

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Sejarah Singkat PT Trinita Tunggal Abadi

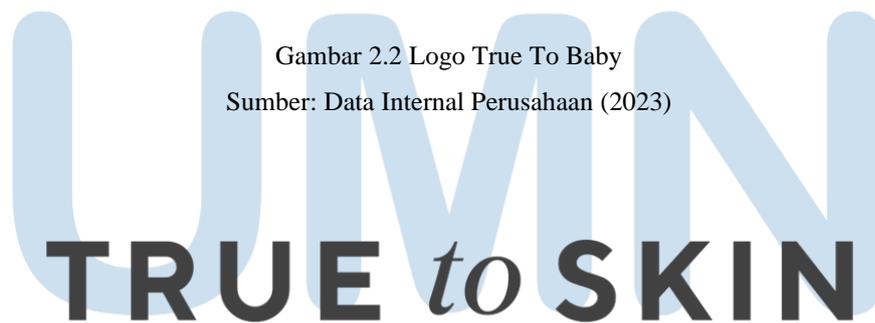
Salah satu perusahaan kecantikan di Indonesia adalah PT Trinita Tunggal Abadi. Menurut *company profile*, PT Trinita Tunggal Abadi berdiri sejak tahun 2013 dan dibangun oleh sepasang suami istri yaitu Clifton Harijanto dan Riska Elastria yang berperan sebagai CEO perusahaan ini. PT Trinita Tunggal Abadi merupakan perusahaan retail yang bergerak di bidang kosmetik dan *personal care*. Perusahaan ini juga merupakan *leading supplier* dari berbagai macam merek produk kecantikan di Indonesia seperti Lavie Lash, The Potion, Waltz 7, Itsy Nail, Sunday Haircare, dan Colab Dry Shampoo.

Saat ini, *brand* yang masih dikelola oleh PT Trinita Tunggal Abadi adalah Colab Dry Shampoo yang merupakan merek perawatan rambut yaitu shampoo kering yang berasal dari UK. Selain itu, perusahaan ini juga menaungi 2 brand lokal lainnya milik PT Trinita Tunggal Abadi ini sendiri yaitu True to Skin dan True to Baby. True to Skin merupakan produk kosmetik lokal yang berdiri sejak 12 Desember 2020. True to Baby merupakan merek produk perawatan kulit bayi yang dibangun sejak 11 November 2022.

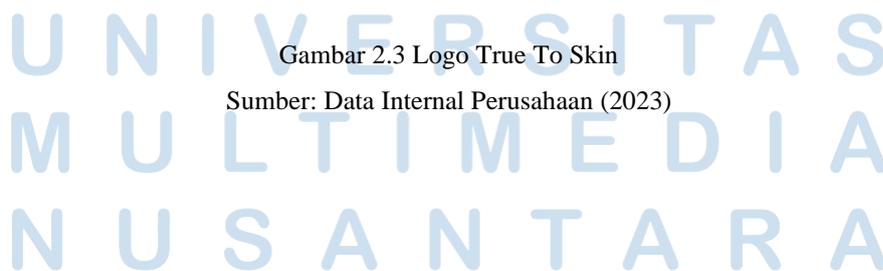
PT Trinita Tunggal Abadi telah melakukan kerjasama distribusi ke lebih dari 2000 toko ritel dan distributor ternama di Indonesia dan Malaysia seperti Guardian, Sociolla, Watsons, serta *e-commerce* besar seperti Tokopedia, Lazada, Shopee, dan TikTok Shop (Dokumen perusahaan, 2023). PT Trinita Tunggal Abadi juga pernah mendapatkan nominasi dari berbagai penghargaan yang diantaranya berasal dari Tokopedia, Female Daily, dan Majalah Dewi. PT Trinita Tunggal Abadi. Perusahaan ini juga turut berpartisipasi dalam acara-acara besar seperti *event* kecantikan dan baby yakni FOMBEX, JXB, OhBeauty, dan masih banyak lainnya. Ketiga *brand* yang dikelola perusahaan ini (True to Baby, True to Skin, dan Colab Dry Shampoo) juga memiliki logo yang berbeda-beda yang menjadi identitasnya (Dokumen Perusahaan, 2023).



Gambar 2.1 Logo PT Trinita Tunggal Abadi
Sumber: Data Internal Perusahaan (2023)



Gambar 2.2 Logo True To Baby
Sumber: Data Internal Perusahaan (2023)



Gambar 2.3 Logo True To Skin
Sumber: Data Internal Perusahaan (2023)



Gambar 2.4 Colab Dry Shampoo
Sumber: Data Internal Perusahaan (2023)

2.2 Visi Misi PT Trinita Tunggal Abadi

Visi misi merupakan hal yang menjadi dasar perusahaan karena ini dapat menjadi jati diri dan identitas perusahaan. Visi dan misi PT Trinita Tunggal Abadi diantaranya sebagai berikut:

VISI

Menjadi perusahaan kecantikan terkemuka di Indonesia bahkan di Asia tenggara.

MISI

- 1) Mendidik pasar tentang inovasi tren kecantikan terbaru.
- 2) Memberikan pasar dengan produk kecantikan terbaik di setiap segmen.
- 3) Mendidik pasar tentang pentingnya bahan-bahan yang berkelanjutan dan produk-produk yang bebas dari bahaya.
- 4) Memberikan layanan pelanggan kelas satu kepada pelanggan.

2.3 Struktur Organisasi PT Trinita Tunggal Abadi

Struktur organisasi dalam suatu perusahaan memiliki fungsi untuk memudahkan karyawan agar dapat lebih efisien dalam melakukan pekerjaannya, serta koordinasi antara departemen dan tim juga dapat meningkat sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan hasil kerja.

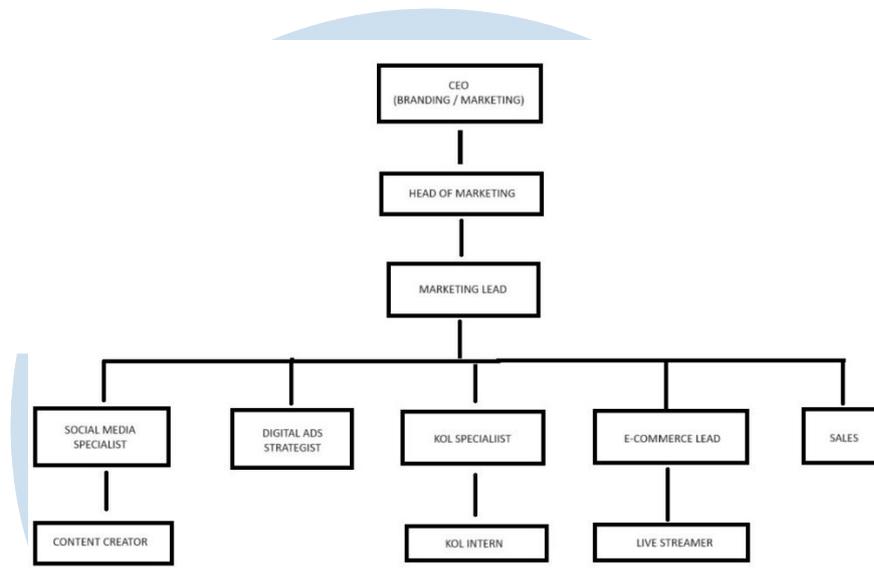
Berikut merupakan keseluruhan struktur organisasi PT Trinita Tunggal Abadi terbaru yang peserta magang dapatkan selama melakukan praktik kerja magang sebagai *KOL Intern*:



Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT Trinita Tunggal Abadi

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

2.4 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait



Gambar 2.6 Ruang Lingkup Kerja Divisi

Sumber: Data Olahan Penulis (2023)

Selama melakukan praktik kerja magang sebagai *KOL Intern*, penulis berada di divisi *Marketing Communication* dan dikepalai langsung oleh *Head of Marketing*. Divisi ini dibuat untuk memaksimalkan kinerja marketing untuk memasarkan produk dengan menggunakan media digital. *KOL Intern* disini bertanggung jawab untuk membangun hubungan yang baik dengan para KOL agar dapat memasarkan *brand* perusahaan. Berikut merupakan *job description* setiap posisi untuk divisi *marketing communication*, yang diantaranya sebagai berikut:

1) *Head of Marketing*

Head of marketing bertanggung jawab untuk merancang strategi pemasaran agar sesuai dengan tujuan yang dibuat. Selain itu, *Head of Marketing* juga bertanggung jawab dalam pengelolaan tim, menganalisis pasar dan perilaku konsumen, kemitraan serta hubungan bisnis dengan pihak eksternal, serta memantau anggaran pemasaran untuk memastikan penggunaan yang efisien.

2) *Marketing Lead*

Marketing lead bertanggung jawab dalam melakukan strategi pemasaran dalam jangka panjang dan pendek, mengawasi dan memimpin tim pemasaran, melakukan koordinasi kampanye, membangun serta menjalin hubungan bisnis dengan kemitraan.

3) *KOL Specialist*

KOL specialist bertanggung jawab atas pengelolaan dan kolaborasi dengan para KOL dalam sebuah strategi pemasaran seperti pemilihan KOL; pendekatan dan negosiasi; membangun relasi; pemantauan dan analisis kinerja KOL; penyusunan perjanjian; pemantauan tren; serta evaluasi.

4) *Social Media Specialist*

Social media specialist bertanggung jawab atas manajemen dan strategi pemasaran media sosial untuk sebuah *brand* yang diantaranya yaitu mengelola platform media sosial; pengembangan strategi konten; pengaturan jadwal unggahan; interaksi dengan audiens; berkolaborasi dengan *brand* lain; pemantauan tren; hingga evaluasi.

5) *Content Creator*

Content creator memiliki tanggung jawab untuk mengelola dan membuat berbagai jenis konten yang menarik, relevan, dan bermanfaat bagi *target audience*. *Job description* seorang *content creator* antara lain pengembangan ide konten, pembuatan konten, penulisan dan penyuntingan, manajemen jadwal konten, kolaborasi dengan tim, analisis dan evaluasi konten.

6) *Digital Ads Strategist*

Digital Ads Strategist bertanggung jawab untuk merancang, mengelola, dan mengoptimalkan kampanye iklan digital agar mencapai tujuan pemasaran perusahaan. Peran *Digital Ads Strategist* diantaranya yaitu memahami tujuan kampanye, melakukan analisis pasar dan *target audience*, menentukan platform iklan digital, mengelola anggaran iklan, meluncurkan kampanye digital, serta pemantauan perubahan algoritma dan tren.

7) *E-Commerce Lead*

E-Commerce Lead bertanggung jawab untuk membuat dan melaksanakan strategi *e-commerce* untuk mendukung tujuan perusahaan serta menentukan target penjualan, pertumbuhan, dan keuntungan untuk *e-commerce*. Selain itu, bertanggung jawab dalam mengelola platform *e-commerce* untuk memastikan fungsionalitas yang optimal.

8) *Live streamer*

Live streamer bertanggung jawab untuk melakukan *live streaming* secara konsisten sesuai waktu yang ditentukan dan berinteraksi dengan penonton.

9) *Sales*

Sales bertanggung jawab untuk melakukan pencarian dan mengidentifikasi prospek atau calon pelanggan, melakukan pendekatan dengan memperkenalkan produk yang ditawarkan perusahaan dan menyampaikan presentasi yang menarik dan informatif.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA