya sekedar membuka booth, tetapi juga memiliki banyak *mini event* yang menarik dan memberikan wawasan kepada audiens seperti *Press Conference* dan *Talkshow* yang menarik seperti “Membuat Ruang Impian dengan DIY Interior,” “Profesional Gathering,” hingga “Media Sosial Sebagai Kunci Sukses Peningkatan Omzet Bisnis.” Tentunya, TACO juga menyebarkan informasi terkait *mini event* tersebut melalui media sosial *Instagram Story* dengan desain yang serasi dengan konsep yang dibuat.

2.3.1.2 Instagram Feeds

Selain mempromosikannya melalui *Instagram Story*, TACO juga mempromosikannya melalui *Instagram feeds*. Berikut merupakan desain untuk *Instagram Feeds*.



Gambar 2.6 *E-Invitation Square* IBT 2024 ICE BSD
Sumber: Asset Perusahaan

Kedua desain di atas merupakan bentuk persegi dari *E-Invitation*, desain di atas memiliki fungsi yang sama seperti desain *Instagram Story* sebelumnya. Kedua desain di atas berlaku juga sebagai *key visual* untuk gambaran konsep desain lainnya yang digunakan pada event ini.



Gambar 2.7 *Mini Event IBT 2024 ICE BSD*
Sumber: Asset Perusahaan

Sama seperti pada *Instagram Story*. Bagian *Mini Event* juga didesain dalam bentuk *Instagram Feeds*. Desain yang dibuat oleh TACO dalam event ini selaras dan mengikuti konsep yang ditentukan yakni konsep minimalis dan elegan. Tidak hanya itu, warna yang digunakan dalam desain juga selaras dimana lebih banyak dominan pada penggunaan warna beige dan hitam.

2.3.1.3 Videotron

Berikut merupakan desain videotron yang digunakan dalam event IndoBuildTech. Videotron tersebut digunakan untuk kegiatan *mini event* yang dilakukan yakni *Press Conference* dan *Talkshow*. Teknis desain yang dilakukan selaras dengan desain *Instagram Story* dan *Instagram Feeds*.



Gambar 2.8 Desain *Videotron* Beige
Sumber: Asset Perusahaan

Dari desain videotron di atas, dapat kita lihat juga bahwa desainnya selaras dengan desain-desain lainnya pada event ini. Dimana rata-rata desainnya menggunakan 2 konsep. Pertama, menjadikan warna beige sebagai warna *background* dan juga hitam sebagai tulisannya dan elemen pada desain.



Gambar 2.9 Desain *Videotron* Hitam
Sumber: Asset Perusahaan

Dan untuk konsep kedua adalah menjadikan warna hitam sebagai *background* dan warna beige dan putih dalam tulisan dan juga elemen pada desain. Kedua konsep dan *colour palette* tersebut juga digunakan dalam semua desain pada event IndoBuildTech 2024.

2.3.1.4 *Packaging Design*

Pada event ini, TACO menggunakan desain *packaging* yang sangat minimalis dan elegan. *Packaging*-nya berupa *paper bag*, *reed stick*, *bootle*, *gift wrap*, dan *wrap + ribbon*.



Gambar 2.10 Desain *Packaging* IBT 2024 ICE BSD
Sumber: Asset Perusahaan

Bisa dilihat pada gambar diatas, desain *packaging* pada event ini sangat minimalis. Dimana, semua *packaging* berwarna hitam dengan logo TACO *simple* yang berwarna putih.

2.3.1.5 Banner

Banner tentunya merupakan sesuatu yang sangat penting bagi sebuah event. Dengan adanya desain *banner* yang menarik akan menarik perhatian dan ketertarikan audiens dalam mengunjungi booth tersebut.



Gambar 2.11 Desain Banner IBT 2024 ICE BSD
Sumber: Asset Perusahaan

Desain *banner* pada event ini masih sesuai dengan konsep dan warna yang ditentukan di awal yaitu minimalis dan elegan sehingga warna *background* yang digunakan berwarna biru dengan logo TACO. Walaupun demikian, pada bawah *banner* juga terdapat informasi letak booth TACO pada event tersebut yang memberikan informasi kepada audiens yang ingin berkunjung.

2.3.2 IndoBuildTech 2025 - ICE BSD

IndoBuildTech 2025 yang kembali diselenggarakan di ICE BSD merupakan lanjutan dari event tahunan yang menghadirkan inovasi terbaru di bidang konstruksi dan desain. Event ini semakin berkembang dengan menghadirkan lebih banyak peserta serta konsep pameran yang lebih modern dan interaktif. IndoBuildTech 2025 menjadi ajang penting bagi perusahaan untuk memperkenalkan pengembangan produk serta mengikuti tren industri yang terus berubah.



Gambar 2.12 Booth IBT 2025 ICE BSD
Sumber: Asset Perusahaan

TACO kembali menghadirkan konsep booth yang lebih inovatif dan modern dibandingkan tahun sebelumnya. Perusahaan menampilkan berbagai pengembangan produk serta inovasi desain yang lebih variatif, termasuk penggunaan material dengan teknologi terbaru. Dari partisipasi ini, TACO tidak hanya berhasil menarik perhatian pengunjung, tetapi juga memperkuat positioning brand sebagai perusahaan yang adaptif terhadap tren dan kebutuhan pasar, serta konsisten dalam menghadirkan inovasi.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3.2.1 Key visual

Berbeda dari tahun lalu, pada IndoBuildTech 2025, TACO menggunakan *key visual* yang berkonsep “Dinamika Geometris Kontemporer” dengan tema “Explore New Horizons.” Konsep kali ini menggunakan dominan warna orange, merah, dan coklat yang memberikan kesan kehangatan. Tidak hanya itu, pada konsep ini juga disertai dengan warna hijau tosca dan kuning agar tidak terlalu monoton dan memberikan kesan modern yang sesuai dengan perusahaan TACO.



Gambar 2.13 Gambar *Key Visual* IBT 2025 ICE BSD
Sumber: Asset Perusahaan

Gambar diatas merupakan *key visual* yang digunakan oleh TACO pada event IndoBuildTech 2025 - BSD. Selain adanya gradasi warna orange, tetapi pada bagian atas juga diberi pola geometris yang disusun dengan bentuk belah ketupat (*diamond*) dan dibentuk seperti bunga. Pola ini memberi kesan 3D dan gerakan radial yang mengajak penonton untuk melihat lebih dalam.

2.3.2.2 Instagram story

Sama seperti tahun lalu, pada tahun ini TACO juga akan menggunakan media sosial dalam mempromosikan event yang diadakan. Salah satunya adalah melalui Instagram. Berikut merupakan desain untuk mempromosikan event IndoBuildTech 2025 BSD dalam bentuk Instagram *Story*.



Gambar 2.14 Gambar Instagram *Story* IBT 2025 ICE BSD
Sumber: Asset Perusahaan

Sama seperti tahun lalu, pada event IndoBuildTech 2025 BSD akan terdapat mini event dan *press conference* yang akan dilakukan untuk lebih dekat dengan audiens. TACO selalu konsisten dengan pembuatan desain mengikuti dengan *key visual* dan *colour palette*. Pada desain Instagram *Story* masih menggunakan pola geometris yang membentuk bunga pada bagian atasnya. Pada bagian bawahnya menggunakan warna abu dan tekstur seperti produk flooring TACO yang berwarna abu.

2.3.2.3 Instagram feeds

Selain memiliki Instagram *Story*, tentunya TACO juga akan mempromosikan event melalui Instagram *Feeds*. Berikut merupakan desain dari Instagram *Feeds*.

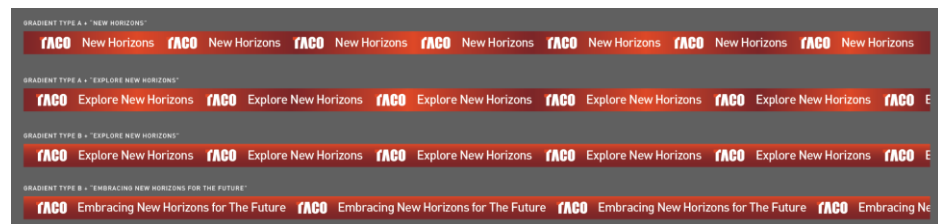


Gambar 2.15 Gambar Instagram *Feeds* IBT 2025 ICE BSD
Sumber: Asset Perusahaan

Desain pada Instagram *feeds* sama seperti Instagram *Story*. Perbedaan keduanya hanya pada ukuran saja. Keduanya selaras dengan *key visual* dan *colour palette* yang sudah ditentukan dalam event ini. Konten pada Instagram *feeds* dan *story* juga sama dengan tujuan yang sama adalah menjangkau dan mengajak lebih banyak audiens untuk mengikuti event ini.

2.3.2.4 Lanyard dan paper bag

Pada event ini juga terdapat lanyard dan *paper bag* yang didesain dengan konsep event. Berikut merupakan visualisasi lanyard dan *paper bag* pada event ini.



Gambar 2.16 Gambar *Lanyard* IBT 2025 ICE BSD
Sumber: Asset Perusahaan

Gambar diatas merupakan lanyard yang digunakan pada event ini. Dimana lanyard tersebut didasari dengan gradasi warna orange dengan tambahan logo TACO dan tema “Explore New Horizons.”



Gambar 2.17 Gambar *Paper Bag* IBT 2025 ICE BSD
Sumber: Asset Perusahaan

Berbeda dengan lanyard, desain *tote bag* menggunakan warna toska kuning yang lebih mencolok dengan adanya logo TACO berwarna putih di atasnya.

2.3.2.5 Banner

Pada IndoBuildTech 2025 BSD, desain *banner* yang digunakan juga sangat *simple* seperti pada gambar di bawah ini.



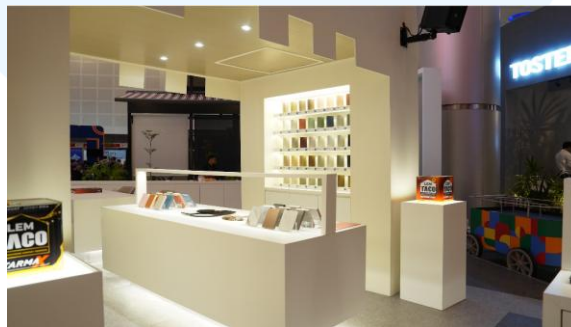
Gambar 2.18 Gambar Banner IBT 2025 ICE BSD
Sumber: Asset Perusahaan

Sesuai dengan tema dan konsep yang ditentukan pada IndoBuildTech 2025 ICE BSD, desain *banner* menggunakan *background* dengan warna gradasi dari orange ke kuning dan disertai

dengan tema pada event yaitu “Explore New Horizons.” Pada desain tersebut juga disertai kedua tangan yang rileks memberikan kesan *freedom* bagi audiens. Tentunya, dalam *banner* tersebut juga tercantum informasi letak booth TACO pada event tersebut.

2.3.3 IndoBuildTech 2025 - Surabaya

IndoBuildTech 2025 Surabaya yang diselenggarakan di Surabaya merupakan bagian dari ekspansi regional event IndoBuildTech untuk menjangkau pasar di luar Jakarta. Event ini memiliki tujuan untuk memperluas akses terhadap produk dan inovasi di bidang konstruksi serta desain interior bagi pelaku industri di wilayah Jawa Timur dan sekitarnya. Dengan skala yang tetap besar, event ini menjadi peluang bagi perusahaan untuk memperluas jaringan distribusi dan pasar.



Gambar 2.19 Booth IBT 2025 Surabaya
Sumber: Asset Perusahaan

Pada event ini, TACO memanfaatkan kesempatan untuk menjangkau pasar regional dengan menghadirkan booth yang tetap mengedepankan kualitas desain visual dan pengalaman pengunjung. Produk-produk unggulan ditampilkan secara strategis untuk menarik minat pengunjung dari berbagai kalangan, mulai dari profesional hingga konsumen umum. Melalui partisipasi ini, TACO berhasil memperluas jangkauan brand-nya ke pasar regional serta memperkuat hubungan dengan mitra dan pelanggan di luar wilayah Jakarta.

2.3.3.1 Instagram story

Pada IndoBuildTech 2025 Surabaya tentunya juga menggunakan *background* berwarna orange dan tema “Explore New Horizons.” Berikut merupakan salah satu Instagram *Story* pada event ini.

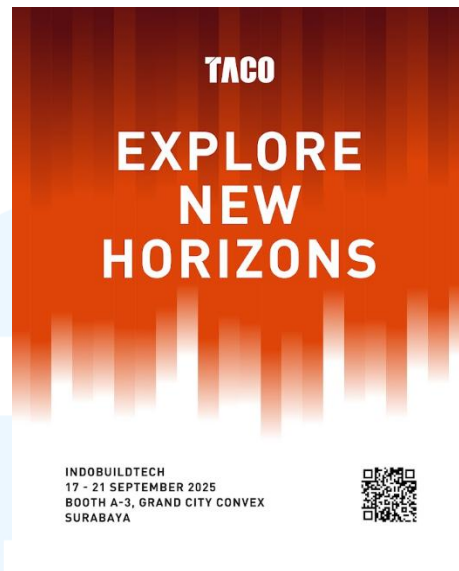


Gambar 2.20 Gambar Instagram *Story* IBT 2025 ICE BSD
Sumber: Asset Perusahaan

Desain di atas menggunakan teknik “Motion Blur” yang memberikan kesan dinamis dan futuristik. Hal tersebut juga selaras dengan tujuan TACO untuk mengadakan event di kota Surabaya. Dengan *background* yang digunakan warna orange juga akan memberikan kesan energi dan kehangatan.

2.3.3.2 Instagram Feeds

Masih sama seperti teknis sebelum-sebelumnya, desain untuk Instagram *feeds mirroring* dengan Instagram *Story* sehingga desainnya akan terlihat sama dengan ukuran yang berbeda.



Gambar 2.21 Gambar Instagram *Feeds* IBT 2025 ICE BSD
Sumber: Asset Perusahaan

2.3.3.3 Banner

Berikut merupakan salah satu visualisasi desain *banner* untuk event IndoBuildTech 2025 Surabaya.



Gambar 2.22 Gambar Banner IBT 2025 ICE BSD
Sumber: Asset Perusahaan

Masih sama dengan desain-desain sebelumnya, desain untuk *banner* masih selaras dengan tema dan konsep yang sudah ditentukan. *Background* yang digunakan juga sama seperti desain pada media sosial *Instagram*.