

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN/ ORGANISASI

2.1. Tentang PT Derma Beauty Indonesia

PT Derma Beauty Indonesia (DBI) hadir sebagai perusahaan manufaktur khusus kosmetika untuk berkontribusi dalam meningkatkan rantai ekonomi di Indonesia. PT DBI juga berkontribusi untuk memenuhi kebutuhan kecantikan dan perawatan kulit (*skincare*) sebagai salah satu maklon produk kosmetik di Indonesia maupun Internasional. PT Derma Beauty Indonesia (DBI) adalah perusahaan kosmetik yang didirikan pada 6 April 2010. Awalnya, PT DBI hanya memproduksi beberapa produk kecantikan umum seperti *cleansing milk, toner, facial wash, sunblock, dan night cream*. Namun, perusahaan ini berkembang pesat dan kini memproduksi hingga 199 varian produk dengan berbagai bentuk kemasan sesuai dengan keinginan klien dan permintaan yang sesuai dengan selera pasar.

Pada tahun 2016, DBI mencapai puncak distribusi dan terus mempercepat produksinya. Mereka juga fokus pada inovasi produk dengan mengembangkan resep dan formula baru berdasarkan umpan balik konsumen, yang membantu menciptakan produk yang efektif untuk perawatan kulit. PT DBI juga menjamin bahwa semua produknya legal dengan sertifikat Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB) dan Halal dari MUI, serta memastikan keamanan dan kualitas produk. Proses produksi PT DBI melibatkan beberapa tahapan, mulai dari uji coba formulasi oleh Departemen Research & Development, pendaftaran NA dan Halal di BPOM, hingga tahap produksi yang diawasi ketat oleh divisi *Quality Control*. PT. DBI juga bekerja sama dengan banyak pemasok bahan baku dan mitra distribusi seperti PT. Herona untuk memastikan pengiriman produk yang efisien ke berbagai kota di Indonesia.

Untuk menjamin kepuasan partner, PT Derma Beauty Indonesia siap memfasilitasi kebutuhan atas rekomendasi produk, pemilihan kombinasi kandungan produk, dan pengemasan produk yang lebih variatif untuk meraih kesuksesan *Brand* agar memaksimalkan keuntungan dan peluang yang didapat. PT DBI juga memiliki strategi pemasaran yang kuat, termasuk perencanaan *marketing mix*, promosi face-to-face, dan kerja sama dengan klinik dan dokter kulit. Mereka juga menerapkan KPI untuk mengukur kinerja penjualan, kunjungan, penagihan, dan kepuasan pelanggan. DBI terus berinovasi dan berkolaborasi dengan perusahaan lain seperti PT.

Demensia Persona Indonesia (DPI) dan PT. Baruna Chemical Indonesia (BCI) untuk memperkuat posisinya di industri kosmetik.

Sebagai bentuk inovasi untuk memperkuat posisi PT DBI dalam industri kosmeti, PT Derma Beauty Indonesia juga menawarkan berbagai layanan manufaktur kosmetik yang dapat disesuaikan sesuai dengan kebutuhan klien. Jenis layanan manufaktur yang ditawarkan adalah layanan *Full Contract Manufacturing* atau yang dikenal dengan istilah Original Design Manufacturing (ODM). Layanan manufaktur ini mencakup seluruh proses mulai dari diskusi awal hingga produksi massal. Pada tahap awal, PT Derma Beauty Indonesia mengadakan diskusi mendalam dengan klien untuk memahami kebutuhan dan keinginan mereka. Kemudian, perusahaan menawarkan konsultasi profesional mengenai formulasi produk yang sesuai dengan permintaan pasar serta kebutuhan khusus dari klien. Setelah itu, tim ahli di PT Derma Beauty Indonesia akan mengembangkan formulasi produk dan menghasilkan sampel untuk persetujuan klien. Jika sampel tersebut sesuai dengan harapan, proses produksi massal pun dimulai. PT Derma Beauty Indonesia tidak hanya menyediakan bahan baku berkualitas tinggi tetapi juga mengelola seluruh proses produksi dan pengemasan. Produk jadi yang dihasilkan siap untuk dijual oleh klien. Keunggulan dari layanan ODM ini adalah klien dapat bekerja sama dengan PT Derma Beauty Indonesia dalam memilih formula produk, desain kemasan, dan semua aspek lainnya, sehingga hasil akhir benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

Layanan manufaktur selanjutnya adalah *Semi Contract Manufacturing*. Layanan ini memberikan solusi yang mirip dengan ODM, namun dengan perbedaan utama bahwa kemasan produk disediakan oleh klien. Dalam layanan ini, PT Derma Beauty Indonesia tetap bertanggung jawab atas diskusi formulasi, produksi sampel, dan seluruh tahap produksi hingga pengemasan akhir. Klien memiliki fleksibilitas untuk menyediakan desain kemasan yang unik sesuai dengan identitas merek mereka, sementara PT Derma Beauty Indonesia mengelola formulasi dan produksi produk tersebut. Proses ini memberikan klien kendali lebih atas aspek visual dan *branding* dari produk mereka, sambil tetap mendapatkan manfaat dari keahlian PT Derma Beauty Indonesia dalam hal formulasi dan produksi.

Selanjutnya ialah layanan *Contract Manufacturing Terbatas* dirancang untuk klien yang sudah memiliki formula produk dan bahan baku sendiri. Dalam layanan ini, PT Derma Beauty Indonesia fokus pada proses produksi, *filling*, dan pengemasan produk. Dengan kata lain, klien menyediakan formula, bahan baku, dan kemasan yang akan digunakan, sementara PT Derma

Beauty Indonesia menangani seluruh proses produksi dan pengemasan. Layanan ini memberikan klien fleksibilitas penuh dalam mengontrol aspek-aspek tertentu dari produksi, sambil memanfaatkan fasilitas produksi canggih dan efisien yang dimiliki oleh PT Derma Beauty Indonesia. Hal ini sangat berguna bagi klien yang ingin mempertahankan kontrol ketat terhadap kualitas dan komposisi produk mereka, namun tidak memiliki fasilitas produksi sendiri.

Terakhir, adalah layanan *Filling dan Packing* adalah solusi yang ideal bagi klien yang memerlukan bantuan dalam tahap akhir produksi, yaitu pengisian dan pengemasan produk. PT Derma Beauty Indonesia menyediakan layanan yang mencakup proses mengisi produk ke dalam kemasan akhir yang telah disediakan oleh klien. Layanan ini memastikan bahwa produk siap untuk didistribusikan ke pasar dengan standar kualitas yang tinggi. Dengan menggunakan layanan ini, klien dapat menghemat waktu dan sumber daya, serta fokus pada strategi pemasaran dan distribusi produk mereka. PT Derma Beauty Indonesia menjamin bahwa setiap produk yang diisi dan dikemas memenuhi standar kualitas yang ketat, sehingga klien dapat merasa yakin bahwa produk mereka akan diterima dengan baik oleh konsumen.

Dengan berbagai layanan tersebut, PT Derma Beauty Indonesia mampu mengakomodasi kebutuhan berbagai merek kosmetik, mulai dari pengembangan produk hingga produksi dan penyebarannya. Keunggulan utama dari layanan-layanan ini adalah fleksibilitas dan kemampuan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan spesifik klien. PT Derma Beauty Indonesia memiliki fasilitas produksi yang modern dan efisien, serta tim ahli yang berpengalaman dalam industri kosmetik. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan kualitas tinggi dan sesuai dengan standar internasional. Selain itu, PT Derma Beauty Indonesia juga memahami pentingnya menjaga privasi dan kerahasiaan formulasi produk klien. Oleh karena itu, setiap proyek yang ditangani oleh perusahaan ini dilindungi dengan perjanjian kerahasiaan yang ketat. Klien dapat merasa aman bahwa formula dan informasi bisnis mereka akan tetap terjaga dengan baik.

Dengan menyerahkan proses manufaktur kepada PT Derma Beauty Indonesia, klien dapat lebih fokus pada aspek pemasaran dan distribusi produk mereka. Proses manufaktur yang kompleks dan memerlukan keahlian khusus dapat dikelola dengan baik oleh PT Derma Beauty Indonesia, sementara klien dapat mengarahkan sumber daya mereka untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan memperluas jaringan distribusi. Ini adalah keuntungan besar, terutama bagi perusahaan-perusahaan kecil dan menengah yang mungkin tidak memiliki fasilitas

atau keahlian untuk mengelola produksi skala besar. PT Derma Beauty Indonesia juga menawarkan layanan konsultasi untuk membantu klien dalam merancang strategi pemasaran yang tepat. Dengan pengalaman dan pengetahuan mendalam dalam industri kosmetik, perusahaan ini dapat memberikan wawasan berharga mengenai tren pasar, perilaku konsumen, dan strategi *branding* yang efektif.

Secara keseluruhan, PT Derma Beauty Indonesia menawarkan solusi lengkap dan terpadu bagi klien yang ingin memproduksi produk kosmetik berkualitas tinggi. Dengan berbagai layanan mulai dari *Full Contract Manufacturing* hingga *Filling dan Packing*, perusahaan ini mampu memenuhi kebutuhan berbagai jenis klien dengan tingkat fleksibilitas yang tinggi. Keunggulan dalam kualitas produksi, efisiensi, dan kemampuan untuk menyesuaikan dengan kebutuhan spesifik klien menjadikan PT Derma Beauty Indonesia sebagai mitra yang andal dan profesional dalam industri kosmetik. Klien dapat merasa yakin bahwa mereka akan menerima produk berkualitas tinggi yang siap untuk dipasarkan, sementara PT Derma Beauty Indonesia mengelola seluruh proses manufaktur dengan standar yang ketat dan efisien.

2.2. Visi dan Misi PT Derma Beauty Indonesia

Dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari, PT Derma Beauty Indonesia memiliki visi dan misi yang merupakan arah dan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai dalam mendukung kegiatannya di bidang kosmetik dan kecantikan, serta upaya-upaya untuk mencapai tujuan tersebut yang dituangkan dalam bentuk visi dan misi PT Derma Beauty Indonesia.

2.2.1. Visi

1. Menjadi salah satu Perusahaan Cosmetoecutical terkemuka dan disegani di Indonesia
2. Menjadi Supplier utama untuk Klinik Kecantikan/ Skincare di seluruh Indonesia

2.2.2. Misi

- Memberi kontribusi pada perbaikan kualitas hidup

2.2.3. Logo

Logo PT. Derma Beauty Indonesia (DBI) dibuat untuk menggambarkan esensi dari misi dan nilai-nilai perusahaan. Setiap detail dalam logo ini dirancang dengan makna dan harapan untuk PT DBI menjadi perusahaan terdepan di bidang kosmetik dan *skincare*.



Figure 1. Logo PT Derma Beauty Indonesia

Berikut makna dari logo PT Derma Beauty Indonesia:

1. Teks DBI pada logo dari depan ke belakang semakin besar merupakan simbol DBI akan tumbuh menjadi besar, terkemuka dan disegani di Indonesia. Logo baru, perbedaan besar kecil tersebut tidak begitu kontras sehingga komposisinya seimbang, namun tetap tumbuh mencapai target yang ditentukan.
2. Warna teks di logo lama huruf "I" berwarna hijau. Logo baru berwarna *orange*, menunjukkan bahwa DBI mempunyai komitmen yang konsisten.
3. Warna *orange* simbol dari hangat, bersemangat, optimisme, dan percaya diri.
4. Lingkaran putih di belakang teks DBI (*background*) lebih luas mempunyai makna kesederhanaan, kemurnian, dan kesempurnaan. Menjunjung ketulusan dan kejujuran serta turut memberi kontribusi kepada perbaikan kualitas hidup.
5. Lingkaran hijau simbol dari kesuburan alamiah sumber kehidupan kesegaran dan rasa aman.

6. “PT. Derma Beauty Indonesia” menggunakan font *Laviossa Medium (free for personal and commercial use)* dengan modifikasi font di huruf R dan F dengan tujuan memunculkan karakter khusus.
7. Warna font abu-abu/ campuran dari warna putih dengan hitam menggambarkan simbol keseriusan, kestabilan, kemandirian dan bertanggung jawab.

2.2.4. Value

Selain visi dan misi, PT DBI juga mengutamakan nilai-nilai perusahaan untuk dapat bekerja lebih baik. Terdapat empat *value* yang diterapkan dalam pekerjaan sehari-hari PT DBI yaitu:

1. *Happiness*

Super team DBI adalah orang-orang yang bahagia. Kami menghargai kebahagiaan. Kami percaya, hanya jiwa yang bahagia dalam lingkungan yang bahagia yang dapat mencapai hasil yang luar biasa. Nilai ini ditandai dengan:

- Menjadi bahagia dan membuat orang lain bahagia.
- Mengucapkan terima kasih, ucapkan maaf, ucapkan tolong.
- Tidak menyalahkan, tidak mencari alasan, dan tidak membenarkan.

2. *Integrity*

Super team DBI percaya bahwa menjaga integritas adalah satu-satunya cara untuk menghormati diri kita sendiri dan mempertahankan kesuksesan kita. Tidak ada hal yang patut dibanggakan ketika kita mencapai kesuksesan luar biasa dengan mengorbankan integritas kita. Hal ini dilakukan dengan cara:

- Berbicara dan bertindak dengan jujur meskipun sulit.
- Bertanggung jawab, dan memenuhi setiap janji.
- Bersikap profesional, tidak mencampur urusan pekerjaan dengan urusan pribadi, serta menghargai umpan balik dari pemimpin dan rekan kerja.

3. *Excellence*

Super team DBI adalah orang-orang yang menyelesaikan pekerjaan. Orang-orang yang menghormati diri mereka sendiri dengan menjadi luar biasa dan mencapai keunggulan. Nilai ini diterapkan dengan:

- Memiliki keinginan untuk melakukan lebih, memberikan lebih, menaikkan standar menjadi pemain kelas dunia.
- *Kaizen*. Belajar dan memperbaiki diri hingga menjadi mudah untuk melakukan pekerjaan dengan baik.
- Melakukan apa yang telah kita komitmenkan hingga selesai.

4. *Craziness*

Tidak mungkin mencapai kesuksesan yang luar biasa kecuali kita melakukan sesuatu yang berbeda dengan 99% orang lain. Maka melalui nilai ini, kita harus:

- *Break the pattern*.
- Menciptakan cara baru untuk membuat yang tidak mungkin menjadi mungkin.
- Berpikir besar, memulai dari yang kecil, dan berkembang dengan cepat.



2.3. Struktur PT Derma Beauty Indonesia

PT Derma Beauty Indonesia memiliki struktur organisasi yang merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk mengorganisir dan mendefinisikan tugas, tanggung jawab, serta hubungan antar anggota organisasi (Nurlia, 2019). Struktur ini memiliki peran yang penting untuk menentukan jalur komunikasi serta pengambilan keputusan dalam organisasi ini.

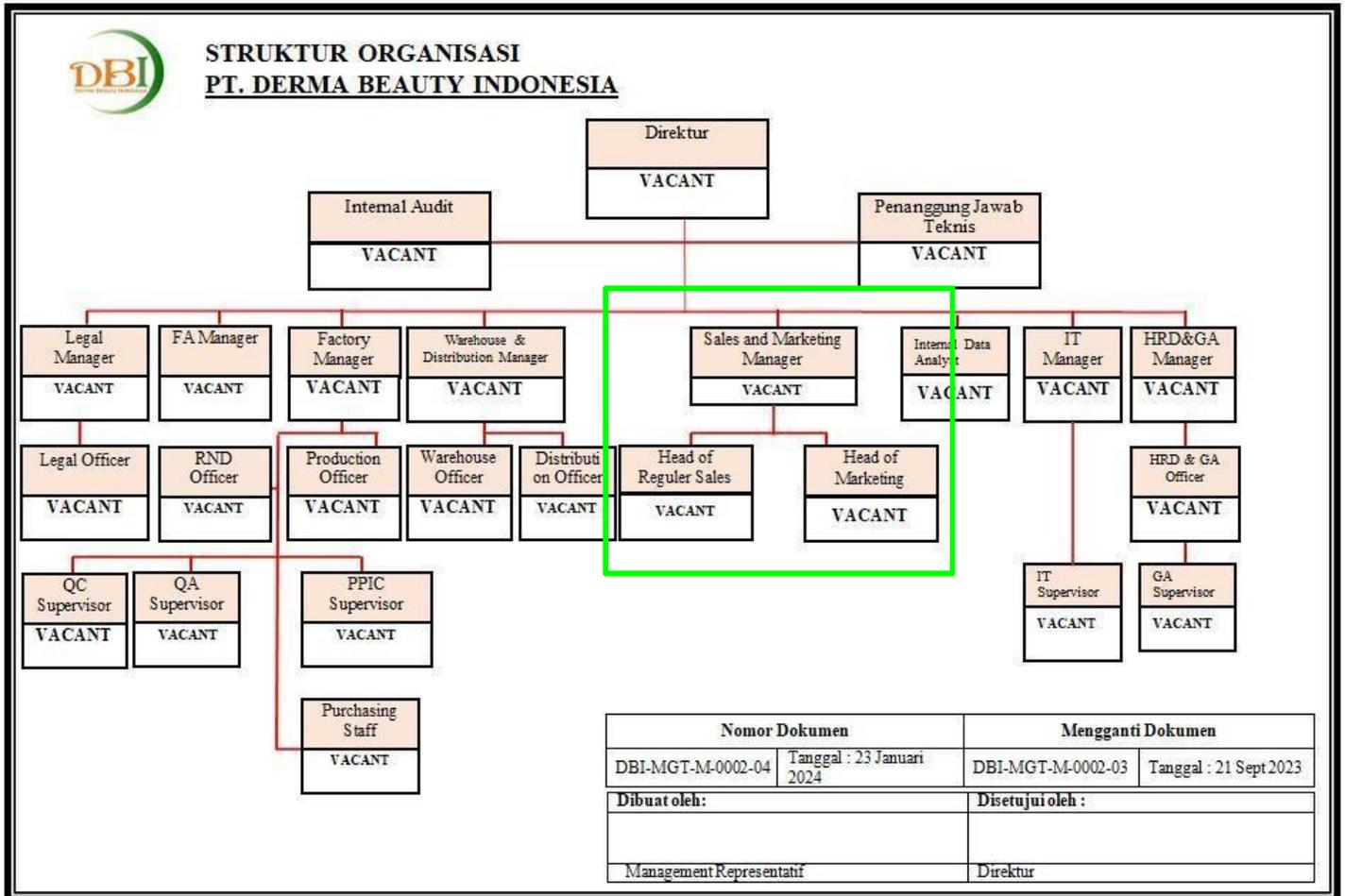


Figure 2. Struktur Organisasi PT Derma Beauty Indonesia

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PT Derma Beauty Indonesia memiliki satu orang direktur yang mengepalai beberapa bagian yang dipimpin oleh masing-masing manajer. Pekerjaan direktur dibantu oleh seorang internal auditor dan penanggung jawab teknis. Terdapat delapan bagian yang terbagi sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian yaitu :

1. Divisi Legal

Bagian Legal bertanggung jawab untuk mengelola semua aspek hukum perusahaan. Mereka memastikan bahwa perusahaan mematuhi semua regulasi dan peraturan yang berlaku dalam industri kecantikan, termasuk dalam hal perizinan operasional, kontrak kerja sama dengan pihak ketiga, serta perlindungan hukum terhadap hak kekayaan intelektual perusahaan.

2. Divisi Finance and Accounting

Divisi Finance and Accounting memiliki peran penting dalam mengelola keuangan perusahaan. Tugas mereka meliputi pembukuan harian, penyusunan laporan keuangan secara periodik, pengelolaan kas perusahaan, pengendalian biaya, analisis keuangan, serta pengelolaan anggaran untuk berbagai kegiatan operasional dan pengembangan perusahaan.

3. Divisi Factory

Bagian Factory merupakan jantung dari operasional produksi PT Derma Beauty Indonesia. Mereka bertanggung jawab atas proses produksi berbagai produk kecantikan perusahaan, mulai dari pengelolaan bahan baku hingga proses manufaktur produk jadi. Fokus utama mereka adalah memastikan kualitas produk yang tinggi serta efisiensi operasional di dalam pabrik.

4. Divisi Warehouse & Distribution

Divisi Warehouse & Distribution bertanggung jawab atas manajemen persediaan produk-produk perusahaan serta distribusi ke berbagai outlet atau konsumen akhir. Mereka memastikan bahwa produk-produk tersedia dengan cukup untuk memenuhi permintaan pasar, serta mengelola logistik distribusi agar tepat waktu dan efisien.

5. Divisi Sales and *Marketing*

Bagian Sales and *Marketing* fokus pada penjualan produk dan strategi pemasaran perusahaan. Mereka mengembangkan strategi penjualan yang efektif,

mengelola hubungan dengan pelanggan dan mitra bisnis, serta merancang dan melaksanakan kampanye pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek dan penjualan.

6. Divisi Internal Data Analyst

Divisi Internal Data Analyst memainkan peran kunci dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data internal perusahaan. Mereka menggunakan alat dan teknik analisis data untuk menyediakan wawasan yang mendalam kepada manajemen perusahaan, membantu dalam pengambilan keputusan strategis yang didukung oleh bukti data.

7. Divisi IT

Bagian IT bertanggung jawab atas infrastruktur teknologi informasi perusahaan. Mereka mengelola jaringan komputer, keamanan sistem informasi, pengembangan perangkat lunak internal, serta dukungan teknis harian untuk memastikan operasional yang lancar dari semua sistem teknologi informasi.

8. Divisi Human Resources Development & General Affairs

Divisi Human Resources Development & General Affairs fokus pada manajemen sumber daya manusia perusahaan dan administrasi umum. Tugas mereka meliputi rekrutmen dan pengembangan SDM, manajemen kinerja karyawan, kompensasi dan benefit, kebijakan karyawan, serta kegiatan umum dan administrasi yang mendukung operasional harian perusahaan.

Setiap bagian ini berperan penting dalam mendukung keseluruhan operasional PT Derma Beauty Indonesia, dengan tujuan untuk mencapai keunggulan dalam industri kecantikan melalui efisiensi, inovasi, kepatuhan hukum, dan pelayanan yang berkualitas tinggi kepada pelanggan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Selama masa magang, penulis tergabung dalam divisi *Sales and Marketing*. Dalam divisi *Sales and Marketing* dibagi menjadi dua bagian yaitu bagian *Sales* dan bagian *Marketing*. Berikut struktur dalam divisi *Sales and Marketing*:

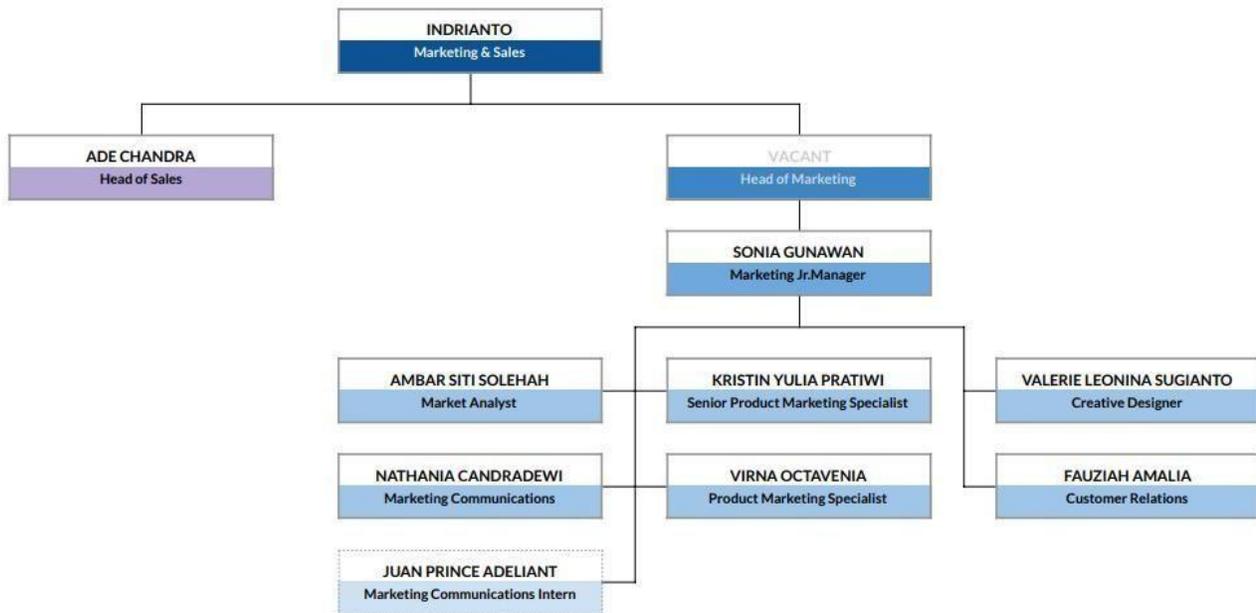


Figure 3. Struktur Divisi Sales and Marketing

Divisi *Sales and Marketing* dikepalai oleh Bapak Indrianto yang mengatasi dua bagian yaitu *Sales* dan *Marketing*. Bagian *Sales* dikepalai oleh *Head of Sales* yaitu Bapak Ade Chandra. Pada bagian *Marketing* dipimpin oleh seorang *Head of Marketing* dan dibantu oleh *Marketing Jr. Manager* yaitu Ibu Sonia Gunawan yang juga menjadi atasan dari penulis. Penulis tergabung di bagian *marketing*, sebagai *marketing communication intern*. Selain *brand communication intern*, terdapat beberapa orang yang bertanggungjawab sesuai dengan tugas masing-masing, yaitu :

1. *Marketing Analyst*

Bertanggung jawab atas analisis pasar dan data untuk mendukung pengambilan keputusan strategis dalam departemen pemasaran. Mereka mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data pasar untuk memberikan wawasan yang mendalam tentang perilaku konsumen dan tren pasar.

2. Senior Product *Marketing* Specialist

Memimpin strategi pemasaran produk, termasuk perencanaan kampanye, penetapan harga, dan pengembangan produk. Mereka bertanggung jawab untuk memastikan produk mencapai target penjualan dan mendukung visi merek perusahaan.

3. Creative Designer

Bertugas untuk merancang konten visual dan grafis yang kreatif dan menarik untuk kampanye pemasaran. Mereka bekerja sama dengan tim pemasaran untuk menciptakan materi promosi yang efektif dan sesuai dengan identitas merek.

4. *Marketing* Communication

Fokus pada pengembangan dan pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran. Mereka bertanggung jawab atas penulisan konten pemasaran, manajemen media sosial, dan pengelolaan hubungan dengan media untuk meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek.

5. Product *Marketing* Specialist

Mengkhususkan diri dalam pemasaran produk spesifik perusahaan. Tugas mereka meliputi pemahaman mendalam tentang pasar target, mengembangkan pesan pemasaran yang efektif, dan bekerja sama dengan tim kreatif untuk menciptakan materi promosi.

6. Customer Relations

Bertanggung jawab atas hubungan pelanggan, termasuk menangani keluhan, pertanyaan, dan kebutuhan pelanggan. Mereka berperan penting dalam membangun dan memelihara hubungan yang positif dengan pelanggan untuk meningkatkan retensi dan kepuasan pelanggan.

UJMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA