

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Dikutip dari website resmi PT. MOC Milenial Indonesia, tahun 2017 adalah awal mula terbentuknya perusahaan yang didirikan oleh kakak beradik yaitu Richard Putra dan Sean Sebastian, dengan berbekal pengalaman sejak tahun 2013 dalam membangun usaha berbasis digital. Perusahaan dimulai dari keinginan mereka untuk membantu masyarakat Indonesia yang kurang edukasi mengenai berjualan *online*, tidak memiliki modal dan tidak memiliki produk menarik untuk dijual. Mereka memutuskan untuk membuat aplikasi dan platform bisnis *online* yaitu @masteronlinecommunity dan @bismillennial. Platform tersebut menyediakan produk-produk hasil produksi perusahaan untuk dijual, juga menyediakan system, training, dan mentoring untuk meningkatkan *skill* dan *knowledge* dalam menjalankan bisnis secara *online*.

Dalam lima tahun terakhir, perusahaan berusaha mendorong pemerataan ekonomi digital dengan memotivasi masyarakat Indonesia untuk berbisnis secara *online*. Melalui platform yang dibangun diharapkan setiap orang dapat belajar mengenai bisnis digital dan memulu jualan tanpa memerlukan modal dan dapat membuat strategi konten jualan yang menarik. Seiring perjalanan waktu, PT MOC Milenial Indonesia mengalami peningkatan sehingga sampai saat ini PT MOC Milenial Indonesia sudah memiliki lebih dari 5 merek, 100 karyawan dan 2 kantor yaitu di Jakarta dan Yogyakarta.

2.1.1 Merek

a. Merek *Food and Beverages*

1) Gracious Healthy Catering & Gracious Healthy Instant



Gambar 2.1 Produk Merek Gracious Healthy Catering & Gracious Healthy Instant

Gracious Healthy adalah merek makanan sehat yang mendukung program diet dan bulking dengan menyajikan makanan yang lezat, rendah kalori, dan rendah lemak. Merek ini memiliki dua sub-merek, yaitu Gracious Healthy Catering dan Gracious Healthy Instant. Gracious Healthy Catering menawarkan menu diet mingguan, sedangkan Gracious Healthy Instant menyediakan makanan cepat saji bernutrisi untuk kebutuhan diet dan bulking. Varian makanan yang ditawarkan termasuk Aromatic Chicken Mercon, Healthified Chicken Black Pepper, Low-Fat Beef Oseng Mercon, Signature Tuna Bumbu Daun Jeruk, Healthified Cumi Cabe Hijau, dan Low-Fat Beef Tenderloin Kebuli. Produk ini terkenal dengan rasanya yang lezat dan efektif dalam membantu penurunan berat badan.

2) Sambal Mak Pandawa



Gambar 2.2 Produk Merek Sambal Mak Pandawa

Sambal Mak Pandawa adalah merek daging premium dengan bumbu Nusantara siap saji yang dikemas dengan *packaging* retort. Merek ini baru di *launching* pada tahun 2023 yang memiliki tiga varian rasa, yaitu mercon daging

premium, ayam woku, dan ayam betutu Bali. Produk ini dibuat dalam *packaging* retort agar memudahkan

b. Merek Kesehatan

1) Smartvision



Gambar 2.3 Produk Merek Smartvision

Smartvision adalah merek suplemen kesehatan mata yang dapat membantu mengatasi mata minus, plus, dan silinder. Smartvision memiliki dua bentuk suplemen, yakni bubuk dan kapsul. Smartvision adalah suplemen berbentuk bubuk sedangkan S-EyeTech dan S-Vision suplemen berbentuk kapsul. Produk tersebut memiliki kandungan yang ada pada buah-buahan yang dikemas lebih mudah sehingga banyak disukai dan dapat dikonsumsi oleh anak-anak maupun lansia. Smartvision juga sudah teruji BPOM dan Halal seperti merek lainnya sehingga aman untuk dikonsumsi.

2) S-GROW dan S-KIDGRO



Gambar 2.4 Produk merek S-Grow & S-KIDGRO

S-GROW adalah merek suplemen peninggi badan yang kaya protein, kalsium murni, fosfor, dan vitamin D. Produk ini juga telah teruji BPOM dan Halal. Selain untuk remaja dan dewasa (15-35 tahun), S-GROW kini juga tersedia untuk anak-anak dengan nama S-KIDGRO. Produk ini dapat dibeli melalui berbagai platform *e-commerce*.

3) Purityfic



Gambar 2.4 Produk Merek Puritific

Purityfic adalah merek asal Australia yang menawarkan berbagai jenis vitamin kesehatan. Merek ini baru saja menjalin kerja sama dengan PT. MOC Milenial Indonesia, yang akan menjadi perusahaan distributor bagi merek tersebut. PT. MOC Milenial Indonesia akan membantu dalam aktivitas promosi melalui media sosial.

c. Merek Kecantikan

1) Gentletality



Gambar 2.5 Produk Merek Gentletality

Gentletality adalah merek khusus untuk pria dewasa yang menawarkan produk suplemen vitalitas pria dalam meningkatkan stamina tubuh. Produk ini telah terdaftar di BPOM dan bersertifikat Halal.

2) Smart Breast



Gambar 2.6 Produk Merek Smart Breast

Smart Breast adalah merek khusus untuk wanita yang menawarkan produk kecantikan khususnya pada bagian payudara. Produk ini memiliki berbagai jenis varian seperti minuman kolagen, gel, masker, krim, oil, hingga alat pijat untuk bagian payudara.

3) Master Weight Gain



Gambar 2.7 Produk Merek Master Weight Gain
 Master Weight Gain adalah produk suplemen berbentuk bubuk yang dapat membantu menggemukkan badan atau meningkatkan berat badan.

2.1.2 Visi Misi

2.1.2.1 Visi:

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

2.1.2.2 Misi:

- Mengembangkan sumber daya manusia yang professional 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.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Internal

Divisi *Digital Marketing* memiliki tanggung jawab dalam pembuatan serta pemasaran materi publikasi dimulai dari perencanaan, produksi, hingga promosi. Berikut *job description* masing-masing posisi yang terdapat pada Divisi Digital Marketing dan hubungannya dalam proses praktik magang:

A. *Head of Art Director*

Bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengarahkan tim dalam konsep visual dan pesan kreatif terhadap merek yang dipegang. Selain itu, *Head of Art Director* juga bertanggung jawab dalam memantau, membimbing, dan menjamin tim dapat bekerja sama dan dapat mencapai hasil terbaiknya.

B. *Brand Manager*

Bertanggung jawab dalam pengembangan, perencanaan, strategi untuk pemasaran merek yang mencerminkan nilai, kepribadian, dan visi merek secara keseluruhan. Serta bertanggung jawab dalam pengelolaan tim yang terlibat dalam pengembangan merek yang dipegang.

C. *Art Director*

Bertanggung jawab dalam pengembangan konsep-konsep visual dalam pembuatan konten serta menciptakan visual yang menarik yang sesuai dengan karakteristik merek yang menggambarkan identitas merek.

D. *Social Media Specialist*

Memiliki tanggung jawab dalam merancang dan menjalankan strategi pemasaran yang efektif di berbagai platform media sosial. Peran ini akan merancang strategi yang tepat yang sesuai dengan target pasar, tujuan pasar, dan sesuai dengan kriteria platform media sosial untuk mengoptimalkan jangkauan dan *engagement*. Memahami tren dan tetap *up-to-date* terhadap perkembangan platform media sosial dan fitur baru untuk memanfaatkan momentum. Memahami dan mempelajari cara kerja algoritma platform media sosial untuk memastikan konten dapat dilihat oleh audiens yang tepat serta membangun hubungan dengan audiens melalui konten, kolom komentar, pesan, dan pertanyaan.

E. *Content Creator*

Membuat dan menyediakan konten edukatif dan menghibur untuk dipublikasikan. Tugas ini meliputi pembuatan naskah, *copywriting*, dan konten dalam bentuk video maupun foto. Selain itu, peran ini juga mencakup penjadwalan dan pengunggahan konten di media sosial merek. Bertanggung jawab untuk mempelajari tren dan perubahan di media sosial guna pembuatan konten serta pengembangan kampanye pemasaran media sosial.

