

## BAB II

### GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

#### 2.1 Tentang Perusahaan

PT. Multi Indocitra Tbk adalah perusahaan yang bergerak dalam ritel produk bayi, perawatan kesehatan, kosmetik, dan peralatan rumah tangga. Memiliki reputasi baik dan bagus pada bidang tersebut dan sangat baik di Indonesia di bidang kosmetik, kecantikan, dan kesehatan. Salah satunya adalah Kaila.

Aktivitas bisnis dimulai pada tahun 1990 dan semakin meningkat serta menghadirkan kesempatan untuk berekspansi dan menambah lini bisnis seperti produk aksesoris untuk ibu dan bayi serta beraneka produk perawatan kulit lainnya. Berikut ini adalah beberapa *brand* yang berada di bawah naungan perusahaan :

1. Pigeon
2. Kaila Natural (*Brand* Sendiri)
3. Feira
4. Thomas & Friends
5. Hot Wheels
6. Barbie
7. Barry M
8. Hori
9. Soylicious
10. Tenna, Drypers
11. Muncis
12. ScJohnson

Salah satunya Kaila Beaute merupakan brand lokal yang bergerak di bidang kecantikan. Kaila Beaute adalah satu brand yang menggunakan media sosial untuk melakukan pemasaran produknya di Tiktok. Kaila juga mempunyai produk kosmetik yang diberi nama Kaila Beaute. Produk Kaila sudah dapat di jangkau di

seluruh Indonesia bisa Online yang menggunakan media sosial Instagram, Shopee, Tiktok dan E-commers lainnya. Untuk harga yang ditawarkan oleh Kaila mulai dari harga 50 ribu-an. Sasaran konsumen Kaila Beaute adalah orang dewasa yang sudah bekerja dari usia 21 tahun hingga 50.

## 2.2 Visi Misi PT. Multi Indocitra tbk

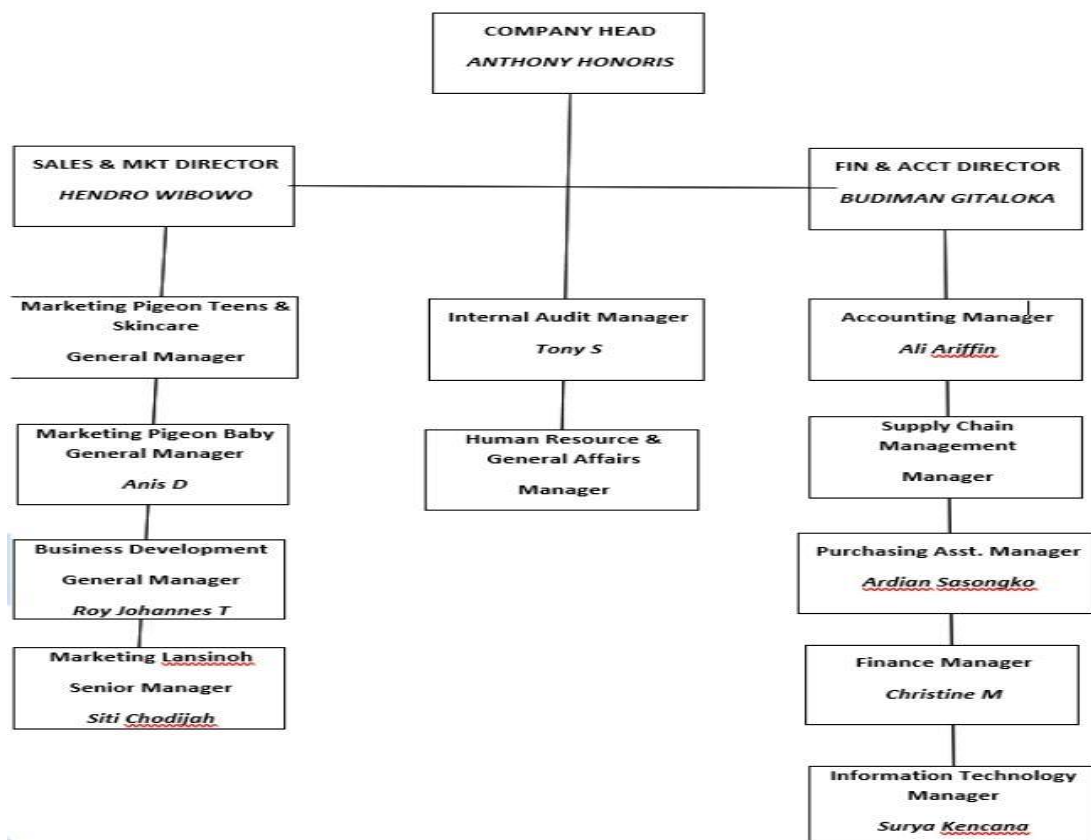
### VISI

Menjadi pemasar utama bagi produk-produk konsumen yang aman, berkualitas, dengan harga yang kompetitif serta memberikan manfaat yang tinggi bagi masyarakat.

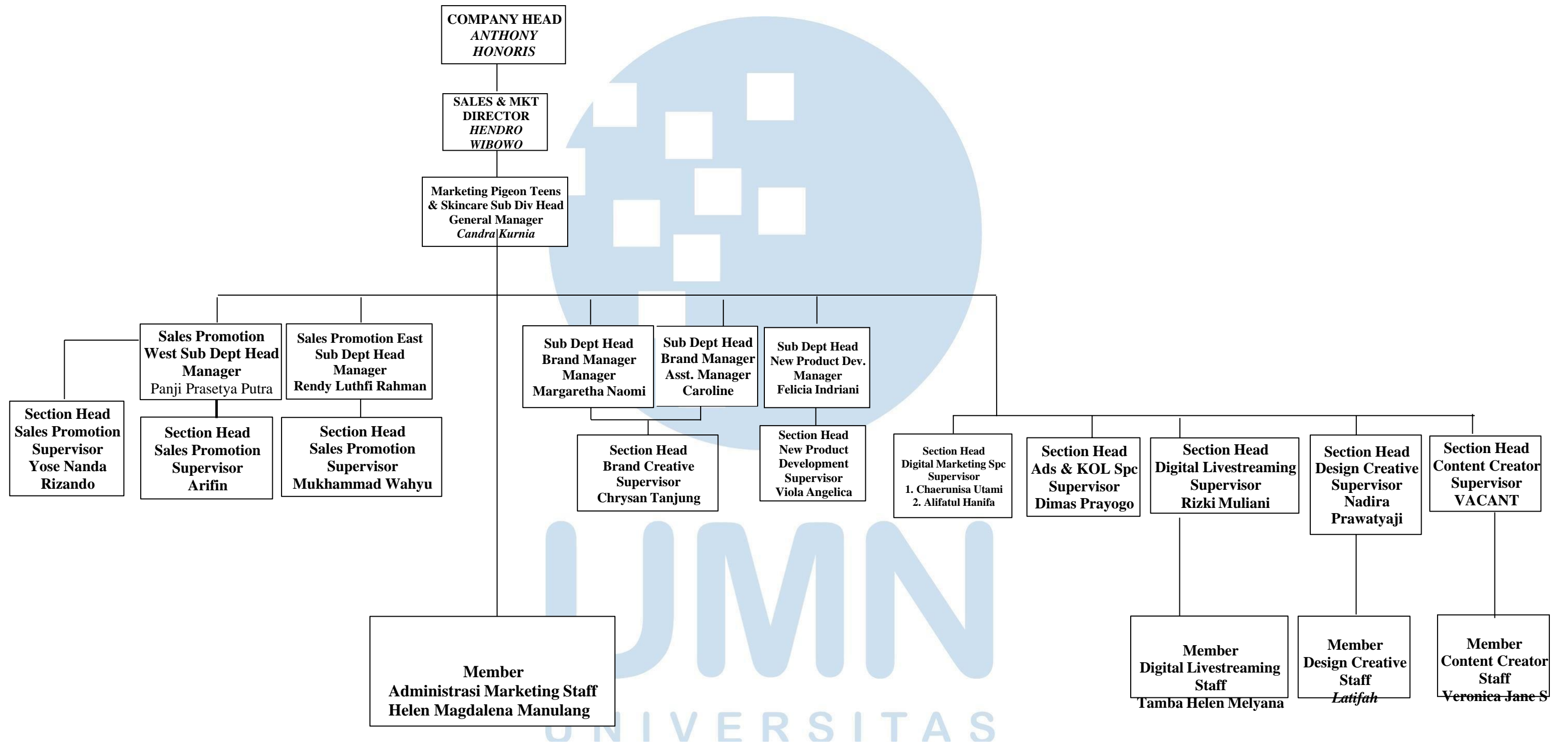
### MISI

Meningkatkan kinerja secara berkelanjutan melalui pemanfaatan sumber daya dan teknologi guna memenuhi kepuasan pelanggan serta meningkatkan nilai bagi masyarakat dan pemegang saham.

## 2.3 Struktur Organisasi PT. Multi Indocitra tbk



2. 4 Sturktur Organisasi Divisi Skincare



Struktur Organisasi Devisi Skincae PT. Multi Indocitra Gambar 2.2 (struktur

organisasi perusahaan divisi skincare)

Berikut adalah uraian deskripsia sebutkan:

1. Company Head:

Company Head adalah eksekutif puncak yang bertanggung jawab atas keseluruhan manajemen dan pengambilan keputusan strategis di perusahaan. Mereka menetapkan visi, tujuan, dan arah perusahaan, mengawasi berbagai departemen, dan memastikan kesuksesan organisasi secara keseluruhan.

2. Sales & Marketing Director:

Sales & Marketing Director bertanggung jawab untuk mengembangkan dan menerapkan strategi penjualan dan pemasaran untuk mendorong pertumbuhan bisnis. Mereka mengawasi tim penjualan, menganalisis tren pasar, mengidentifikasi target pasar, dan mengoordinasikan kampanye pemasaran untuk memaksimalkan penjualan dan pangsa pasar.

3. Marketing Subdivision Head:

Marketing subdivision Head mengelola divisi tertentu dalam departemen pemasaran. Mereka mengawasi tim pemasar, mengoordinasikan kegiatan pemasaran, memantau anggaran pemasaran, menganalisis data dan riset pasar, dan memastikan penerapan strategi pemasaran yang efektif.

4. Sales Promotion Manager dan Supervisor:

Sales Promotion Manager dan Supervisor bertanggung jawab untuk merencanakan dan melaksanakan kegiatan promosi penjualan. Mereka mengembangkan strategi promosi penjualan, mengoordinasikan kampanye promosi, mengelola anggaran, mengawasi staf promosi, dan mengevaluasi keefektifan promosi.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

5. Sales Promotion East Subdepartment Head, Manager, and Supervisor:  
Peran-peran ini serupa dengan manajer dan supervisor promosi penjualan tetapi secara khusus berfokus pada wilayah timur. Mereka mengawasi aktivitas promosi penjualan di wilayah timur, mengelola tim, dan memastikan pelaksanaan strategi promosi penjualan yang efektif.
6. Sub Department Head Brand Manager, Assistant Manager, dan Subhead Brand Creative Supervisor:  
Peran-peran ini adalah bagian dari tim manajemen merek. Manajer merek mengawasi pengembangan merek, pemosisian, dan aktivitas pemasaran. Asisten manajer mendukung manajer merek, dan pengawas kreatif merek berfokus pada aspek kreatif seperti desain dan branding.
7. Sub Department Head New Product Development  
Peran ini bertanggung jawab untuk mengelola proses pengembangan produk baru. Mereka berkoordinasi dengan berbagai departemen untuk memastikan peluncuran produk yang sukses, melakukan riset pasar, menganalisis wawasan konsumen, mengelola jadwal dan anggaran, serta mengawasi tim pengembangan produk baru.
8. Digital Marketing :  
Peran Digital Marketing mengawasi kegiatan pemasaran digital perusahaan. Mereka mengembangkan strategi pemasaran digital, mengelola kampanye iklan online, menganalisis metrik dan kinerja digital, serta memimpin tim pemasar digital.
9. ADS & KOL: ADS (Advertising) dan KOL (Key Opinion Leader) adalah area spesifik dalam pemasaran digital. Tim ADS dan KOL bertanggung jawab untuk merencanakan dan melaksanakan kampanye periklanan, mengelola hubungan dengan pemberi pengaruh dan pemimpin opini utama, serta memanfaatkan pengaruh mereka untuk mempromosikan produk atau layanan.
10. Head Livestreaming Supervisor:

Peran ini mengawasi aktivitas livestreaming perusahaan. Mereka merencanakan dan melaksanakan kampanye streaming langsung, mengelola platform dan teknologi streaming langsung, berkoordinasi dengan pemberi pengaruh atau host, dan menganalisis metrik dan kinerja streaming langsung.

11. Graphic Designer:

Graphic Designer bertanggung jawab untuk membuat konten visual seperti grafik, ilustrasi, dan tata letak untuk materi pemasaran. Mereka berkolaborasi dengan tim pemasaran untuk mengomunikasikan pesan merek secara visual dan menyempurnakan kampanye pemasaran secara keseluruhan.

12. Content Creator :

Content Creator bertanggung jawab untuk menghasilkan konten yang menarik dan relevan untuk berbagai saluran pemasaran. Mereka membuat konten tertulis, visual, atau multimedia seperti artikel, video, postingan media sosial, dan blog untuk menarik dan melibatkan audiens target.

13. Member Administrasi Marketing:

Member Administrasi Marketing bertanggung jawab dalam manajemen data memelihara dan memperbarui data pelanggan, memastikan informasi yang akurat dan terkini untuk tujuan pemasaran. Mempersiapkan dan memproses dokumen terkait pemasaran pengeluaran, dan penjualan. Menyusun dan mengatur data pemasaran seperti angka penjualan.

14. Internship:

Dalam peran Internship atau magang ini membantu content creator untuk menemukan ide untuk membuat konten mempromosikan produk pada sosial media serta membantu tim digital untuk mencari KOL serta memberikan ide – ide dalam penjualan.

#### 15. Konsep Sosial Media:

Media sosial adalah media yang berupa situs dan aplikasi yang melibatkan teknologi berbasis internet. Media berbasis teknologi internet ini mendorong dan memungkinkan penggunaannya saling terhubung dengan siapa saja, baik orang-orang terdekat hingga orang asing yang tidak pernah dikenal sebelumnya. Para peserta FGD mengartikan media sosial sebagai media yang memberikan fasilitas layanan jaringan online yang dapat menghubungkan orang-orang secara individu atau kelompok

