

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo PT MOC Milenial Indonesia

Sumber: <https://careers.mocmilenial.com/>

PT MOC Milenial Indonesia adalah perusahaan *Supplier* dan *Online Business* yang telah berdiri sejak 2017, dimana perusahaan ini telah menciptakan berbagai *brand* dengan produk dan jasa yang bergerak di industri yang beragam. Sebelum adanya PT MOC Milenial Indonesia, perusahaan ini merupakan perusahaan *startup* yang dibangun pada tahun 2013 oleh Bapak Richard Putra dan Bapak Sean Sebastian – yang merupakan kakak beradik. Pada awalnya, usaha ini bertujuan untuk memberikan bekal ilmu mengenai cara berjualan secara *online* kepada masyarakat Indonesia yang tidak memiliki modal, maupun produk menarik untuk dijual, dengan ikut serta menjual produk-produk yang mereka produksi. Produk pertama yang diproduksi oleh perusahaan merupakan produk *skincare*, dimana kedua pemilik tersebut melakukan strategi pemasaran secara *door-to-door* untuk menarik minat masyarakat; Kini, usaha ini dikembangkan menjadi berbagai bidang usaha, termasuk MOC *Academy* dikenal sebagai @bismillennial (*platform* untuk pembekalan dan *mentoring* berbisnis *online*), MOC *Dropshipping* (program

reseller), dan MOC *Product-Brand* dikenal sebagai @masteronlinecommunity (*platform* yang menjual produk dari *brand* yang telah diciptakan).

Seiring berjalannya waktu, perusahaan ini pun mulai berekspansi dengan menciptakan lebih banyak *brand*, serta memproduksi, menyuplai, dan membuka jasa *dropshipping* untuk produk yang ditawarkan dari masing-masing *brand*. *Brand* yang terdapat dalam PT MOC Milenial Indonesia bergerak pada 3 bidang industri, yakni kesehatan, kecantikan, dan FnB (*Food and Beverages*).

2.1.1 *Brand* dan Produk PT MOC Milenial Indonesia

a. *Brand* Kesehatan

i. S-GROW



Gambar 2. 2 Tampilan *Brand* & Produk Kesehatan S-GROW

S-GROW adalah *brand* yang menawarkan produk suplemen peninggi badan dengan kandungannya yang tinggi protein, kalsium murni, fosfor, dan vitamin D. S-GROW pun telah memenangkan penghargaan Asean Awards pada tahun 2023 sebagai “Suplemen Peninggi Badan Terbaik di Indonesia”. Selain itu, S-GROW pun telah melakukan *line extension*, dimana produknya tak hanya bisa dikonsumsi oleh remaja hingga dewasa (15 – 35 tahun), tetapi juga oleh anak-anak yakni disebut S-KIDGRO. *Brand* ini pun telah teruji BPOM dan Halal sehingga aman untuk dikonsumsi, dan dapat dibeli melalui *platform e-commerce* yang tersedia.

ii. Smartvision



Gambar 2. 3 Tampilan Brand & Produk Kesehatan Smart Vision

Smartvision adalah *brand* yang menawarkan produk suplemen kesehatan mata untuk membantu atasi mata minus, plus dan silinder. Smart Vision pun telah meluncurkan dua produk, yakni S-EyeTech dan S-Vision, dalam membantu menjaga kesehatan mata, dimana sejumlah konsumen yang menggunakan produk Smart Vision telah merasakan manfaatnya. Produk dari Smart Vision memiliki kandungan yang tinggi vitamin A dan C, serta sudah teruji BPOM dan Halal sehingga aman untuk dikonsumsi.

iii. Purityfic



Gambar 2. 4 Tampilan Brand & Produk Kesehatan Purityfic

Purityfic merupakan *brand* berasal dari Australia yang menawarkan berbagai jenis vitamin kesehatan. *Brand* tersebut merupakan *brand* yang baru ini menjalin hubungan kerjasama dengan PT MOC Milenial Indonesia, dimana MOC Milenial menjadi perusahaan distributor bagi *brand* serta membantu dalam aktivitas promosi.

b. *Brand* Kecantikan

i. Smart Breast



Gambar 2. 5 Tampilan Brand & Produk Kesehatan Smart Breast

Smart Breast adalah *brand* yang menawarkan produk kecantikan bagi para wanita, khususnya pada bagian payudara. *Brand* ini bertujuan untuk membantu wanita mengurangi rasa tidak percaya diri (*insecure*) pada dadanya, dimana produk dari *brand* tersebut dapat memberikan hasil yang maksimal dan nyata hanya dalam 14 hari, serta telah dipercayai dan digunakan oleh sejumlah masyarakat Indonesia. Produk Smart Breast pun telah terverifikasi BPOM dan 100% Halal sehingga aman untuk dikonsumsi. Produk-produk yang ditawarkan beragam mulai dari krim, gel, masker hingga *oil*. Selain itu, *brand* Smart Breast pun menawarkan konsultasi gratis apabila terdapat konsumen

yang membutuhkan saran atas produk yang sesuai dengan kondisi tubuhnya.

ii. Gentletality



Gambar 2. 6 Tampilan Brand & Produk Kesehatan Gentletality

Serupa dengan Smart Breast, Gentletality adalah *brand* yang menawarkan produk suplemen vitalitas pria dalam meningkatkan stamina tubuh. *Brand* ini bertujuan untuk membantu pria lebih percaya diri dengan penampilannya sehingga memiliki karismatik terhadap para lawan jenis. Produk Gentletality pun telah terverifikasi BPOM dan 100% Halal sehingga aman untuk dikonsumsi.

iii. Master Weight Gain



Gambar 2. 7 Tampilan Brand & Produk Kesehatan Master Weight Gain

Master Weight Gain adalah *brand* yang menawarkan produk suplemen dalam membantu menggemukan badan – atau meningkatkan berat badan. *Brand* ini terbukti dapat meningkatkan berat badan rata-rata 2 - 5 kg dalam satu minggu. Produk yang ditawarkan pada *brand* ini memiliki 2 jenis, yakni produk kapsul – atau suplemen – dan madu. Selain dari keunggulannya dalam meningkatkan berat badan, produk dari *brand* Master Weight Gain dapat membantu meningkatkan penyerapan nutrisi agar badan pun menjadi lebih sehat. Produk dari Master Weight Gain pun telah terverifikasi BPOM dan Halal sehingga aman untuk dikonsumsi.

iv. S-Diety (Smart Detox Tea & Supplement)



Gambar 2. 8 Tampilan Brand & Produk Kesehatan S-Diety

Berbeda dengan Master Weight Gain, S-Diety adalah *brand* yang menawarkan produk suplemen dan produk minuman teh cepat saji untuk membantu proses diet, atau menurunkan berat badan. Selain dari manfaatnya untuk membantu diet, produk S-Diety dapat mendukung detoksifikasi tubuh (membantu pengeluaran toksin atau zat racun tubuh agar kesehatan tubuh dapat terjaga secara

menyeluruh). Produk dari S-Diety pun telah terverifikasi BPOM dan Halal sehingga aman untuk dikonsumsi.

c. *Brand Food and Beverages*

i. Sambal Mak Pandawa



Gambar 2. 9 Tampilan Brand & Produk Kesehatan Sambal Mak Pandawa

Sambal Mak Pandawa adalah *brand* makanan siap saji yang dimasak dengan bumbu Nusantara dari resep tahun 1989, serta dikemas dengan packaging retort (atau tersterilisasi vakum). Sambal Mak Pandawa merupakan *brand* yang baru dikembangkan pada tahun 2023, dimana *brand* menawarkan 3 jenis varian, yakni Mercon Daging Premium, Ayam Woku, dan Ayam Betutu Bali. Produk yang ditawarkan tertuju kepada para anak kos, maupun ibu rumah tangga, yang ingin masak tanpa ribet (tidak membutuhkan waktu hingga 5 menit), mengenyangkan, dan juga terjangkau.

Varian-varian dari Sambal Mak Pandawa dikenal dengan rasa pedasnya yang nampol dan nagih. Masakan

pada produk pun dimasak oleh koki profesional dengan bumbu yang segar dan berkualitas. Bahkan, sudah teruji Halal dan BPOM sehingga aman untuk dikonsumsi.

ii. Gracious Healthy Catering & Gracious Healthy Instant



Gambar 2. 10 Tampilan Brand & Produk Kesehatan Gracious Healthy Instant

Gracious Healthy adalah *brand* makanan sehat yang membantu konsumen yang sedang menjalani program diet dan/atau program bulking dengan mengkonsumsi makanan yang lezat, namun rendah kalori dan rendah lemak. Gracious Healthy sendiri telah memiliki 2 jenis *brand*, yakni Gracious Healthy Catering dan Gracious Healthy Instant. Gracious Healthy Catering menawarkan menu masakan catering diet setiap minggunya. Sedangkan, Gracious Healthy Instant adalah makanan cepat saji – serupa dengan Sambal Mak Pandawa – dengan kandungan nutrisi yang lebih sehat dan telah ditakar sempurna oleh nutritionis untuk kebutuhan diet maupun *bulking* konsumen.

Gracious Healthy Instant pun menawarkan 9 jenis varian, yakni *Aromatic Chicken Mercon* (*Level Sopan & Jontor*), *Healthified Chicken Black Pepper*, *Healthified*

Chicken Rendang, Low-Fat Beef Tenderloin Kebuli, Low-Fat Beef Oseng Mercon (Level Sopan & Jontor), Signature Tuna Bumbu Daun Jeruk, dan Healthified Cumi Cabe Hijau. Varian-varian Gracious Healthy Instant dikenal dengan rasanya yang tetap lezat (tak hambar) – meskipun merupakan makanan diet – dan dapat membantu proses penurunan berat badan.

2.2 Visi Misi

2.2.1. Visi

Sebagai perusahaan yang telah bergerak secara digital, PT MOC Milenial Indonesia memiliki dua visi sebagai berikut:

- Menjadi *platform social commerce* dan komunitas bisnis *online* terbaik di Indonesia;
- Membangun dan memajukan satu juta pengusaha di Indonesia.

2.2.2. Misi

Dalam mencapai visi tersebut, terdapat beberapa strategi atau misi yang perlu dilakukan oleh perusahaan, dimana PT MOC Milenial Indonesia telah menetapkan beberapa misi untuk mencapai tujuan mereka, yakni:

- Mengembangkan sumber daya manusia yang profesional dan inovatif;
- Membantu kesuksesan banyak pengusaha dan konten kreator di Indonesia dalam segi penghasilan dan pengembangan diri;
- Mengembangkan produk inovatif dan memberikan dampak positif bagi masyarakat;
- Peduli dan berkontribusi untuk memajukan Generasi Muda di Indonesia.

2.3 Struktur Organisasi



Gambar 2. 11 Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan dengan gambar tercantum, terlihat struktur organisasi dari PT MOC Milenial Indonesia dengan kedudukan yang tertinggi, yaitu CEO, dan diikuti dengan divisi-divisi yang ada di perusahaan. CEO pada PT MOC Milenial Indonesia terdiri dari 2 pemilik yang merupakan kakak beradik, yakni Bapak Richard Putra dan Bapak Sean Sebastian. Divisi-divisi yang ada di perusahaan termasuk divisi Bisnis Milenial – salah satu bisnis dalam perusahaan yang menawarkan *mentoring* cara membuat dan mengembangkan bisnis secara *online* atau digital, divisi *Trainer Member* – divisi yang berperan untuk membantu, membimbing dan melatih pekerja maupun *intern* yang baru bergabung di perusahaan, divisi *Digital Marketing & IT* – divisi yang mengatur periklanan dan mengelola media sosial dari masing-masing *brand*, perlu diketahui bahwa setiap *brand* pada perusahaan memiliki tim *marketing* tersendiri, divisi *Admin & Sales* - divisi yang menjadi *host live streaming* dan bertanggung jawab untuk berinteraksi dengan audiens, divisi *Warehouse* – divisi yang mengelola dan memproduksi produk-produk pada setiap *brand* di gudang, divisi *Public Relation* – divisi yang mencari dan bekerjasama dengan KOL atau *influencer* untuk membantu mempromosikan *brand* kepada audiens yang lebih luas, dan divisi *Human Resource* – divisi yang mengelola dan menjaga ketentraman lingkungan kerja serta melindungi dan bertanggung jawab untuk mempertahankan karyawan pada perusahaan.

Penulis sendiri termasuk dalam divisi *Digital Marketing & IT* yang dibimbing oleh *Head of Art Director*. *Head of Art Director* pada PT MOC Milenial Indonesia adalah Bapak Pandji Sidhi dan Bapak Faizal Nur Apriyadi – yang merupakan supervisi dari penulis – yang mengelola seluruh *brand* pada perusahaan, menentukan *brand identity*, serta strategi dalam mengelola media sosial dari setiap *brand*. Dengan strategi yang telah dilakukan oleh *Head of Art Director*, strategi tersebut akan direalisasikan oleh tim lainnya. Sebab PT MOC Milenial Indonesia memiliki banyak *brand*, masing-masing *brand* memiliki tim *marketing* tersendiri yang berisi dari *brand manager*, *content creator*, *social media specialist*, dan desainer grafis. Penulis sebagai *intern* ditugaskan untuk membantu tugas-tugas dari tim *marketing* sehingga media sosial *brand* dapat dikelola dengan baik, dan membantu meningkatkan serta mempertahankan *brand equity*.