



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Martha Tilaar Group beridiri dari tahun 1970 oleh Dr. (H.C) Martha Tilaar yang pada awalnya mendirikan salon kecantikan Martha di kediaman orangtuanya di daerah Menteng, Jakarta Pusat. Sampai saat ini, Martha Tilaar Group memiliki tujuh anak perusahaan yaitu PT Martina Berto Tbk; perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran dan produksi, PT Cedefindo; perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan *manufacturing*, PT SAI Indonesia; perusahaan yang bergerak di bidang distributor dan logistik, PT Martha Beauty Gallery; sekolah dan pendidikan kecantikan Puspita Martha International School, PT Cantika Puspa Pesona; perusahaan yang bergerak di bidang jasa spa dan salon termasuk usaha waralaba, PT Creative Style Mandiri; perusahaan yang bergerak di bidang agensi periklanan, PT Kreasi Boga Primatama, perusahaan yang bergerak di bidang penyedia tenaga kerja. Martha Tilaar Spa sendiri berada di bawah naungan PT Cantika Puspa Pesona. Saat ini Martha Tilaar Spa dipimpin oleh Wulan Tilaar, *Chairwoman* dari Martha Tilaar Group sekaligus putri dari Martha Tilaar. Wulan Tilaar mendedikasikan diri untuk memberikan pelayanan spa terbaik kepada kaum perempuan Indonesia.

Sampai saat ini, Martha Tilaar Spa yang telah membuka 54 cabang dan *franchise*, dari Aceh sampai Kupang. *Treatments* yang ditawarkan oleh Martha Tilaar Spa terinspirasi dari kearifan lokal dan tradisi mandi berendam yang menjadi ciri khas putri kerajaan

pada zaman dulu. Dengan mengangkat kembali tradisi mandi berendam tersebut Martha Tilaar Spa ingin memberikan pengalaman kepada para konsumen bagaimana sensasinya menjadi putri kerajaan pada zaman dahulu. Martha Tilaar Spa mengambil filosofi kuno, *Rupasampat Wahyabiantara*, yang berarti sebuah siklus hidup seorang perempuan.

Dengan mengedepankan kualitas pelayanan, Martha Tilaar Spa memiliki lima konsep dalam menjalankan bisnisnya, yang disebut *Power Five*:

- a. *Indonesian Concept*
- b. *Empowering Women*
- c. *Innovation and Creative*
- d. *Tradition to Modern Lifestyle*
- e. *Local Wisdom Go Global*

Martha Tilaar Spa sendiri terbagi menjadi dua kelompok, yaitu Martha Tilaar Salon Day Spa dan Martha Tilaar Spa Express. Perbedaan di antara keduanya adalah Martha Tilaar Salon Day Spa merupakan salon yang memiliki gedung sendiri dan memiliki fasilitas spa yang lengkap serta dilengkapi dengan pilihan menu *treatment* yang lengkap. Sedangkan Martha Tilaar Spa Express merupakan salon yang berada di dalam mall dengan pilihan menu *treatment* terbatas dan tidak lengkap.

Saat ini Martha Tilaar Spa menjadi salah satu spa terbaik di Indonesia. Martha Tilaar Spa juga telah bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata Indonesia, Wonderful Indonesia, untuk menjadikan Martha Tilaar Spa sebagai tempat destinasi dengan mengedepankan spa dengan ciri khas rempah Indonesia. Oleh karena itu dalam setiap materi promosi Martha Tilaar Spa, harus ada logo Wonderful Indonesia.

Gambar 2.1 Suasana Bagian Kantor



Sumber: Data Primer, 2019

2.1.2 Visi dan Misi

Visi : *To be a Global Indonesian Spa destination with natural and eastern values. To be a leading Indonesian Spa destination that concern to empowering women.*

Misi : *To give the best spa experience by “The Authentic Indonesian Spa Experience” concept. To implement The Power Five Pilar; Indonesian Concept, Empowering Women, Innovation & Creative, Tradition to Modern Lifestyle, Local Wisdom go Global.*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1.3 Logo Perusahaan

Gambar 2.2 Logo Martha Tilaar Salon Day Spa



Sumber: www.marthatilaarspa.com

Gambar 2.3 Logo Martha Tilaar Spa Express

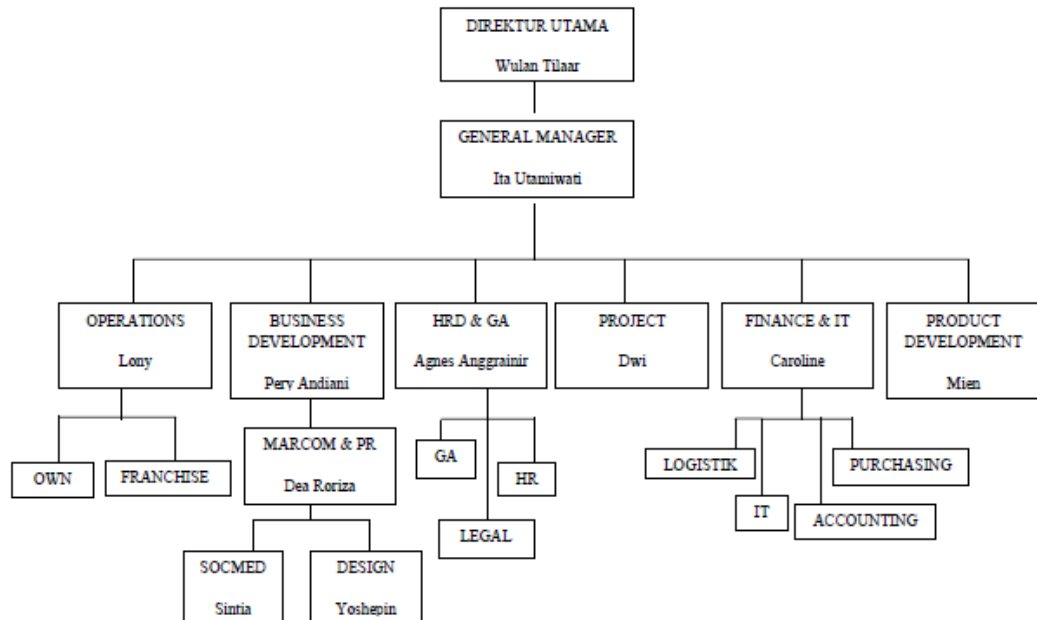


Sumber: www.marthatilaarspa.com

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.1.4 Struktur Organisasi

Gambar 2.4 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber: Data Primer, 2019

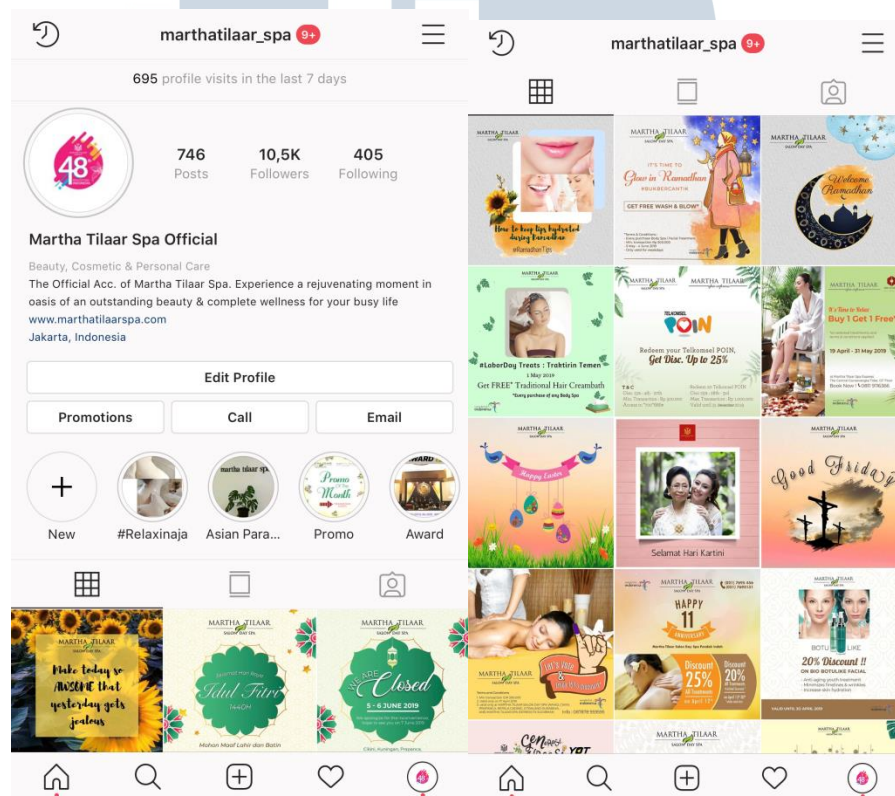
2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Divisi *Marketing Communications & PR* merupakan divisi yang bertugas untuk mengatur kegiatan komunikasi marketing dan promosi di Martha Tilaar Spa dan dikemas dalam bentuk desain, selain itu juga mempunyai tanggung jawab untuk mencari media yang bersedia untuk meliput kegiatan acara yang dilakukan oleh Martha Tilaar. Kemudian divisi tersebut juga membantu divisi *Operation* untuk membuat desain yang diperlukan oleh *outlet own* dan *franchise*.

Pada saat ada ide atau rencana untuk membuat sesuatu hal yang baru, misalnya membuat *merchandise* atau buku menu, divisi *Marketing Communications* melakukan *brainstorming* dengan Manager divisi *Business Development* untuk mendiskusikan hal apa yang akan menarik perhatian konsumen, dan baiknya desainnya akan seperti apa agar lebih menarik.

Tidak hanya merancang dan membuat desain untuk konten Instagram, divisi *Marketing Communications* juga membuat konten berupa artikel dan promosi di *website* Martha Tilaar Spa (www.marthatilaarspa.com) dan memuat promosi yang sedang berlangsung di halaman *website*. Selain membuat konten artikel, divisi *Marketing Communications* juga ditugaskan untuk membuat *press release* jika dalam waktu dekat ada *event* yang akan diselenggarakan.

Gambar 2.5 Akun Instagram Martha Tilaar Spa



Sumber: www.instagram/marthatilaar_spa

Selanjutnya divisi *Marketing Communications* bertanggung jawab untuk mengumpulkan permintaan *member card* dari cabang *own* dan mengirim daftar *member card* yang sudah diberikan kepada *vendor* untuk dicetak setiap minggunya. Setelah selesai dicetak, divisi *Marketing Communications* akan mengelompokkan *member card* sesuai dengan daftar

permintaan dan akan dikirimkan kepada *outlet* yang sudah mengirimkan permintaan cetak *member card*.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA