

BAB II

PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2. 1 Company Logo Sumber
: PT Prioritas Jaya Indonesia, 2024

Dalam tengah gemerlap industri kosmetik Indonesia, PT. PRIORITAS JAYA INDONESIA tampil sebagai simbol modernisasi yang terlahir dari PD. TRI PUTRI AYU yang telah berdiri sejak 2007. Sebagai tonggak perubahan dalam industri ini, perusahaan ini tak hanya menekankan produksi dan distribusi kosmetik, namun juga mengangkat nilai-nilai keindahan alam Indonesia ke skala global. Dengan motto yang digunakan, "Mencintai produk Indonesia dengan produk kecantikan natural yang terbuat dari bahan alam Indonesia sebagai upaya untuk menciptakan keunggulan kosmetika Indonesia di dalam dan di luar negeri", Prioritas Jaya Indonesia menjadikan pemanfaatan bahan baku alam Indonesia sebagai landasan utama dalam setiap produknya.

Melalui perjalanan panjangnya, PT Prioritas Jaya Indonesia telah menaklukkan berbagai rintangan menuju puncak kesuksesan saat ini. Proses produksi yang berkualitas tinggi didukung oleh sertifikasi CPKB, menjamin bahwa setiap produk yang dihasilkan memenuhi standar mutu yang ketat. Seluruh produk juga telah memperoleh sertifikasi Halal dari MUI, menunjukkan komitmen perusahaan terhadap produk yang sesuai dengan nilai-nilai agama dan budaya.

Dengan segala upaya ini, Prioritas Jaya Indonesia tidak hanya menjadi pelopor dalam industri kosmetik lokal, tetapi juga telah merambah pasar internasional.



Gambar 2. 2 Brand Distributor

Sumber : PT Prioritas Jaya Indonesia, 2024

PT Prioritas Jaya Indonesia juga memperluas jangkauannya dengan mendistribusikan produknya secara nasional melalui berbagai kanal pemasaran yang profesional. Dari pasar modern hingga mini market, produk-produk unggulan perusahaan ini dapat ditemukan dengan mudah di seluruh penjuru negeri. Bahkan, beriringan dengan kemajuan dunia digital, Prioritas Jaya Indonesia telah membuka toko di platform e-commerce, memastikan bahwa produknya dapat dijangkau oleh lebih banyak konsumen di seluruh Indonesia.

Tidak hanya sebagai produsen dan distributor, PT Prioritas Jaya Indonesia juga menyediakan layanan OEM Brand/Private Label. Dengan demikian, pelanggan dapat mewujudkan impian memiliki produk kosmetik sesuai dengan keinginan mereka tanpa perlu memiliki fasilitas produksi sendiri. Prioritas Jaya Indonesia menegaskan komitmennya untuk mendukung kesuksesan para pelanggan dalam industri kosmetik. Dengan nilai-nilai yang kuat dan komitmen yang tak

tergoyahkan, PT Prioritas Jaya Indonesia terus menapak maju sebagai pelopor dalam industri kosmetik Indonesia yang menginspirasi dan membanggakan.

2.1.1 Visi Misi

A. Visi

“Menjadikan kosmetika Indonesia dengan kekayaan alamnya sebagai kosmetik

Spesifik Natural Beauty yang mendunia”

Visi dari PT Prioritas Jaya Indonesia memiliki fokus pada kekayaan alam Indonesia, perusahaan memiliki tujuan untuk menghasilkan produk kosmetik yang tidak hanya memanfaatkan bahan-bahan lokal yang berkualitas tinggi, tetapi juga memenuhi standar kualitas internasional. Visi ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk mengangkat potensi keindahan alam Indonesia ke panggung dunia dan memperkenalkan keunikan produk lokal Indonesia kepada pasar global. Visi ini menunjukkan bahwa PT Prioritas Jaya Indonesia ingin memperkenalkan keindahan alam Indonesia kepada dunia dan membawa citra positif tentang industri kosmetik lokal yang berkelanjutan dan inovatif. mereka berkomitmen menciptakan landasan untuk terus mengembangkan produk-produk kosmetik yang menggabungkan kearifan lokal dengan standar kualitas internasional, sehingga dapat meraih kesuksesan di pasar global.

B. Misi

“Menghasilkan produk kosmetik yang aman, bermanfaat dan Halal. Dengan daya saing kualitas yang baik”

PT Prioritas Jaya Indonesia berkomitmen untuk mengembangkan produk kosmetik lokal yang halal, aman, dan bermanfaat yang terbuat

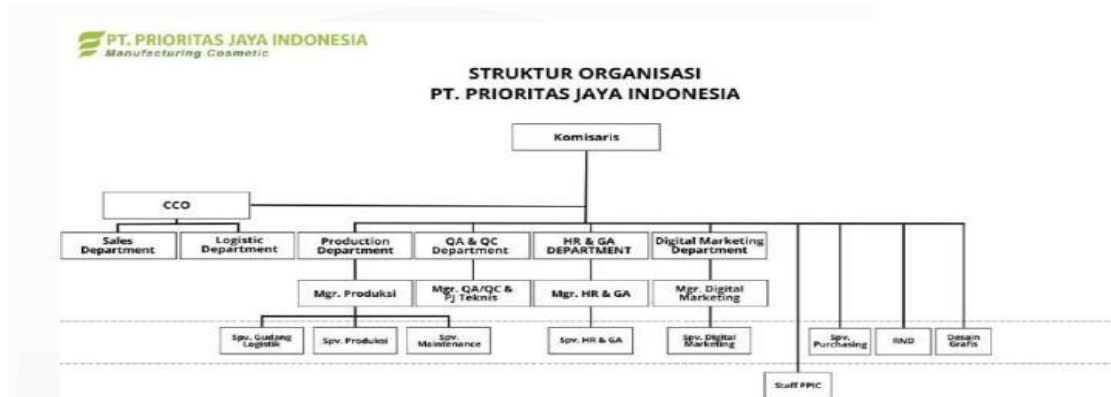
dari bahan alami. Keamanan dan manfaat produk menjadi fokus utama perusahaan. Sementara kehalalan juga menjadi perhatian penting karena mengingat mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim. Perusahaan mengutamakan kualitas produk dengan memanfaatkan bahan-bahan alami Indonesia, yang memungkinkan mereka bersaing secara baik dalam pasar kosmetik. Dengan menghadirkan produk yang aman, bermanfaat, dan halal, PT Prioritas Jaya Indonesia berkomitmen untuk memberikan kontribusi positif bagi konsumen serta memenuhi kebutuhan dan nilai-nilai yang dihargai oleh masyarakat Indonesia, sambil tetap mempertahankan daya saing kualitas yang baik dari produk-produk mereka.

C. Motto

“Cintai Produk Indonesia dengan produk kecantikan natural yang terbuat dari bahan alam Indonesia sebagai upaya untuk menciptakan keunggulan kosmetika Indonesia di dalam dan di luar”

PT Prioritas Jaya Indonesia menggambarkan tekad perusahaan untuk mencintai dan mempromosikan produk-produk Indonesia dengan fokus pada kecantikan alami yang menggunakan bahan-bahan alami dari Indonesia. Melalui cara ini, perusahaan ingin menciptakan keunggulan bagi industri kosmetik Indonesia, baik dalam negeri maupun di pasar internasional. Dengan mengedepankan produk-produk kecantikan natural yang berasal dari bahan alami Indonesia, PT Prioritas Jaya Indonesia menunjukkan komitmennya untuk mendukung kekayaan alam Indonesia dan memperkenalkan keunikan serta keunggulan produk kosmetik Indonesia kepada dunia.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 3 Company Organizational Structure

Sumber : PT Prioritas Jaya Indonesia, 2024

PT PRIORITAS JAYA INDONESIA memiliki beberapa divisi yang memiliki perannya masing-masing, yaitu *Sales Department*, *Logistic Department*, *Production Department*, *QA & QC Department*, *HR & GA Department*, *Digital Marketing Department*. Divisi-divisi tersebut dipimpin oleh manajer divisi masing-masing yang bertanggung jawab pada CCO dan Komisaris Dari PT PRIORITAS JAYA INDONESIA.



Gambar 2. 4 Digital Marketing Department Structure

Sumber : Dokumen Penulis, 2024

Gambar diatas merupakan struktur yang tegabung pada departemen *digital marketing*. Terdapat beberapa divisi yang tentunya memiliki perbedaan tanggung jawab dalam menjalankan strategi pemasaran. Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi saat ini, digital marketing telah menjadi bagian penting dari kehidupan modern. Hampir semua aspek kehidupan di dunia semakin terhubung secara digital menggunakan teknologi termasuk bisnis. Digital marketing adalah kebutuhan penting bagi bisnis untuk mengembangkan dan mempromosikan barang dan jasa mereka.

Pemanfaatan media digital seperti jejaring sosial dan platform online lainnya, untuk mencapai target pasar yang lebih luas telah menjadi taktik yang tidak dapat diabaikan. Dunia digital telah menjadi bagia bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan visibilitas dan keterlibatan dengan calon konsumen lokal dan global dengan adopsi digital marketing.

Pada perusahaan PT Prioritas Jaya Indonesia, setiap jabatan di departemen Digital Marketing memiliki peranan yang penting dalam mendukung strategi pemasaran perusahaan serta memastikan bahwa produk-produk perusahaan dapat dikenal dan diminati oleh pelanggan. Setiap individu yang mengisi posisi dalam

departemen ini memiliki tanggung jawab khusus yang mereka emban. Dari mulai analisis pasar, pengelolaan konten, hingga strategi pemasaran digital, setiap jabatan memiliki peranannya sendiri dalam menjalankan fungsi-fungsi yang vital untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan. Dengan bekerja sama, setiap anggota tim Digital Marketing berkontribusi dalam menciptakan kampanye-kampanye yang efektif dan membangun citra perusahaan yang kuat di ranah digital. Berikut adalah gambaran peran masing-masing jabatan:

1. Digital Marketing Departmen

Departemen Digital Marketing bertanggung jawab atas keseluruhan strategi pemasaran digital perusahaan. Mereka bekerja untuk meningkatkan visibilitas online dan mendukung tujuan bisnis melalui berbagai saluran digital, seperti media sosial, email marketing, SEO, dan kampanye iklan berbayar. Tim ini berkolaborasi untuk merancang dan melaksanakan kampanye yang kreatif dan efektif, memantau kinerja, serta menganalisis data untuk mengoptimalkan hasil. Fokus utama departemen ini adalah memastikan bahwa semua upaya digital sejalan dengan identitas merek dan tujuan perusahaan

2. Manager Digital Marketing

Manager Digital Marketing bertugas mengawasi semua aktivitas pemasaran digital perusahaan. Mereka merancang strategi pemasaran digital yang inovatif, menetapkan target, dan memastikan implementasi yang tepat dari semua kampanye digital. Manajer ini juga bertanggung jawab untuk memantau kinerja tim, menganalisis metrik pemasaran, dan memberikan laporan kepada manajemen senior. Selain itu, mereka juga mengelola anggaran pemasaran digital dan bekerja sama

dengan departemen lain untuk memastikan keselarasan strategi dan tujuan perusahaan.

3. Supervisi Digital Marketing

Supervisi Digital Marketing bertugas memimpin tim digital marketing dalam pelaksanaan strategi yang telah dirancang oleh manajer. Mereka memastikan bahwa setiap anggota tim memahami tugas dan tanggung jawab mereka, serta memberikan bimbingan dan dukungan yang diperlukan. Supervisi ini juga berperan dalam meninjau dan menyetujui konten sebelum dipublikasikan, melakukan evaluasi terhadap kinerja kampanye, dan memberikan umpan balik untuk perbaikan. Selain itu, mereka bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua kegiatan digital marketing dilakukan sesuai dengan standar dan prosedur perusahaan.

4. Graphic Designer

Graphic Designer bertanggung jawab untuk membuat desain visual yang menarik dan konsisten dengan identitas merek perusahaan. Mereka bekerja sama dengan tim pemasaran untuk menghasilkan berbagai materi visual, seperti gambar untuk media sosial, infografis, poster, dan materi promosi lainnya. Tugas mereka meliputi merancang layout, memilih warna, tipografi, dan elemen visual lainnya yang efektif.

5. Social Media Intern

Social Media intern bertanggung jawab untuk mengelola dan mengembangkan aktivitas di berbagai platform media sosial. Mereka merancang strategi konten yang menarik, membuat dan menjadwalkan postingan, serta

berinteraksi dengan pengikut untuk membangun komunitas online yang aktif dan terlibat. Tugas *social media Intern* juga meliputi memantau kinerja konten, menganalisis data interaksi, dan menyusun laporan untuk mengoptimalkan strategi media sosial. Selain itu, *Social Media Intern* bekerja sama dengan tim kreatif untuk memastikan konsistensi pesan dan branding di semua saluran media sosial.

6. Content Creator Staff

Content Creator Staff bertugas untuk menghasilkan konten kreatif yang mendukung kampanye pemasaran perusahaan. Mereka menciptakan berbagai jenis konten, termasuk artikel blog, video, gambar, dan postingan media sosial yang menarik dan informatif. Tugas mereka meliputi meneliti tren industri, mengembangkan ide-ide konten baru, dan bekerja sama dengan tim lain untuk memastikan konten yang dihasilkan relevan dan menarik bagi audiens target.

7. Ecommerce Staff

Ecommerce Staff bertanggung jawab untuk mengelola dan mengoptimalkan platform e-commerce perusahaan. Tugas mereka meliputi mengelola inventaris produk, memperbarui listing produk, menangani pesanan pelanggan, dan memastikan pengalaman berbelanja yang lancar bagi pelanggan. Mereka juga bekerja untuk meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran online, seperti promosi, diskon, dan kampanye email. Selain itu, Ecommerce Staff memantau kinerja situs web, menganalisis data penjualan, dan menyusun laporan untuk membantu mengidentifikasi peluang peningkatan.

8. Social Media Intern

Social Media t Intern bertugas membantu tim media sosial dalam menjalankan strategi konten dan kampanye pemasaran. Tugas mereka meliputi membuat dan menjadwalkan postingan, memantau interaksi di media sosial, serta berpartisipasi dalam brainstorming ide-ide konten. Mereka juga bertanggung jawab untuk melakukan riset tren media sosial dan membantu dalam penyusunan laporan kinerja. Sebagai intern, mereka mendapatkan pengalaman praktis dalam mengelola akun media sosial dan berinteraksi dengan audiens online.

9. Content Creator Intern

Social Media Intern bertugas membantu tim media sosial dalam menjalankan strategi konten dan kampanye pemasaran. Tugas mereka meliputi membuat dan menjadwalkan postingan, memantau interaksi di media sosial, serta berpartisipasi dalam brainstorming ide-ide konten. Mereka juga bertanggung jawab untuk melakukan riset tren media sosial dan membantu dalam penyusunan laporan kinerja. Sebagai intern, mereka mendapatkan pengalaman praktis dalam mengelola akun media sosial dan berinteraksi dengan audiens online.

10. Checker

Checker bertugas untuk memeriksa dan memastikan kualitas produk atau materi sebelum dipublikasikan atau dikirimkan. Mereka melakukan pemeriksaan detail untuk mendeteksi kesalahan atau ketidaksesuaian dengan standar yang telah ditetapkan. Tugas mereka meliputi memeriksa ejaan, tata bahasa, desain, dan aspek teknis lainnya dari

materi. Checker juga memberikan umpan balik kepada tim produksi untuk memastikan bahwa produk akhir memenuhi standar kualitas perusahaan.

11. Packer

Packer bertanggung jawab untuk mengemas produk dengan rapi dan aman sebelum dikirimkan kepada pelanggan.

Tugas mereka meliputi memastikan bahwa setiap produk dikemas sesuai dengan standar perusahaan, menggunakan bahan kemasan yang tepat, dan menyiapkan produk untuk pengiriman. Packer juga memastikan bahwa semua pesanan diproses dengan efisien dan akurat, serta memantau stok bahan kemasan untuk memastikan ketersediaan.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA