

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan K-Style Hub

PT Keindahan Sejahtera Utama merupakan perpanjangan bisnis dari perusahaan induk K-Style Hub, Inc. yang telah merintis bisnisnya sejak Agustus 2019 di Korea Selatan [5]. Perusahaan ini didirikan sekaligus dipimpin oleh Park Yun Jung, yang akrab disapa sebagai Mrs. Yuna bersama dengan Han Soo Yeon atau yang dipanggil Mrs. Iris, membangun K-Style Hub untuk berbisnis dalam ranah perantara penyaluran dan niaga produk-produk perawatan wajah, rambut, dan tubuh hasil produksi fabrikator asli Korea Selatan [11].

Perusahaan awalnya menasar market di Indonesia melalui *online store* berlabel dagang Unnis Pick (Gambar 2.2) di berbagai platform e-commerce Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop. Unnis Pick juga menaruh stan penjualan di berbagai pusat perbelanjaan seperti Grand Indonesia, Food Hall, Babyz Station, Pondok Indah Mall, 99 Ranch Market, Kota Kasablanka Mall, hingga Century Mall, dan juga hadir pada acara bertemakan budaya Korea Selatan seperti pada acara Puri Daebak di Lippo Mall Puri dan K-Life Style Show Case 2023 di 1 Park Avenue Jakarta Selatan.



Gambar 2.2 Logo Toko Unnis Pick

KSH telah memasok produk-produk kecantikan dan telah membantu proses distribusi dan marketing untuk lebih dari 100 merek klien dari Korea Selatan yang telah bekerjasama sekaligus mendaftarkannya ke Badan Pengawas Obat dan Makanan Indonesia untuk diuji dan disertifikasi keamanan produk untuk dikonsumsi. Pabrikasi produk kecantikan yang telah dibantu pendistribusiannya oleh KSH diantaranya ialah Camiane, Romantic Bebe, Tovegan, THEONLEAF, Owndo°, 12Grabs, Miguhara, Commisqueen, dan lain sebagainya [5]. Label dan nomor registrasi Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) sangatlah penting pada kemasan produk sebagai syarat masuk ke dalam beberapa *market place*, serta semakin meningkatnya kesadaran masyarakat Indonesia mengonsumsi produk kecantikan yang bebas dari bahan berbahaya seperti halnya merkuri, paraben, formalin, dan timbal [12]. Produk yang diimpor KSH selanjutnya didaftarkan untuk mendapatkan nomor BPOM Indonesia dan surat izin edar merek, sebagai upaya memperluas pemasaran produk kepada target market kelas atas.

Melihat peluang ekspansi bisnis kembali, KSH yang didanai para investor, meluncurkan sebuah *mobile application* dengan *trademark* bernama UNNIS Beauty Curator pada tanggal 11 Desember 2021 [7]. Aplikasi UNNIS menawarkan metode baru bagi peminat produk kosmetik dan perawatan tubuh di Indonesia, yakni mencari informasi sekaligus membeli produk kecantikan yang spesial dibutuhkan mereka. UNNIS juga sekaligus menjadi wadah penggemar budaya Korea bersosialisasi dengan adanya fitur Community. Fitur Community memungkinkan pengguna aplikasi UNNIS membahas atau berdiskusi mengenai

produk kecantikan yang dibutuhkan mereka. UNNIS diharapkan menjadi sebuah ekosistem besar bagi konsumen menjelajahi segala informasi kecantikan ala Korea Selatan yang tentunya terbaik bagi mereka hanya dalam satu aplikasi.



Gambar 2.3 Logo Aplikasi UNNIS

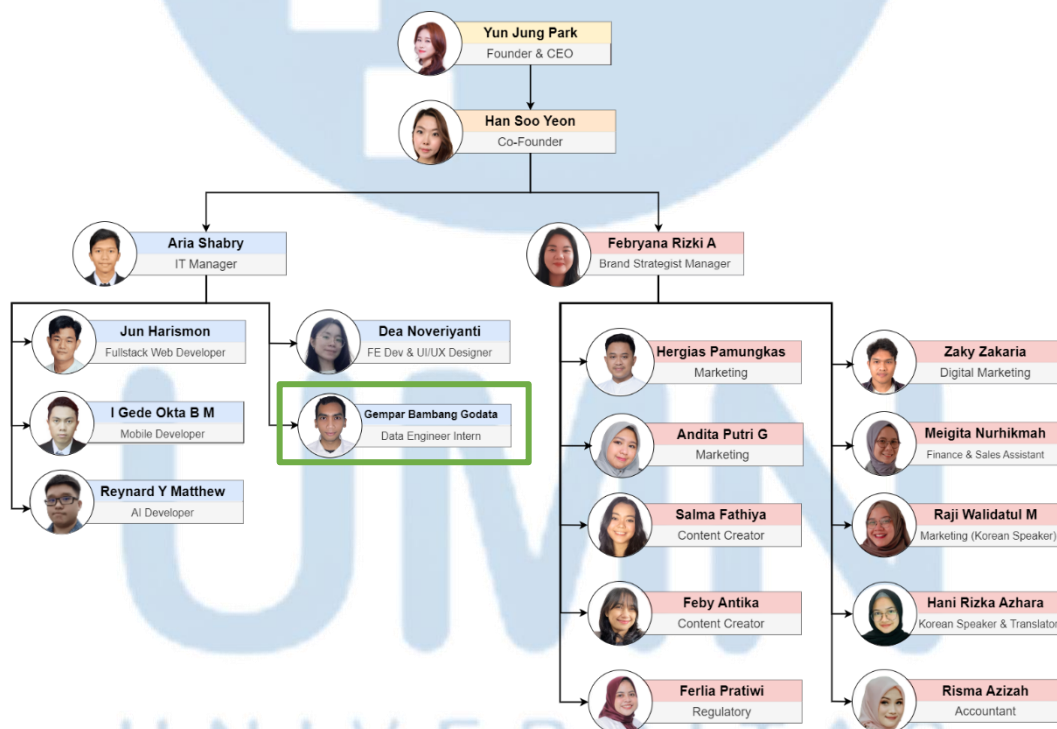
2.1.1 Visi Misi

PT Keindahan Sejahtera Utama dibangun dengan visi ke depan, yakni menjadi penggagas dan pemimpin di industri startup kecantikan personal. Perusahaan memiliki tujuan untuk merevolusi paradigma ekspor dengan memperkuat penjualan produk kecantikan Korea Selatan di pasar Indonesia. Selain itu, perusahaan berkomitmen untuk menyediakan konten edukatif dan layanan konsultasi kecantikan diri yang berkelas bagi para konsumen setia.

Misi yang dijalankan PT Keindahan Sejahtera Utama untuk mencapai visinya tersebut terlihat dari dedikasinya dalam mengeksplorasi kandungan-kandungan yang aman pada bahan pembuatan produk produk kecantikan Korea Selatan yang didistribusikan mereka. Contohnya ialah 70% dari produk yang pasok telah lulus dan tersertifikasi EWG Green Grade (tidak mengandung bahan terlarang), serta diproduksi menggunakan bahan-bahan non-hewani. Perusahaan memastikan produk yang mereka tawarkan unggul di tingkat global khususnya di kawasan Indonesia itu sendiri, yakni melalui pengoperasian toko-toko penjualan produk klien asal Korea Selatan. Adapun layanan konsultasi kecantikan dan kesehatan kulit wajah diberikan KSH melalui fitur Subscription dan langganan produk melalui aplikasi UNNIS.

Perusahaan turut berkomitmen untuk membawa inovasi yang menginspirasi pengusaha obat-obatan lain melalui konsistensinya melakukan pendaftaran BPOM terhadap produk-produk kecantikan secara transparan dan jujur, tanpa kompromi. Perusahaan juga berusaha untuk menyediakan akses langsung kepada ahli kesehatan kulit wajah yang berpengalaman dan berkompeten melalui platform aplikasi *mobile* UNNIS, sehingga mampu memberikan dukungan terbaik bagi pengguna aplikasi dalam pemenuhan kebutuhan kecantikan diri mereka.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Perusahaan PT Keindahan Sejahtera Utama

Dibawah kepemimpinan CEO Yun Jung Park (Mrs. Yuna), PT Keindahan Sejahtera Utama memiliki dua departemen utama yang strukturnya ditampilkan pada Gambar 2.4, CEO Mrs. Yuna memimpin operasional bisnis harian KSH dan pengelolaan investasi keuangan perusahaan. Departemen Business Strategy

menaungi mayoritas proses bisnis *e-commerce* Unnis Pick, kerjasama dengan klien, proses import dan regulasi produk, dan seluruh kegiatan pemasaran perusahaan. Adapun departemen Information Technology (IT) bekerja pada ranah pengembangan dan operasional aplikasi UNNIS secara keseluruhan, serta bidang-bidang penggunaan teknologi lainnya yang dibutuhkan.

Posisi IT manager KSH, dipegang oleh Bapak Aria Shabry, memiliki wewenang memimpin dan mengelola karyawan divisi Informasi & Teknologi. Posisi ini berwenang memberikan tugas-tugas beserta pengawasan kinerja dan pencapaian target dari pengerjaan tugas seluruh anggota divisi IT. Bapak Aria Shabry merangkap kerja sebagai *Back-end developer*, bertugas menganalisis solusi teknologi yang perlu dilakukan dalam menjankan aplikasi UNNIS, menyediakan struktur server *Application Programming Interface* (API), dan pemrograman lain yang mendukung kualitas serta keamanan aplikasi UNNIS. Posisi *Front-end website developer*, yang dipegang oleh Bapak Jun Harismon, berperan penting untuk membangun, memelihara dan mengembangkan website perusahaan (<https://k-stylehub.com> & <https://www.hiunnis.com>). Tugas lain yang diemban Bapak Jun Harismon ialah melakukan pengembangan dan pengecekan database *front-end* aplikasi UNNIS, serta memperbarui status pesanan produk dari aplikasi melalui portal perusahaan.

Dea Noveriyanti memiliki kontrak kerja sebagai *User Interface/Experience designer* sekaligus menjadi *Front-end developer* perusahaan, beliau bertugas merancang dan mengembangkan desain website serta aplikasi UNNIS. UI/UX designer juga bertugas membantu Front-End developer menerjemahkan desain ke dalam bahasa pemrograman. Desain-desain yang telah dihasilkan oleh UI/UX designer, setelah disetujui Mrs. Iris, akan dilimpahkan kepada Mobile & Web Developer untuk diimplementasikan menjadi perwajahan sistem aplikasi. Posisi *AI developer* (Reynard Matthew Yaputra) memegang tanggung jawab merancang dan membangun model machine learning yang diaplikasikan pada sistem rekomendasi video aplikasi UNNIS. *AI developer* juga turut dilibatkan dalam kerja sama teknologi yang memakai kecerdasan buatan bersama klien dari Korea Selatan.

Divisi marketing diisi oleh sejumlah profesional yang berbakat dan berpengalaman. Febryana Rizki Amalia Lubis memegang peran sebagai Brand Strategist Manager, bertanggung jawab atas strategi merek perusahaan. Hergias Pamungkas bertugas untuk menjadi seorang E-Commerce Specialist KSH yang melibatkan berbagai aspek yang bertujuan untuk mengoptimalkan dan mengelola platform penjualan *online* perusahaan. Beliau bertanggung jawab atas pengelolaan situs web *e-commerce*, termasuk mengunggah produk baru, memperbarui informasi produk, dan memastikan deskripsi produk serta gambar yang akurat dan menarik. E-Commerce Specialist juga bekerja untuk meningkatkan visibilitas produk melalui teknik optimasi mesin pencari (SEO) dan strategi pemasaran digital seperti iklan berbayar, email marketing, dan kampanye media sosial. Selain itu, mereka memantau dan menganalisis kinerja penjualan *online*, menggunakan data dan analitik untuk mengidentifikasi tren, memahami perilaku konsumen, dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan penjualan.

Posisi Pak Hergias berkolaborasi dengan tim lain, seperti tim desain, dan jasa logistik, untuk memastikan pengalaman belanja yang mulus bagi pelanggan. E-Commerce Specialist juga bertugas menangani layanan pelanggan yang berkaitan dengan platform *e-commerce*, termasuk menanggapi pertanyaan pelanggan dan menyelesaikan masalah atau keluhan. Raji Mukarromah juga berperan sebagai E-Commerce Specialist, sekaligus sebagai Korean Translator perusahaan bersama Hani Rizka Azhara. Tugas mereka membantu komunikasi dan operasi *e-commerce* yang melibatkan bahasa Korea. Andita Putri dan Bae Hyojin bertugas sebagai Social Media Specialist dan Designer, dengan Bae Hyojin bekerja dari kantor di Korea Selatan, memberikan sentuhan desain yang sesuai dengan tren di pasar Korea. Salma Fathiya Zahrani dan Feby Antika mengambil peran sebagai Content Creator, mengembangkan konten kreatif untuk kampanye perusahaan, memastikan pesan merek tersampaikan dengan baik kepada audiens target pasar.

Divisi operasional yang menjadi bagian Brand Strategist diisi oleh Meigita Nurhikmah yang berperan sebagai Finance Manager, memimpin manajemen keuangan perusahaan. Risma Azizah membantu pengelolaan keuangan sebagai

accountant perusahaan, memastikan semua catatan keuangan akurat dan up-to-date. Terakhir, Ferlia Pratiwi bertugas sebagai Regulatory Specialist, mengurus segala hal yang berhubungan dengan pendaftaran produk ke BPOM dan berbagai persyaratan regulasi lainnya, memastikan semua produk mematuhi standar dan peraturan yang berlaku. Kombinasi keahlian dan dedikasi dari semua anggota tim ini memastikan bahwa perusahaan dapat beroperasi dengan efisien dan efektif, baik dalam aspek pemasaran maupun operasional PT Keindahan Sejahtera Utama.

