

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Eltean Luhur kencana telah berdiri sejak tahun 1994 sebagai distributor utama produk kecantikan dan perawatan asal Jerman bernama Sebapharma (Sebamed) di Indonesia dengan visi dan juga misinya yakni selalu mendistribusikan produk perawatan kesehatan untuk pelanggan demi mencapai keunggulan. Sebamed Indonesia sendiri memiliki beragam jenis produk yang berfokus pada perawatan kulit wajah dan kesehatan kulit. Saat ini PT Eltean Luhur kencana berlokasi di Jl. Bumi No.7 2, RT.2/RW.2, Gunung, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan.



Gambar 2.1.1 Logo Sebamed

Sebagai perusahaan distribusi produk perawatan kulit, PT Eltean Luhurkencana (Sebamed Indonesia) memiliki beragam produk perawatan yang disesuaikan dengan jenis kulit dan juga usia penggunanya. Sejalan dengan hal ini, produk-produk sebamed juga memiliki jenis yang beragam, mulai dari perawatan kulit wajah, badan, hingga perawatan untuk kulit kepala (*self care*). Setiap produknya juga terbagi kedalam segmen remaja hingga dewasa dan juga produk khusus bayi. Tiap produknya juga dibagi kedalam beberapa varian yang sesuai dengan fungsi dan juga permasalahan kulit yang dimiliki oleh konsumen. Pembagian segmen produk dijelaskan sebagai berikut:

- Sebamed Clear Face

Varian Clear Face merupakan produk rangkaian untuk jenis kulit normal, berminyak, dan kombinasi. Rangkaian dalam varian ini berfokus untuk merawat kelembaban serta mengontrol produksi sebum wajah dengan kandungan pH 5,5 yang disesuaikan dengan *skin barrier*. Produk ini dapat digunakan mulai dari usia remaja (15 tahun) hingga usia dewasa.



Gambar 2.1.2 Sebamed Clear Face

- **Sebamed Anti - Dry**

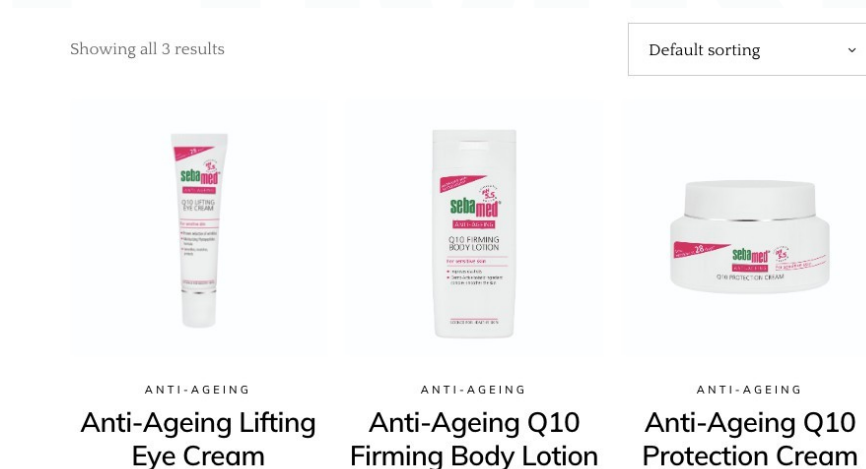
Varian ini diformulasikan untuk jenis kulit kering normal yang cocok digunakan untuk pemilik kulit dengan permasalahan kulit kering, psoriasis, dan eksim. Produk varian Anti - Dry hadir dalam bentuk produk sabun pencuci wajah, sabun mandi, krim pelembab, dan *body lotion*.



Gambar 2.1.3 Sebamed Anti - Dry

- Sebamed Anti - Ageing

Produk kategori Anti Ageing merupakan rangkaian perawatan untuk usia diatas 30 yang bekerja untuk merawat dan menghidrasi kulit yang mengalami penurunan elastisitas kulit seiring pertambahan usia. Anti Ageing juga hadir dalam bentuk krim wajah, krim untuk kantung mata, dan *body lotion*



Gambar 2.1.4 Sebamed Anti – Ageing

- Sebamed Extreme Dry Skin

Berbeda dengan produk varian Dry - Skin, produk Extreme Dry Skin direkomendasikan untuk permasalahan area sangat kering pada kulit yang hadir dalam bentuk *foot cream* dan *lotion*.

Showing all 2 results



EXTREME DRY

Extreme Dry Skin
Repair Foot Cream



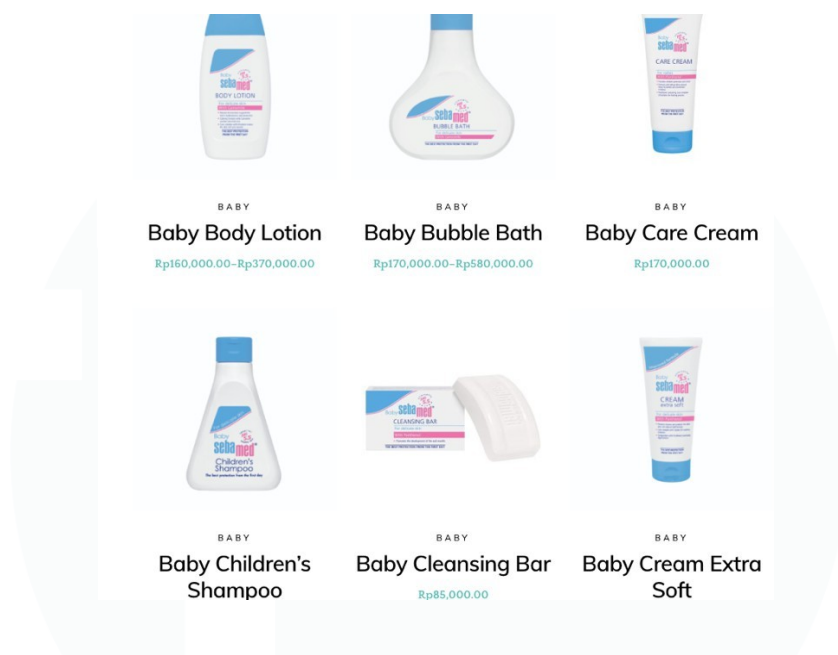
EXTREME DRY

Extreme Dry Skin
Repair Lotion

Gambar 2.1.5 Sebamed Extreme Dry Skin

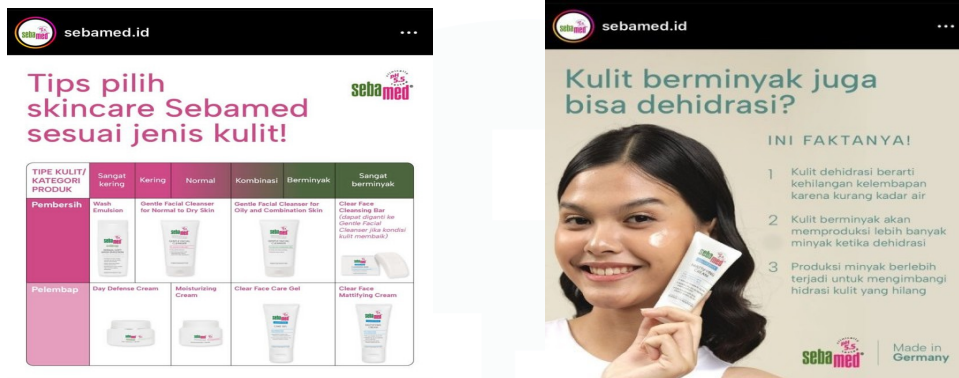
- Sebamed Baby

Selain produk untuk dewasa Sebamed Indonesia juga mengeluarkan produk rangkaian khusus perawatan mulai dari kulit hingga rambut bayi usia 0 (new born) hingga usia 12 bulan dengan nama Sebamed Baby.



Gambar 2.1.6 Sebamed Baby

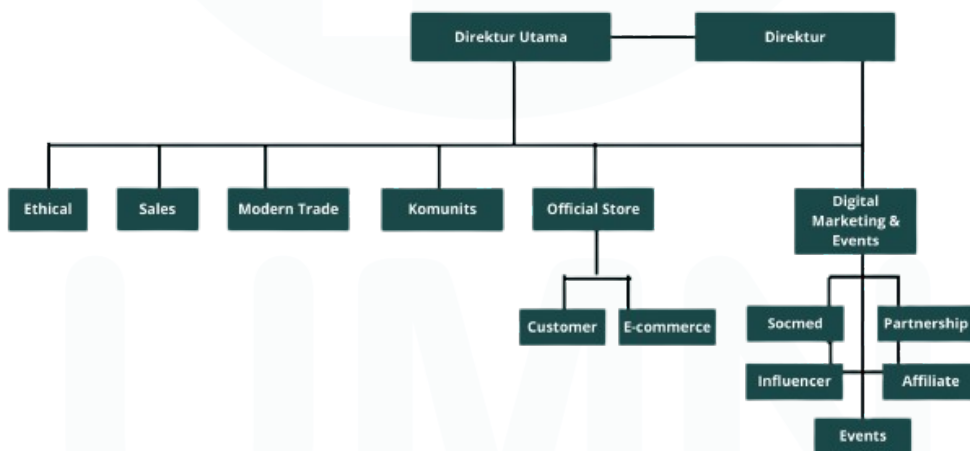
Sebamed Indonesia membangun image nya sebagai brand dengan produk yang memiliki kandungan pH ideal yang berada pada angka 5,5, sehingga sangat aman digunakan untuk segala jenis kulit dengan intensitas alergi yang rendah. Sejalan dengan hal ini, karena harga produk dari Sebamed berada di rentang Rp 70.000 hingga Rp 790.000 sehingga Sebamed Indonesia menargetkan pasarnya yang berada di SES AB. Sebagai brand, Sebamed Indonesia membentuk branding di sosial medianya dengan *brand tone & voice* yang memiliki sifat enthusiastic, playful, dan professional dengan gaya komunikasi friendly, intellectual, dan dynamic. Dalam pembentukan konten, Sebamed Indonesia lebih berfokus pada konten edukatif, informatif, dengan sedikit sisipan konten entertainment yang dikemas dalam bentuk konten *soft selling*. Contohnya seperti konten mengenai pengenalan jenis kulit, informasi terkait perawatan kulit remaja, informasi terkait permasalahan kulit bayi, dan lain sejenisnya akan disisipkan informasi terkait produk beserta Unique Selling Proposition (USP).



Gambar 2.1.7 Contoh Konten

2.2 Struktur Organisasi

PT Eltean Luhurkencana merupakan perusahaan distributor utama dari produk *personal care* merek Sebapharma (Sebamed) asal Jerman. Sebagai perusahaan, PT Eltean Luhurkencana memiliki struktur perusahaan sebagai berikut



Gambar 2.2.1 Struktur Organisasi PT Eltean Luhurkencana

Pada posisi teratas, PT Eltean Luhur Kencana dipimpin oleh direktur utama, lalu di bawahnya terdapat peran direktur yang bertugas mengatur sebagian besar manajemen operasional dan pengambilan keputusan dalam perusahaan. Divisi-divisi yang dinaungi langsung oleh direktur dalam PT Eltean LuhurKencana terbagi kedalam 6 bagian, yang pertama adalah divisi ethical bertugas dalam mengelola informasi dan pengecekan terkait keamanan produk dengan para dokter berdasarkan bidangnya seperti dokter kulit, dokter obgyn, dan

dokter anak. Selanjutnya terdapat divisi sales yang bertanggung jawab dalam mengatur alur penjualan produk secara tradisional (toko obat) dan online store (affiliate user), yang ketiga adalah divisi modern trade yang bertanggung jawab dalam penanganan alur pemasukkan dan penjualan produk pada supermarket seperti carrefour dan ranch market dan big outlet seperti guardian dan boots.

Dan divisi selanjutnya yakni divisi komunitas, dengan jobdesk nya menjalin hubungan kerjasama dengan komunitas dalam bentuk produk yang disesuaikan dengan komunitas terkait, contohnya komunitas Ibu Canggih dengan produk Sebamed Baby, komunitas Lovepink dengan produk Sebamed Intimate Wash dan Hairloss. Divisi Official Store terbagi lagi kedalam 2 bagian tim yakni customer service yang memiliki jobdesk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan, dan yang kedua adalah *e-commerce* yang bertugas dalam mengatur sistemisasi *e-commerce* dan juga jumlah produk yang terjual pada platform *e-commerce* Sebamed Indonesia seperti di Tokopedia dan Shopee.



Gambar 2.2.2 Struktur divisi digital marketing & event

Gambar 2.2.2 menjelaskan posisi penulis dalam divisi Digital Marketing & Event yang memiliki jobdesk mengontrol media sosial yang dimiliki oleh Sebamed Indonesia hingga melakukan distribusi konten media sosial yang diperlukan. Selain tim media sosial, dalam divisi ini juga terdapat tim *influencer* dengan jobdesknya yakni menjalin kerjasama antara merek dengan *influencer*

(KOL) dan mengatur jadwal postingan konten. Selain itu dalam divisi ini juga terdapat tim *affiliate* dan *partnership* yang memiliki tugas dalam mengatur prosedur *affiliate* dan juga prosedur pelaksanaan kegiatan *partnership* atau kerjasama dengan *brand* lain, dan yang terakhir adalah tim *event* dengan tanggung jawabnya yakni mengatur acara yang akan berjalan/*on-going* seperti acara seminar, bazaar, kampanye, dll.

