

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

K-Style Hub, Inc. didirikan pada bulan Agustus 2019 di Korea Selatan oleh Park Yun Jung atau Ibu Yuna sebagai *Chief Executive Officer* (CEO) sekaligus *Founder* dan Han Soo Yeon atau Ibu Iris sebagai *Co-Founder*. Di Indonesia, K-Style Hub bekerja sama dengan PT Keindahan Sejahtera Utama. Kedua perusahaan ini bergerak di bidang bisnis yang sama, yaitu distribusi dan perdagangan *skincare* yang diproduksi di Korea Selatan, terutama yang belum menyentuh pasar Indonesia, serta pengembangan aplikasi web dan selular berbasis AI (*Artificial Intelligence*). Produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, antara lain Unnis Pick sebagai merek *e-commerce* yang menjual produk kosmetik serta perawatan kulit, rambut dan badan, serta UNNIS sebagai aplikasi yang menawarkan jasa konsultasi, rekomendasi produk kecantikan sesuai masalah dan jenis kulit, dan mendistribusikan produk-produk tersebut ke konsumen [13].

Produk-produk yang didistribusikan oleh perusahaan ini telah terdaftar pada lembaga Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Penjualan produk dilakukan melalui aplikasi resmi dari perusahaan, yaitu UNNIS serta beberapa toko luring, seperti Foodhall, Century, Ranch Market dan daring lokal, seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Tiktok dengan nama merek Unnis Pick. Perusahaan telah memiliki 68 klien, menjual 1.650 varian produk kecantikan dari Korea Selatan, dan memiliki 110 surat izin pengedaran obat dan makanan untuk produk kecantikan. Selain bekerja sama dengan produsen produk kecantikan dari Korea Selatan dan BPOM, perusahaan memiliki mitra pemasaran resmi, yaitu Korea SMEs and Startups Agency (KOSME), Startup Promotion Agency, Seoul Business Agency (SBA), dan Korea Trade-Investment Promotion Agency (KOTRA), Strong Small Business Owner, Seoul Unnideul, dan Global Leader in The Beauty Market, mitra universitas Indonesia untuk kerja sama industri-akademik dengan Universitas Multimedia Nusantara, Universitas Indonesia, Telkom University, dan Universitas Al-Azhar Indonesia, serta mitra universitas dari Korea Selatan, seperti Hankuk University of Foreign Studies dan Korea University [14].



Gambar 2.1. Logo K-Style Hub - PT Keindahan Sejahtera Utama

Sumber: [14]

PT Keindahan Sejahtera Utama membangun platform aplikasi selular dengan nama UNNIS. Latar belakang terbentuknya platform ini ialah masih sedikitnya platform yang menyediakan informasi yang komprehensif mengenai *skincare* maupun kosmetik, terutama informasi mengenai hubungan bahan-bahan yang terkandung dalam produk-produk tersebut dan kecocokannya dengan kulit konsumen. Hal ini menyebabkan produk-produk *skincare* yang dibeli oleh konsumen seringkali tidak sesuai dengan kebutuhan dan tipe kulit konsumen. Melalui platform UNNIS, perusahaan berusaha memecahkan masalah ini, terutama untuk konsumen *skincare* dari Indonesia. Aplikasi ini tentunya bertujuan untuk membantu konsumen menemukan informasi dan saran mengenai produk *skincare* atau kosmetik yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik konsumen sendiri. Seiring berkembangnya waktu, perusahaan mengembangkan sistem AI dalam aplikasi UNNIS, sehingga aplikasi UNNIS dapat menjadi aplikasi rekomendasi produk kecantikan yang komprehensif [13].



Gambar 2.2. Logo Aplikasi UNNIS

Sumber: [14]

Selain membangun aplikasi UNNIS, PT Keindahan Sejahtera Utama juga membantu perusahaan-perusahaan kosmetik yang ada di Korea Selatan untuk menyalurkan produknya ke konsumen yang ada di Indonesia sehingga dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Hal ini didasarkan pada fenomena meningkatnya wisatawan asing yang datang ke Korea Selatan dengan tujuan untuk berbelanja *skincare*. Fenomena ini tentunya sangat baik di sisi para penjual produk *skincare* yang ada di Korea Selatan [13]. Berdasarkan data yang dilansir dari GlobalData, angka transaksi bisnis kosmetik dan *toiletries* di Indonesia diperkirakan mencapai 7 miliar dolar Amerika Serikat pada tahun 2023 [15]. Perusahaan melakukan distribusi dengan nama merek Unnis Pick dan terdapat beberapa merek produk kecantikan yang disalurkan atau didistribusikan oleh perusahaan, antara lain Lime Cosmetic, Shuadam, Catch Me Patch, Contently, LOVBOD, Niche Stitch, MustaeV, dan sebagainya [14]. Perusahaan ini menargetkan produk dan layanannya kepada wanita berusia 25 sampai 55 tahun yang tinggal di kota-kota besar dan kalangan menengah ke atas [13].



Gambar 2.3. Logo Unnis Pick
Sumber: [14]

Perusahaan beroperasi dengan sekitar enam belas karyawan tetap dan magang (tidak termasuk jajaran direksi dan komisaris serta magang) yang beroperasi pada dua kantor yang ada di Indonesia dan Korea Selatan. Tugas-tugas operasional yang dilakukan sehari-harinya dibagi dalam beberapa divisi, seperti divisi IT, *marketing*, dan operasional. Divisi IT terdiri dari karyawan tetap dan magang yang memiliki beberapa posisi, yaitu Aria Shabry sebagai *Backend Developer* dan *IT Manager*, Jun Harismon sebagai *Fullstack Web Developer*, Dea Noveriyanti sebagai *UI/UX Designer* dan *Frontend Developer Intern*, Daniel Kurniawan sebagai *Fullstack Developer Intern*, Michael Alexander sebagai *Quality Assurance Intern*, serta Reynard Matthew Yaputra sebagai *AI Developer Intern*. Divisi *marketing* diisi oleh Febryana Rizki Amalia Lubis sebagai *Brand*

Strategist Manager, Amirul Shaquille Rashaun sebagai *E-Commerce Specialist*, Raji Mukarromah sebagai *E-Commerce Specialist* dan *Korean Translator*, Andita Putri dan Bae Hyojin sebagai *Social Media Specialist* dan *Designer*, serta Salma Fathiya Zahrani sebagai *Content Creator*. Divisi operasional diisi oleh Meigita Nurhikmah sebagai *Finance Manager*. Karyawan bekerja dari hari Senin sampai Jumat pukul 08.00 sampai 17.00 WIB dengan waktu istirahat siang pada pukul 12.00 sampai 13.00 WIB. Untuk pekerja dengan periode kerja lebih dari tiga bulan mendapatkan hak untuk bekerja dari rumah (*Work From Home* - WFH) selama satu hari per minggu di hari Rabu atau Kamis yang dimulai pada bulan ketiga dan seterusnya [13].

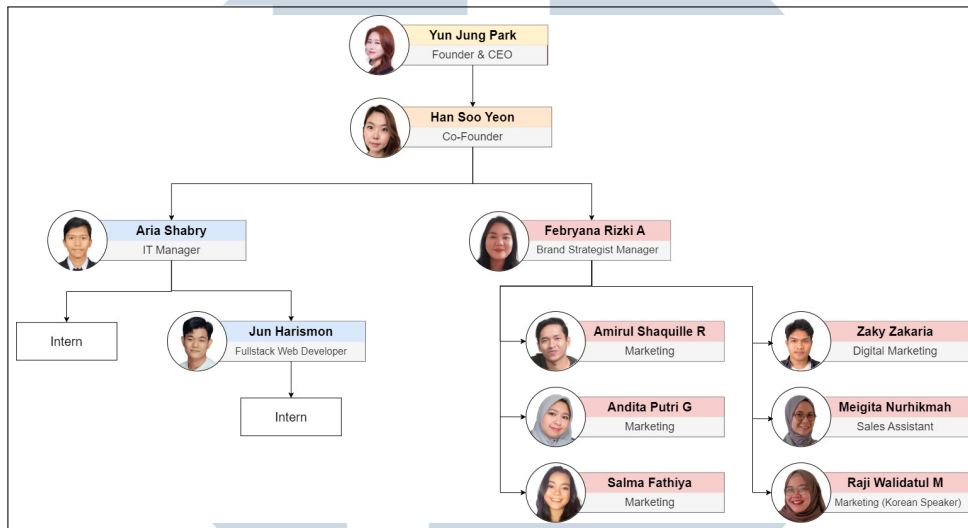
Sebagai sebuah *startup*, perusahaan ini memiliki kultur yang kolaboratif sehingga setiap divisi dapat saling bekerja sama dan berkomunikasi dengan bebas untuk merencanakan strategi perusahaan tanpa memandang posisi atau jabatan. Salah satu contoh kasus terkait budaya ini adalah saat sesi *brainstorming* atau evaluasi pekerjaan yang mana setiap orang diberikan kesempatan untuk memberikan pendapat, saran konstruktif, atau kritik yang faktual dan bertanggung jawab mengenai apa pun dan kepada siapa pun, termasuk ke direktur (*managerial level*). Beberapa teknologi digunakan untuk mengelola perusahaan secara internal, seperti aplikasi Swit untuk absensi, komunikasi, dan manajemen proyek, Zoom atau Google Meet untuk komunikasi dan konferensi/pertemuan, serta GitHub untuk *Version Control System*. Untuk mengatur jadwal dan laporan terkait, digunakan pula aplikasi Notion. Komunikasi internal dilakukan melalui ECount Webmail sebagai ERP dan Webmail perusahaan dan juga aplikasi komunikasi lain, seperti WhatsApp. Hubungan dengan pelanggan dikelola melalui aplikasi yang telah dibangun, yaitu UNNIS. Pada divisi IT, perusahaan menggunakan metode *agile*, terutama kerangka kerja dengan *scrum*. Lalu, penyelesaian proyek dibagi ke dalam *product backlog* dan *daily task* yang harus dituliskan melalui Swit sebagai aplikasi manajemen proyek dan diselesaikan setiap harinya. Setiap anggota divisi IT dapat saling bekerja sama dan berkolaborasi untuk menyelesaikan fitur-fitur yang ditugaskan [13].

2.2 Visi Perusahaan

Visi PT Keindahan Sejahtera Utama ialah menjadi *startup* kecantikan pribadi terkemuka yang dapat mengubah paradigma ekspor, membantu penjualan produk kecantikan Korea Selatan di Indonesia, serta menyediakan konten dan layanan konsultasi kecantikan kepada pelanggan [14].

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan PT Keindahan Sejahtera Utama dapat dilihat pada Gambar 2.4.



Gambar 2.4. Struktur Organisasi Perusahaan PT Keindahan Sejahtera Utama

Sumber: [13]

