

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Sumber Kosmetika Indah

PT Sumber Kosmetika Indah (PT SKI) merupakan perusahaan yang didirikan pertama kali pada tahun 2021. Saat ini PT Sumber Kosmetika Indah terletak di Alfa Tower lantai 26, Jalan Jalur Sutera Barat nomor Kavling 7-9, RT.003/RW.006, Panunggangan Timur, Kecamatan Pinang, Alam Sutera, Kota Tangerang, Banten, 15143.



Gambar 2.1 Logo PT Sumber Kosmetika Indah

Sumber: informasi HRD

Saat ini PT Sumber Kosmetika Indah memegang dua jenis industri yakni industri kosmetika yakni kategori wangi-wangian, kosmetik, dan perawatan wajah serta industri kimia rumah tangga. Saat ini PT SKI memiliki 4 *brand* yang aktif diproduksi yaitu Pinkberry, HOSE, Souji, dan FirstStep. *Brand* pertama yang diluncurkan oleh PT SKI merupakan produk kosmetik bernama Pinkberry yang juga diluncurkan pada 2021.

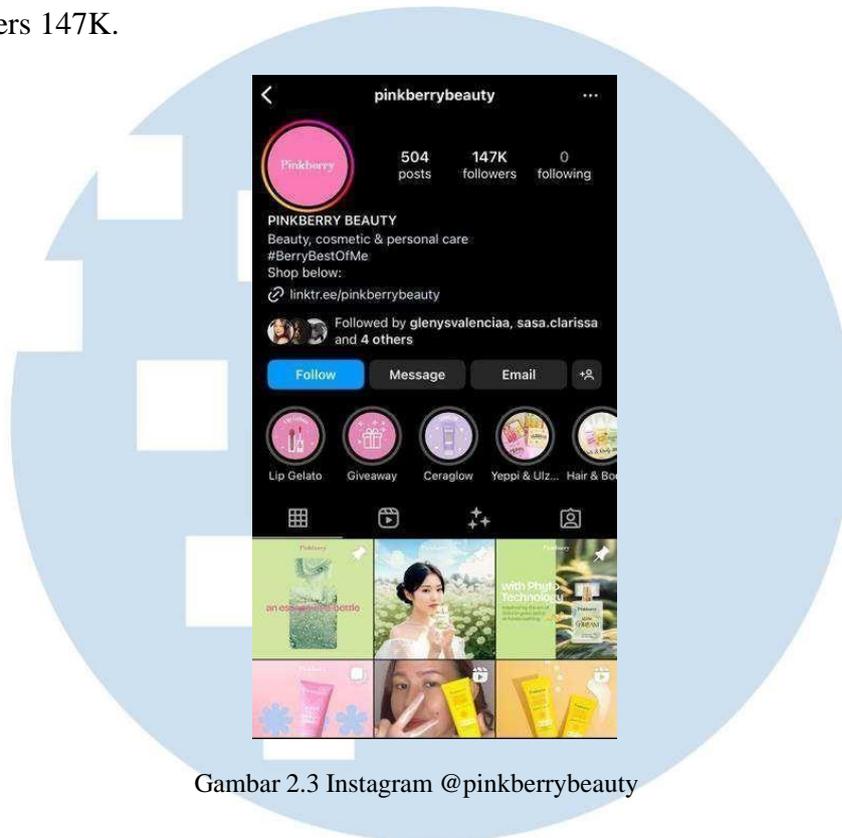
Pinkberry

Gambar 2.2 Logo Pinkberry

Sumber: informasi HRD

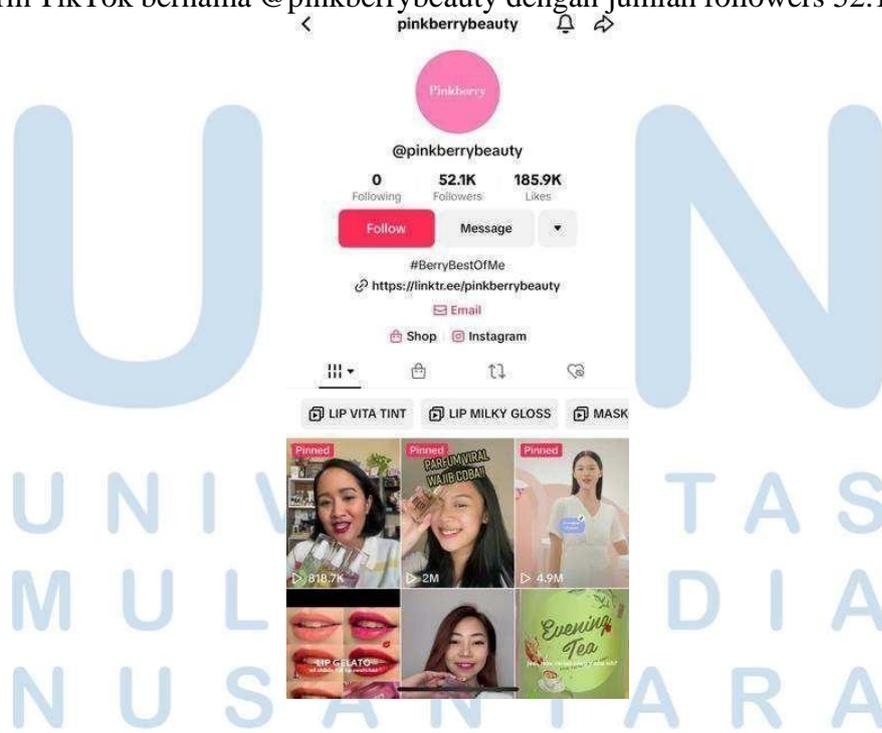
Pinkberry sudah memiliki lebih dari 40 produk yang mencakup produk *makeup*, *skin care*, *body care*, *parfume*, dan *hair & body mist*. Saat ini Pinkberry menggunakan *hashtag* #BerryBestOfMe. Pinkberry memiliki beberapa platform

sosial media. Platform Instagram bernama @pinkberrybeauty dengan jumlah followers 147K.



Gambar 2.3 Instagram @pinkberrybeauty

Platform TikTok bernama @pinkberrybeauty dengan jumlah followers 52.1K.



Gambar 2.4 TikTok @pinkberrybeauty

Selain platform media sosial, Pinkberry memiliki beberapa *e-commerce* yaitu Shopee, Lazada, Tokopedia, dan AlfaGift.

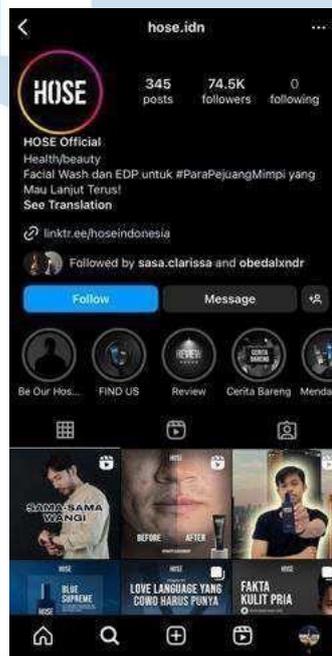
Kemudian PT Sumber Kosmetika Indah meluncurkan sebuah merek untuk lelaki yakni HOSE. HOSE merupakan *brand* kosmetik mencakup parfum dan sabun cuci muka pria yang diluncurkan pada 2022. Saat ini HOSE memiliki *hashtag* #ParaPejuangMimpi.



Gambar 2.5 Logo HOSE

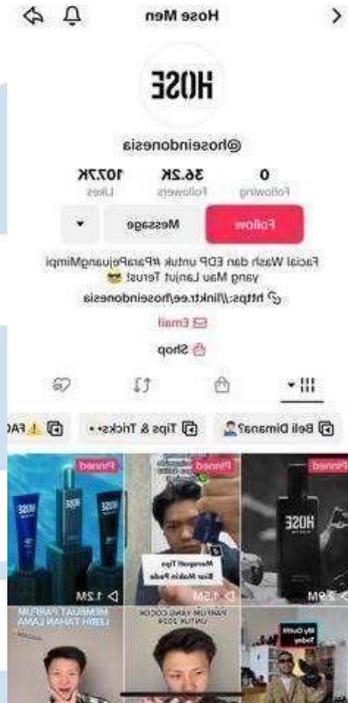
Sumber: informasi HRD

HOSE memiliki beberapa platform sosial media seperti Instagram dan TikTok. Platform Instagram bernama @hose.idn dengan jumlah followers sebanyak 74.5K.



Gambar 2.6 Instagram @hose.idn

Platform TikTok bernama @hoseindonesia dengan jumlah followers sebanyak 36.2K.



Gambar 2.7 TikTok @hoseindonesia

Selain itu HOSE memiliki beberapa *e-commerce* yaitu Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Memperluas industrinya pada industri kimia rumah tangga, PT SKI meluncurkan *brand* Souji, yang merupakan *brand* kesehatan mencakup sabun cuci tangan dan *hand sanitizer* yang juga didirikan pada 2022.



Gambar 2.8 Logo Souji

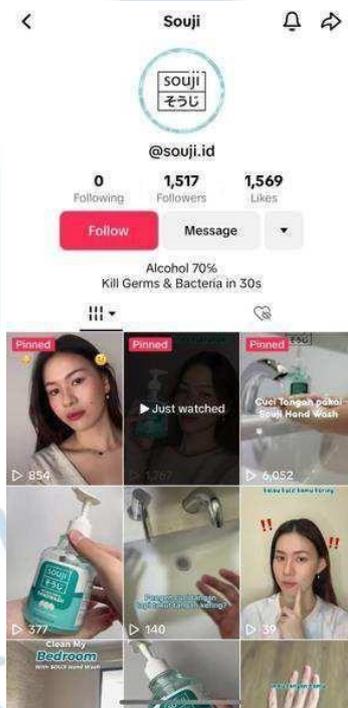
Sumber: informasi HRD

Produk Souji telah mengandung 70% alkohol dan berfokus pada kesehatan yang dapat membunuh bakteri dan kuman dibawah 30 detik. Souji memiliki beberapa platform sosial media yaitu Instagram dan TikTok. Platform Instagram bernama @souji.id dengan jumlah followers sebanyak 24.8K.



Gambar 2.9 Instagram @souji.id

Platform TikTok bernama @souji.id dengan jumlah followers sebanyak 1.517.



Gambar 2.10 TikTok @souji.id

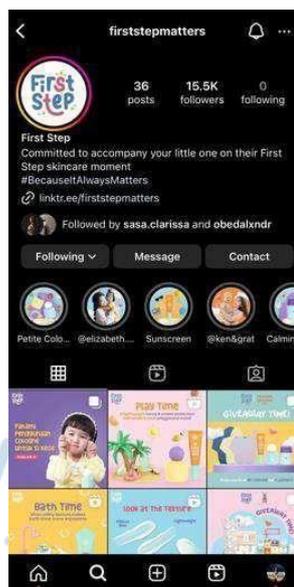
Selain media sosial, Souji memiliki beberapa *e-commerce* yaitu Shopee, Lazada, dan Tokopedia.

Terakhir adalah First Step, yang merupakan *brand* perawatan bayi yang diluncurkan pada pertengahan tahun 2023. First Step merupakan *brand* perawatan kulit yang diformulasikan untuk bayi berfokus pada kandungan *skincare* yang aman dan menutrisi kulit pada si kecil dengan menggunakan *hashtag* #BecauseItAlwaysMatters.



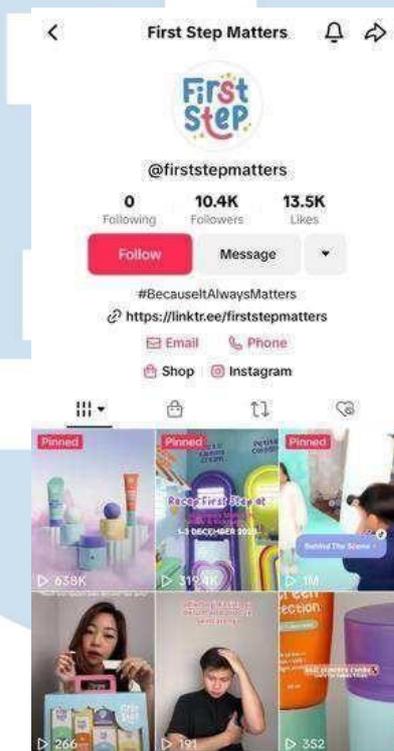
Gambar 2.11 First StepSumber: informasi HRD

First Step memiliki beberapa platform sosial media yaitu Instagram dan TikTok. Platform Instagram bernama @firststepmatters dengan jumlah followers sebanyak 15.5K.



Gambar 2.12 Instagram @firststepmatters

Platform TikTok bernama @firststepmatters dengan jumlah followers sebanyak. Selain media sosial, First Step memiliki beberapa *e-commerce* yaitu Shopee, Tokopedia, AlfaGift, dan Lilla Store.



Gambar 2.13 TikTok @firststepmatters

Keempat *brand* tersebut memanfaatkan *digital marketing* sebagai alat pemasaran utama. Media sosial paling utama yang digunakan adalah Instagram dan TikTok. Produk-produk tersebut diperjualbelikan secara *offline* di beberapa mitra seperti Alfamart, Alfamidi, DAN+DAN, dan masih banyak lagi, serta secara *online* seperti *website*, media sosial, dan *e-commerce*. Keempat *brand* tersebut juga seringkali melakukan kerjasama dengan *brand* lain dalam bentuk *giveaway* dan menggunakan *Key Opinion Leader* (KOL) untuk meningkatkan *brand awareness*.

2.2 Visi Misi PT Sumber Kosmetika Indah

Sebagai perusahaan yang menjalankan 4 *brand* sekaligus, PT SKI memiliki visi dan misi sendiri:

2.2.1 Visi

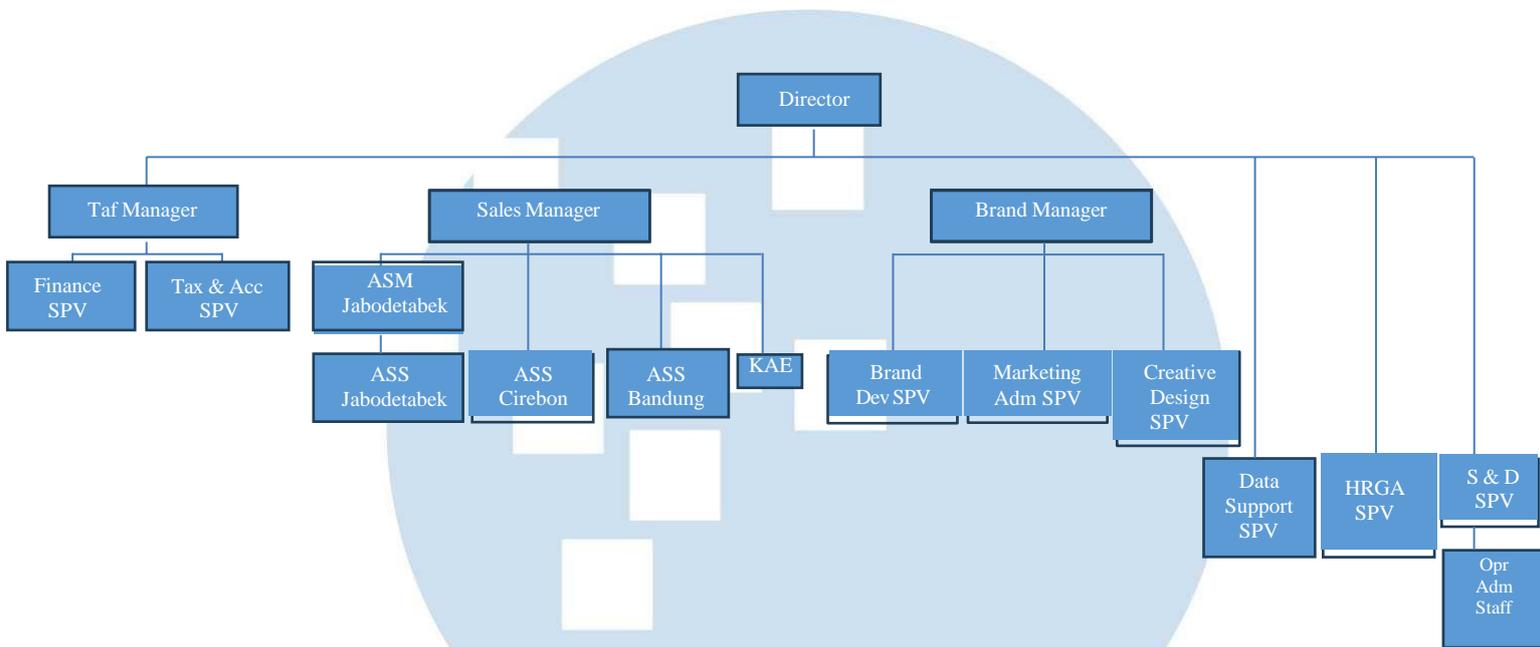
Menjadi perusahaan *personal care* dan kecantikan terpercaya di Asia Tenggara yang selalu menyediakan produk-produk dengan kualitas terbaik untuk memenuhi kebutuhan konsumen

2.2.2 Misi

1. Membuat produk-produk berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Menyediakan lingkungan kerja yang nyaman dan membangun Sumber Daya Manusia yang kompeten, memiliki integritas dan kreativitas yang tinggi.
3. Membangun kerja sama yang baik dan saling menguntungkan baik dengan *shareholder*, mitra kerja, maupun konsumen.
4. Menjadi perusahaan yang kuat, bertumbuh dan selalu melakukan perbaikan berkesinambungan untuk menghadapi persaingan global.

2.3 Struktur Organisasi PT Sumber Kosmetika Indah

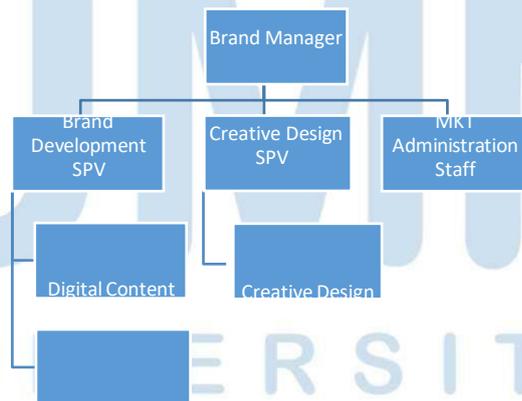
PT Sumber Kosmetika Indah merupakan perusahaan yang memegang dua jenis industri yakni industri kecantikan dan industri kimia rumah tangga serta menaungi 4 *brand* yaitu Pinkberry, HOSE, Souji, dan First Step. Sebagai perusahaan yang telah memiliki 4 *brand* dengan industri yang berbeda-beda, PT Sumber Kosmetika Indah pastinya memiliki struktur organisasi untuk mengatur segala kegiatan mulai dari produksi, keuangan, hingga promosi.



Gambar 2.14 Struktur Organisasi PT Sumber Kosmetika Indah

Sumber: Dokumen Perusahaan

Berikut merupakan struktur organisasi dari PT Sumber Kosmetika Indah yang dipimpin oleh seorang *director*, yang kemudian dibagi menjadi 3 *manager* yakni *Taf Manager*, *Sales Manager*, dan *Brand Manager*.



Gambar 2.15 Struktur Organisasi Divisi *Marketing* PT Sumber Kosmetika Indah

Sumber: Dokumen Perusahaan

Gambar 2.2 menunjukkan struktur organisasi divisi *marketing* dari PT Sumber Kosmetika Indah. Struktur organisasi tersebut membantu PT Sumber Kosmetika Indah dalam menjalankan ke-4 *brand* yang dinaunginya. Setiap posisi yang terdapat dalam struktur organisasi tersebut memiliki fungsi dan peranannya masing-masing. Berikut merupakan *jobdesc* dari setiap posisi di divisi *marketing* PT Sumber kosmetika Indah:

1) *Brand Manager* SKI

Brand Manager dari PT Sumber Kosmetika Indah adalah Ibu Farisyah. Sebagai *Brand Manager*, tanggung jawab yang dimiliki cukup besar. *Brand Manager* SKI bertanggung jawab atas ke-4 *brand* yang dijalaninya, meliputi pengembangan strategi *brand*, pengelolaan portofolio produk, manajemen anggaran pemasaran produk, analisis pasar, kolaborasi dengan tim internal dan eksternal, pemantauan kinerja *brand*, dan masih banyak lagi. Selain itu Ibu Farisyah juga secara langsung turun tangan pada *brand* First Step, dikarenakan *brand* tersebut merupakan *brand* baru yang butuh perhatian lebih dalam pengembangan strategi *brand*.

2) *Brand Development Supervisor* SKI

Jabatan *Brand Development Supervisor* SKI dipegang oleh dua orang yakni Ibu Astuti Matondang dan Ibu Elvina. Posisi ini memiliki peranan yang sangat penting juga untuk membantu *brand manager* SKI. *Brand Development Supervisor* memiliki beberapa tanggung jawab yang berfokus pada pengembangan *brand* dan strategi pertumbuhan *brand*. Pekerjaan *Brand Development Supervisor* SKI meliputi pengembangan strategi *brand*, pengelolaan portofolio produk, pelaksanaan *marketing campaign*, analisis pasar dan *competitor*, Pengelolaan riset dan pengembangan produk, serta beberapa tugas lainnya.

3) *Digital Content* SKI

Sebagai *digital content*, Ibu Imelda pastinya memiliki tanggung jawab yang berfokus pada media sosial yang berkaitan dengan pengelolaan dan produksi konten digital untuk mendukung *marketing strategy* dan *branding* perusahaan di platform media sosial. Tanggung jawab dari *digital content*

meliputi pengembangan konten digital, pemilihan *platform*, pengelolaan kalender konten, pengoptimalan (*Search Engine Optimization*) SEO, pengelolaan platform media sosial, kolaborasi dengan tim kreatif, analisis kinerja konten, berhubungan dengan KOL & *brand*, serta pelaporan dan evaluasi.

4) *Content Creator Intern SKI*

Penulis sebagai *Content Creator Intern SKI* memiliki tanggung jawab dalam mengelola konten yang akan disebarluaskan pada platform media sosial khususnya TikTok. Posisi tersebut meliputi analisis tren konten mediasosial untuk dijadikan referensi pembuatan konten, *shooting* konten, hingga *editing* konten. Selain berhubungan dengan konten, *content creator intern* juga bertugas untuk melakukan *live* di 2 platform media sosial yaitu Shopee dan TikTok. Posisi ini juga membutuhkan kemampuan komunikasi yang baik untuk dapat menjalin kerjasama meliputi melakukan negosiasi hingga kesempatan dengan *brand* lain dan *Key Opinion Leader* (KOL). *Content creator intern* juga melakukan *recap activity* tiap awal bulan, serta melakukan beberapa tugas tambahan seperti membuat referensi konten Instagram, *brand proposal*, *e-commerce display competitor analysis*, dan beberapa lainnya.

5) *Creative Design Supervisor SKI*

Ibu Egie sebagai *Creative Design Supervisor SKI* memiliki tanggung jawab utama untuk mengarahkan dan mengawasi tim *design* agar menghasilkan *design* yang menarik, kreatif, dan berkualitas sesuai dengan visi *brand* perusahaan. Tugas yang dilakukan mencakup pengembangan konsep kreatif, pengawasan desain grafis, pemantauan produk materi kreatif, pemantauan tren industri, membuat konsep dan ide-ide kreatif untuk keperluan media sosial dan *marketing* yang akan dilakukan oleh masing-masing *brand*. *Design* yang dibuat meliputi logo, *graphic design* untuk media sosial, *design* produk, *design* keperluan *event* atau *booth*, dan seluruh kebutuhan *design* yang diperlukan oleh setiap *brand*.

6) *Creative Design SKI*

Dalam menjalankan tugasnya, Ibu Lovenia sebagai *creative design* sangat memiliki peran penting untuk membantu tugas *Creative Design Supervisor* dalam membuat keperluan *design* masing-masing *brand* dari PT Sumber Kosmetika Indah. Tugas *Creative Design SKI* berfokus pada menghasilkan visual yang menarik, kreatif, dan berkualitas yang mencerminkan merek produk. Tanggung jawab *Creative Design SKI* meliputi pengembangan konsep *design*, desain grafis, desain kemasan produk, desain konten digital, pemantauan tren desain, pemeliharaan arsip desain, desain pameran dan *display*, fotografi produk, dan beberapa tanggung jawab lain yang berhubungan dengan kreativitas desain.

7) *Marketing Administration Staff*

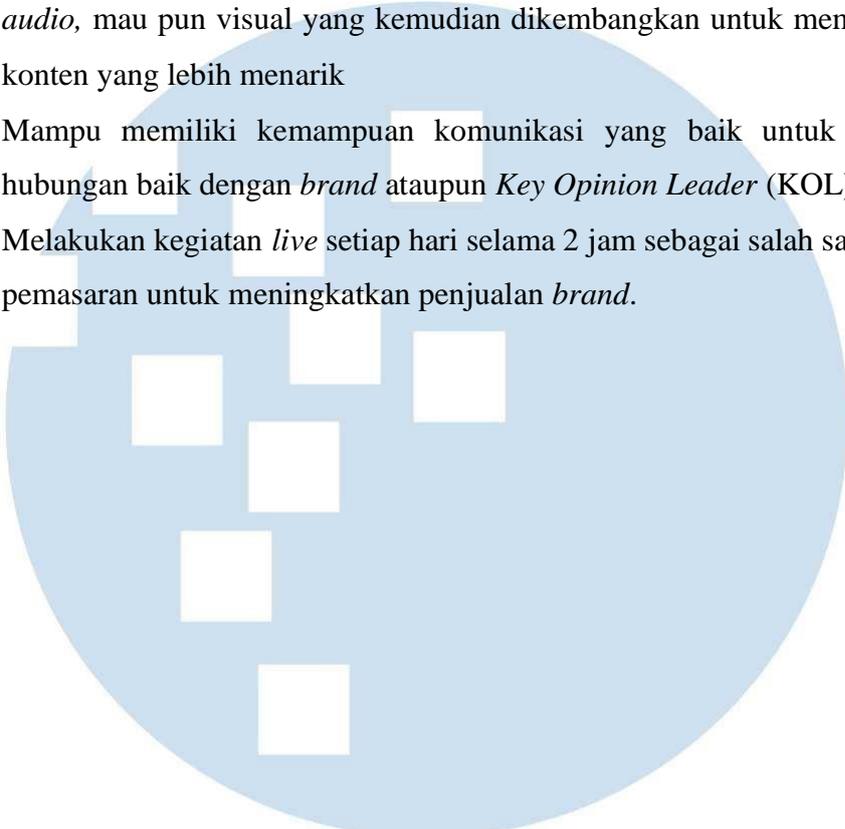
Marketing Administration Staff di PT Sumber Kosmetika Indah adalah Ibu Angel. Sebagai *marketing administration staff*, Ibu Angel memiliki tanggung jawab penting dalam mendukung berbagai kegiatan administrasi yang berkaitan dengan divisi marketing. Tanggung Jawab *marketing administration staff* meliputi pengelolaan dokumen, pembuatan laporan, pengelolaan data pelanggan, pendukung acara *marketing*, pengelolaan inventaris dan persediaan, pengelolaan anggaran, dukungan administratif, serta pemantauan dan evaluasi.

2.4 Ruang Lingkup Kerja Divisi

Sebagai *content creator* pada divisi *marketing* di PT Sumber Kosmetika Indah memiliki *jobdesc* antara lain:

- 1) Mencari referensi konten sesuai dengan konsep akun media sosial serta target audiens
- 2) Mengumpulkan dan mengelola data mengenai *insight* konten yang telah dibuat pada beberapa *platform* seperti Instagram dan TikTok.
- 3) Memproduksi konten dalam bentuk promosi untuk meningkatkan performa *brand* mulai dari *shooting* konten hingga *editing* konten

- 4) Melakukan analisis visual pada tren media sosial baik dari segi *copywriting*, *audio*, mau pun visual yang kemudian dikembangkan untuk memproduksi konten yang lebih menarik
- 5) Mampu memiliki kemampuan komunikasi yang baik untuk menjalin hubungan baik dengan *brand* ataupun *Key Opinion Leader (KOL)*
- 6) Melakukan kegiatan *live* setiap hari selama 2 jam sebagai salah satu bentuk pemasaran untuk meningkatkan penjualan *brand*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA