



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.

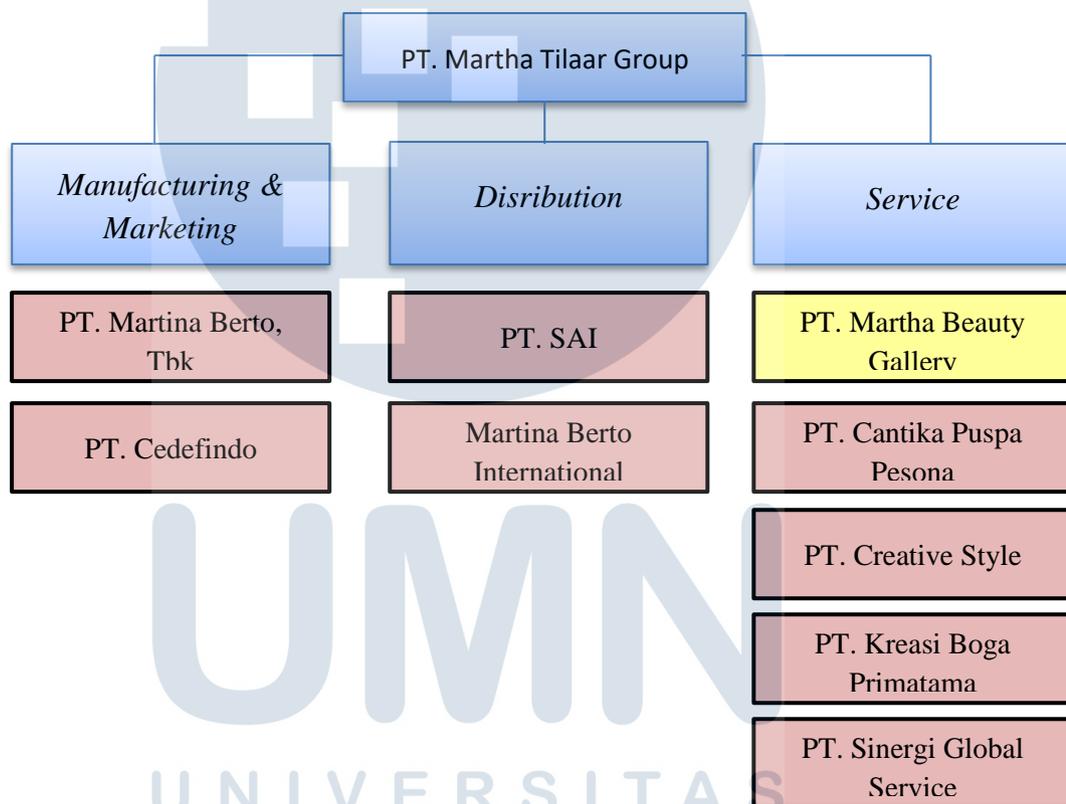
BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah Perusahaan

Menjadi sebuah perusahaan induk, PT. Martha Tilaar Group memiliki tiga jenis bagian, diantaranya; *Manufacturing & Marketing*, *Disribution*, dan *Service*, dimana di dalamnya terdapat beberapa perusahaan yang bernaung dan menjadi bagian dari PT. Martha Tilaar Group.



Gambar 2.1

Struktur Organisasi PT. Martha Tilaar Group

Terinspirasi oleh nilai dan budaya timur, *Founder dan Chairwoman*, DR. (H.C.) Martha Tilaar, selalu memiliki semangat untuk terus menggali kekayaan alam dan budaya Indonesia untuk mempercantik wanita Indonesia dan dunia. Semangat tersebut dituangkan dalam 4 (empat) pilar Martha Tilaar Group yang menjadi landasan dalam setiap kegiatan grup perusahaan

dan setiap unit bisnis yang dijalankan Martha Tilaar Group. Keempat pilar tersebut yaitu, *Beauty Culture*, *Beauty Green*, *Beauty Education*, dan *Empowering Woman*.

Berawal dari tahun 1970 dimana DR. (H.C.) Martha Tilaar membuka sebuah salon kecantikan di sebuah garasi berukuran 4x6 meter di kediaman orang tuanya, Yakob Handana, di Jalan Kusuma Atmaja No. 47 Menteng, Jakarta Pusat. Salon kecantikan pertama tersebut dibangun beliau dengan berlandaskan ingin membuat putri Indonesia cantik dengan membuat mereka mengerti tentang kecantikan. Berdasar pada tabel gambar 2.1, PT. Martha Beauty Gallery menjadi perusahaan pertama dalam PT. Martha Tilaar Group yang menyediakan jasa. PT. Martha Beauty Gallery sendiri memiliki beberapa macam bisnis yang hingga kini terus berkembang, mulai dari bisnis utamanya yaitu Puspita Martha International Beauty School yang merupakan sekolah kecantikan, dan bisnis lainnya seperti Art & Beauty Gallery, Beauty Trend Product (*PinkUp*) dan Cipta Busana Martha Tilaar yang merupakan usaha penjualan dan penyewaan busana adat pengantin, gaun, serta penyedia jasa yang menangani segala hal yang berhubungan dengan persiapan pesta pernikahan, seperti *Pre Wedding Treatment*, *Make Up & Hair Styling*, *Wedding Service (decoration, music & entertainment, mc, dan invitation)*.

Puspita Martha International Beauty School merupakan sekolah kecantikan dengan standarisasi International yang didirikan oleh DR. Martha Tilaar pada tahun 1970 di Jakarta. Puspita Martha berada dibawah PT. Martha Beauty Gallery yang juga merupakan salah satu bagian dari Martha Tilaar Group. Puspita Martha memiliki 4 (empat) jenis *major* program yang masing-masing terbagi menjadi beberapa cabang. Program pertama adalah *School of Make Up*, program ini terbagi menjadi 4 (empat) jenis program yaitu, *Beautypreneurship* Program, Program Siap Kerja, *Advance* Program, dan *Weekend* Program. Untuk *major* program yang kedua adalah *School of Hairdressing*, yang juga terdapat 3 (tiga) program di dalamnya yaitu, *Beautypreneurship* Program, Program Siap Kerja, dan *Advance* Program. *Major* program ketiga adalah *School of Beauty Aesthetics & Spa*, yang di dalamnya terdapat 3 (tiga) jenis program yaitu,

Beautypreneurship Program, Program Siap Kerja, dan *Advance* Program. Program terakhir adalah *Personal Make Up Class* yang di dalamnya terdapat 3 (tiga) jenis program yaitu, *Self Image Program*, *One Day Self Image Program*, dan Aku Perempuan Indonesia (Puspita Martha School Program Book, 2017).

Sebagai sekolah kecantikan berstandar International, Puspita Martha pun memiliki sertifikasi *International* untuk masing-masing programnya, yaitu sertifikat Cidesco (Diploma *Beauty Aesthetics*) dari Switzerland, Cibtac (Diploma *Make Up*) dari England, Pivot Point (Diploma *Hairdressing*) dari USA dan *International Spa Association* (Puspita Martha School Program Book, 2017). Dalam pelaksanaannya, Puspita Martha menerapkan 4 (empat) konsep atau keunggulan, yaitu; (1) *Multi Certifications*, dimana siswa yang telah lulus dari Puspita Martha akan mendapatkan sertifikat nasional maupun International, (2) *Multi Discipline of Sciences*, dimana ilmu yang diberikan kepada para siswa didasarkan pada pendekatan ilmiah, dan pendekatan lintas budaya guna memenuhi kebutuhan industri, (3) *Multi Industrial Relationship*, dimana selama masa pembelajaran siswa tidak hanya belajar di kelas, tetapi juga akan melakukan praktik secara langsung di lapangan pada *event* tertentu dan berbagai industri layaknya seorang *Professional Make Up Artist* pada umumnya, seperti *fashion show*, pementasan teater, dan sebagainya, dan (4) *Multi Profession*, dimana lulusan Puspita Martha dapat diterima bekerja sebagai *professional* di berbagai bidang industri, dan juga dapat membuka bisnis di industri kecantikan seperti salon, spa, dan lain-lain.

Hingga saat ini, Puspita Martha tidak hanya berkembang menjadi sekolah kecantikan ternama di Indonesia, tetapi juga memberikan peran yang begitu besar dalam hal penyediaan tenaga *professional*. Selain itu, Puspita Martha berdiri tidak hanya untuk memberikan ilmu mengenai dunia kecantikan, tetapi juga melahirkan para *Beautypreneur* atau *Entrepreneur* dalam industri kecantikan, *fashion*, dan gaya hidup. Puspita Martha International Beauty School Jakarta merupakan kantor pusat yang berlokasi di JL. KH Wahid Hasyim 19-21 Jakarta Pusat. Selain di Jakarta, Puspita

Martha juga telah memiliki cabang lain di beberapa Kota besar, yaitu Bandung, Surabaya, dan Yogyakarta.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi dari Puspita Martha International Beauty School yang dikutip dari *website* resmi Puspita Martha International Beauty School adalah sebagai berikut :

2.1.2.1 Visi Perusahaan

Menjadi International Beauty School yang terbaik di Indonesia berstandart Internasional dengan berperan aktif dalam pengembangan ilmu dan profesionalisme di bidang kecantikan (www.puspitamartha.ac.id).

2.1.2.2 Misi Perusahaan

Menjadi Internasional Beauty School berdasarkan perkembangan ilmu pengetahuan atau *Scientific Approach* dengan pemanfaatan teknologi yang *up to date* secara kreatif dan inovatif berdasarkan nilai-nilai luhur budaya atau *Cross Culture* sesuai standard keilmuan dan profesionalisme yang diakui Internasional (www.puspitamartha.ac.id).

2.1.3 Logo Perusahaan

Gambar 2.2

Logo PT. Martha Beauty Gallery



Gambar 2.3

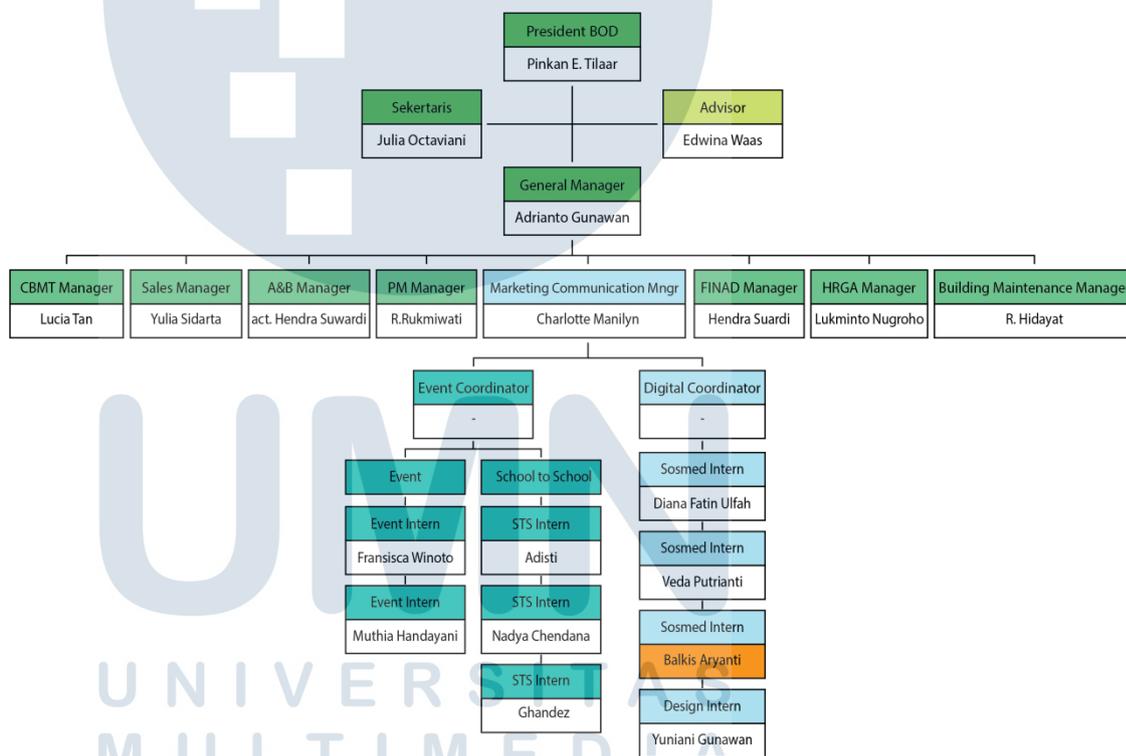
Logo Puspita Martha International Beauty School



2.1.4 Struktur Organisasi

Gambar 2.4

Struktur Organisasi PT. Martha Beauty Gallery



Sumber : PT. Martha Beauty Gallery

Bagan 2.4 merupakan struktur organisasi di PT. Martha Beauty Gallery pada saat penulis mulai menjadi salah satu anggota tim kerja magang hingga selesai. Dalam struktur organisasi tersebut tentunya tiap jabatan memiliki peranan dan tugasnya masing-masing. Berikut ini adalah

deskripsi tanggung jawab serta peran dan tugas yang dilakukan setiap jabatan dalam struktur tersebut:

1. *President BOD*

President BOD memiliki tanggung jawab untuk memimpin PT. Martha Beauty Gallery dan memiliki tugas untuk menjaga kestabilan dari perusahaan. Selama penulis dalam masa kerja magang, kedudukan ini ditempati oleh Ibu Pinkan Engelien Tilaar dan Ibu Wulan Tilaar Widarto selaku wakil.

2. *Secretary*

Secretary memiliki peran untuk membuat surat-surat yang berkaitan dengan perusahaan, dan sekretaris di PT. Martha Beauty Gallery juga berperan sebagai tangan kanan dari *President BOD*. Oleh karena itu, peran ini akan menjadi jembatan antara tamu ataupun *client* dengan *President BOD*.

3. *Advisor*

Tugas dari *Advisor* adalah memberikan nasihat-nasihat terhadap perkembangan perusahaan, juga merekomendasikan yang terbaik untuk perusahaan.

4. *General Manager*

General Manager memiliki tanggung jawab yang besar dalam perusahaan. *General Manager* berperan untuk melakukan pengarahan (*direction*) yang meliputi pembuatan keputusan, kebijaksanaan, dan tentunya membuat rancangan organisasi serta pekerjaan. *General Manager* juga-lah yang melakukan seleksi, pelatihan, penilaian, pengembangan, menerapkan sistem komunikasi, pengendalian, serta *reward*.

5. *CBMT Manager*

CBMT Manager adalah kepala divisi dari CBMT, yang dimana CBMT sendiri adalah divisi penyedia jasa peminjaman busana serta gaun, baik keperluan pernikahan ataupun acara lainnya. CBMT pun dikelola dibawah naungan Martha Beauty Gallery.

6. *Sales Manager*

Sales Manager memiliki tanggung jawab untuk menjual *product* Martha Beauty Gallery berupa Sekolah Puspita Martha, CBMT, dan Salon & Spa Marta Tilaar, dimana *sales-* lah yang bertugas untuk membuat promosi, serta mencari *target market* dari Martha Beauty Gallery.

7. *A & B Manager*

A & B Manager adalah kepala divisi dari keperluan *logistic*, dimana divisi ini bertugas untuk membuat keperluan *logistic* yang diperlukan oleh Martha Beauty Gallery baik membuat *booth* untuk keperluan pameran atau memperbaiki sarana dan prasarana dari Martha Beauty Gallery.

8. *Puspita Martha Manager*

Puspita Martha Manager bertugas untuk mengatur dan mengelola setiap kegiatan di sekolah Puspita Martha, mengawasi hubungan antara para *trainer* dan murid, serta menjadi pemegang tanggung jawab yang besar.

9. *Marketing Communication Manager*

Marketing Communication Manager bertugas mengontrol setiap kegiatan yang dilakukan *Marketing Communication Intern*, ikut serta dalam setiap *event* yang diadakan oleh internal maupun eksternal perusahaan. Selain itu, berperan dalam mengelola konten pada media sosial perusahaan guna mengkomunikasikan serta menyebarkan informasi mengenai kegiatan perusahaan.

10. *FINAD Manager*

FINAD Manager bertugas menyeleksi keuangan dari perusahaan, memproses data agar menjadi laporan keuangan, serta merencanakan, mengontrol dan mengkoordinasi arus kas perusahaan terutama utang dan piutang perusahaan.

11. *HRGA Manager*

HRGA memiliki peran untuk menyeleksi karyawan-karyawan yang akan bergabung di PT. Martha Beauty Gallery. Tugas lain dari *HRGA* adalah melakukan pengembangan dan evaluasi karyawan yang

berkerja, serta memberikan kompensasi pada para karyawan. *HRGA* juga bertugas mulai dari mengurus perihal perijinan, hubungan dengan sekitar, kebersihan dan keindahan dari lingkungan sekitar perusahaan, keamanan dan kendaraan perkantoran, serta pengawasan aset perusahaan.

12. *Building Maintenance Manager*

Building Maintenance Manager memiliki fungsi memperbaiki serta memperbaharui area bangunan perusahaan, seperti melakukan perbaikan mushalla yang rusak, melakukan penambahan area yang dibutuhkan seperti, studio untuk *photoshoot*, dan lain-lain. *Building Maintenance Manager* juga di dalamnya memiliki *Arsitektur intern* yang bertugas untuk membuat rancangan tempat yang akan dibangun atau diperbaharui tersebut.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Selama masa kerja magang, penulis ditempatkan di bawah divisi *Marketing Communication* yang dikepalai oleh *Marketing Communication Manager* yang juga menjadi pembimbing penulis selama bekerja di Puspita Martha, Charlotte Manilyn Amanda Ulyana Kesaulya. Divisi ini terbagi menjadi dua bagian di dalamnya, yaitu *Event* dan *Digital (Social Media)*.

Divisi *Event* sendiri terbagi lagi menjadi dua, yaitu *Event*, dan *School to School Program*. Pada divisi *event*, tim bertugas melakukan kerjasama dengan sekolah, Universitas, komunitas, ataupun perusahaan lain untuk mengadakan sebuah acara atau *exhibition* yang di dalamnya Puspita Martha ikut berpartisipasi menyempurnakan acara tersebut dengan memberikan support *make up & hair do* panitia serta peserta yang terlibat. Sama halnya dengan *event*, program *School to School (STS)* pun bertugas melakukan kerjasama dengan pihak sekolah maupun Universitas untuk mengadakan *Beauty Class*, membuat *MOU*, mengkomunikasikan kegiatan STS dengan *trainer* dan siswa yang akan membantu proses *Beauty Class*, serta berkoordinasi dengan pihak sekolah maupun Universitas dan pihak Puspita Martha guna mempersiapkan kelengkapan kegiatan *Beauty Class*. Puspita Martha melakukan kegiatan *School to School* sedikitnya dua kali dalam kurun waktu satu bulan dengan tujuan untuk meningkatkan dan membentuk

brand awareness dikalangan pelajar maupun mahasiswa/i. Dalam kegiatan *School to School*, Puspita Martha mengikutsertakan alumni, murid, dan trainer untuk memberikan edukasi seputar kecantikan kepada murid Sekolah Menengah Atas (SMA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dan mahasiswa perguruan tinggi.

Sedangkan divisi *Digital* atau *Social Media* merupakan divisi yang menjadi fokus penulis selama masa kerja magang, karena penulis ditempatkan dan ditugaskan untuk membantu mengelola *social media* perusahaan. Penulis dan tim bertanggung jawab untuk mengelola *social media* perusahaan, baik *Instagram*, *Facebook*, maupun *Website*. Selama masa kerja magang, penulis dan tim bertugas membuat konten terencana beserta *wording* mengenai info, tips, dan tren yang akan di implementasikan pada *social media* tersebut guna menarik perhatian publik terhadap perusahaan, dalam hal ini Puspita Martha International Beauty School. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab dalam mendokumentasikan segala kegiatan di dalam maupun di luar kelas, seperti *daily activity* pada *Instagram story*, *Beauty Class*, *Exam on Stage*, dan lain sebagainya. Penulis juga bertugas dalam melakukan hubungan baik dengan publik dengan membalas pesan dan memberikan informasi terkait perusahaan melalui *Instagram* maupun *Facebook* yang nantinya akan digiring pada *website* perusahaan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA