

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT RealCo Indonesia



Gambar 2.1 Logo PT Realco Indonesia
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Dikuti melalui laman *website* resmi, RealCo merupakan perusahaan *Digital Based Healthy Consumer-goods* berbasis digital dari Indonesia yang didirikan pada tahun 2014 dengan *tagline* nya yaitu “*Real Impact, Real Future*”. RealCo sendiri berkomitmen untuk hadir sebagai perusahaan dengan menganut 3 nilai, yaitu *Real Smile* untuk *Real Life*, dan membawa *Real Change* bagi semua orang. Kemunculan pertama RealCo mengeluarkan merek bernama Realfood yang merupakan merek dari minuman sarang burung walet pertama yang ada di Indonesia, dikemas secara modern dan praktis untuk menunjang gaya hidup sehat di kalangan masyarakat.

Hadir pertama kali dengan *brand* nya yaitu RealFood yang merupakan minuman sehat dari sarang burung walet pertama di Indonesia. RealCo terus melakukan ekspansi ke industri lainnya dengan peluncuran *brand* kecantikan Elora sebagai produk kecantikan yang mengandung ekstrak Daun Kelor dengan harga terjangkau yang berada di bawah naungan Awal Mula sebagai *multi brands*. Lalu saat ini, RealCo meluncurkan rangkaian perawatan kulit dari burung sarang walet yang berada di bawah naungan PT. Hidup Melawan Waktu (HIMEWA) sebagai perusahaan induk dari *brand-brand* yang berfokus pada kebutuhan perempuan. Kehadiran dari PT. Hidup Melawan Waktu berasal dari melihat

adanya peluang untuk mengembangkan sarang burung walet by Realfood menjadi produk *skincare* yang dikenal sebagai Skindoze.

The logo for Skindoze features the brand name in a bold, lowercase, green sans-serif font. The text is centered within a light blue circular background that has a subtle, stylized pattern of a bird's nest or a similar organic shape.

Gambar 2.2 Logo Skindoze
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Skindoze merupakan rangkaian perawatan kulit yang memiliki kandungan ekstrak sarang burung walet dari Realfood sebagai kandungan utamanya. Skindoze memiliki tujuan utama untuk menyediakan produk perawatan kulit yang mampu menutrisi, melindungi *skin barrier* dan mencerahkan kulit. Saat ini Skindoze memiliki 10 jenis produk yang terdiri dari *cleanser, toner & essence*, serum, dan *moisturizer* serta produk *acne series* nya yaitu *exfoliate toner, acne serum* dan *acne spot*. Belum lama ini, Skindoze pun meluncurkan produk terbaru mereka yaitu retinoid serum dengan hashtag *#AgingGracefully* sebagai produk *anti aging* yang aman serta *gentle* untuk kulit sensitif.

2.2 Visi Misi PT RealCo Indonesia

Dikutip dari aset dokumen PT RealCo Indonesia, RealCo Indonesia sebagai salah satu dari perusahaan *consumer goods* berbasis digital dari Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

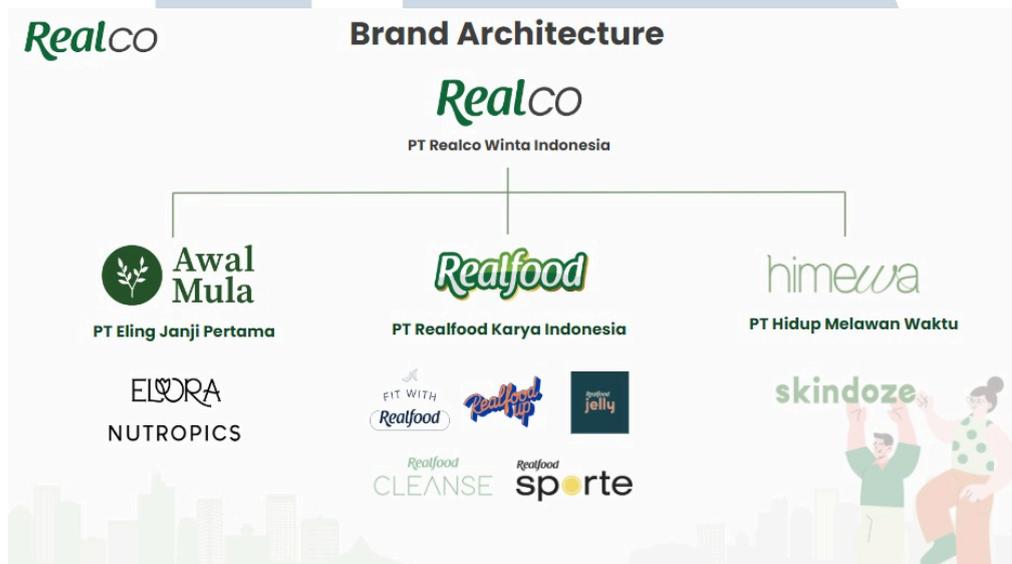
Memberikan dampak ideal dan nilai positif sebagai produk lokal dalam barang konsumsi bagi semua pelanggan, pemasok, dan distributor.

MISI

Berusaha untuk menjadi *#1 Digital Based Healthy Consumer-goods company* di Indonesia. Tanpa henti kami akan selalu menyediakan berbagai kebutuhan pelanggan dengan 100% bahan berkualitas asli Indonesia.

2.3 Struktur Organisasi PT RealCo Indonesia

RealCo merupakan perusahaan *Digital Based Healthy Consumer-goods* berbasis digital dari Indonesia yang didirikan pada tahun 2014 memiliki *brand architecture* sebagai berikut:

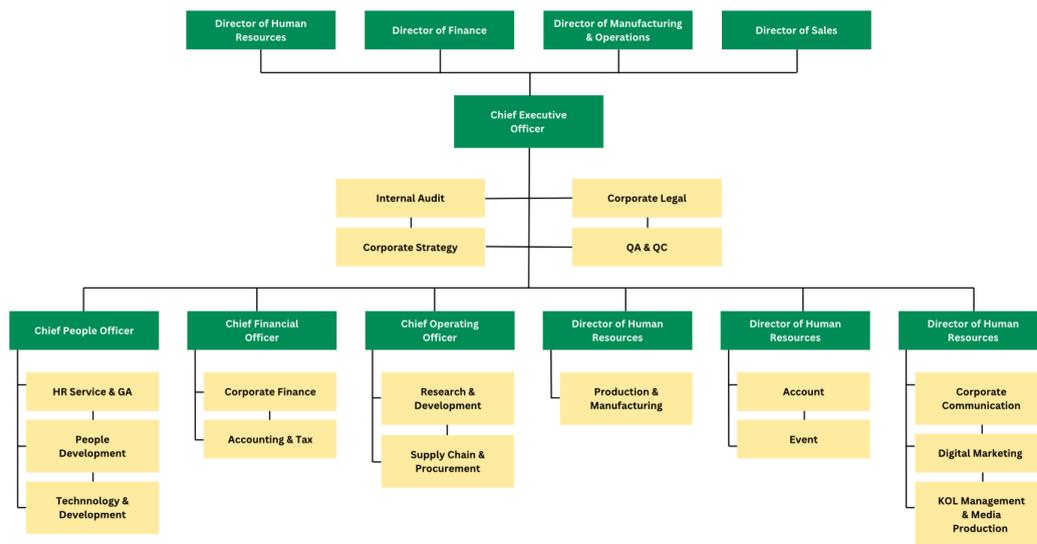


Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Realco Indonesia
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Secara garis besar, PT RealCo Indonesi menaungi tiga anak perusahaan yaitu Awal Mula dengan merek kecantikannya yaitu Elora yang memiliki produk *skincare* berkualitas tinggi namun dengan harga terjangkau dengan kandungan Daun Kelor dan Nutropics sebagai merek *body care* nya, Realfood yang memiliki minuman dan makanan yang berkhasiat tinggi dari sarang burung wallet dan Himewa yang berfokuskan pada produk *skincare* dengan kandungan sarang burung wallet. Dimana ketiga anak perusahaan ini berfokuskan pada merek nya sendiri dengan memiliki sistem kerja dan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berbeda.

Dikutip dari dokumen perusahaan serta wawancara dengan *Human Resource Development* (HRD), maka PT RealCo Indonesi amemiliki struktur organisasi sebagai berikut:

Penulis yang bertanggung jawab sebagai Brand Marketing dari Brand Skindoze, maka penulis secara langsung berada di bawah naungan anak perusahaan dari PT Realco Indonesia yaitu PT Hidup Melawan Waktu yang memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT RealCo Indonesia
Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

Pada PT RealCo Indonesia, seluruh divisi memiliki peranannya masing-masing dalam setiap divisi. Dalam menjalankan tanggung jawab nya, maka para karyawan saling berkoordinasi antar divisi dan berkomunikasi untuk mencapai satu tujuan yang sama, yang dimana komunikasi tersebut bisa dilakukan secara tatap muka, e-mail, pesan Whatsapp dan Ms Teams. Maka deskripsi pekerjaan pada masing-masing divisi adalah sebagai berikut:

A. People Development

Divisi ini bertanggung jawab untuk pelaksanaan pengembangan dan meningkatkan kinerja karyawan. Adengan adanya beberapa kegiatan yang dilakukan untuk pengembangan soft skill untuk meningkatkan kompetensi karyawan.

B. Corporate Finance

Bertanggung jawab dalam perencanaan keuangan PT RealCo Indonesia dalam jangka pendek maupun Panjang serta pelaksanaan analisis keuangan dan bertanggung jawab dalam mengatur seluruh aktivitas keuangan pada PT RealCo Indonesia untuk menyeimbangkan seluruh keuangan dalam risiko dan profit.

C. Research & Development

Menjadi divisi yang berfungsi melakukan riset dan pengembangan bahan baku serta mencari formulasi untuk seluruh produk PT RealCo Indonesia dan melakukan analisis pasar agar sesuai dengan kebutuhan konsumen.

D. Manufacturing & Production

Bertanggung jawab dalam seluruh proses produksi, pengolahan dan pengemasan, serta melaksanakan seluruh bentuk produksi sesuai dengan SOP perusahaan untuk mencapai target.

E. Event

Melaksanakan perencanaan dan membuat seluruh perencanaan terkait event yang ada pada PT RealCo Indonesia. Bertanggung jawab untuk mengatur seluruh konsep *event* dari awal sampai dengan akhir dan menjalin kerjasama dengan pihak eksternal.

F. Corporate Communication

Divisi ini bertanggung jawab dan mengatur strategi komunikasi perusahaan secara baik dalam internal maupun eksternal, dimana pada divisi ini banyak menjalin Kerjasama dengan pihak eksternal seperti komunitas dalam menjalankan kolaborasi, sponsorship dan lain sebagainya.

G. Digital Marketing

Divisi ini memiliki focus pada pemasaran digital yang menjalankan strategi atau taktik untuk mencapai target penjualan. Proses pemasaran

tersebut dilaksanakan dengan melakukan analisis pada tren yang ada untuk mencapai konsumen secara lebih luas.

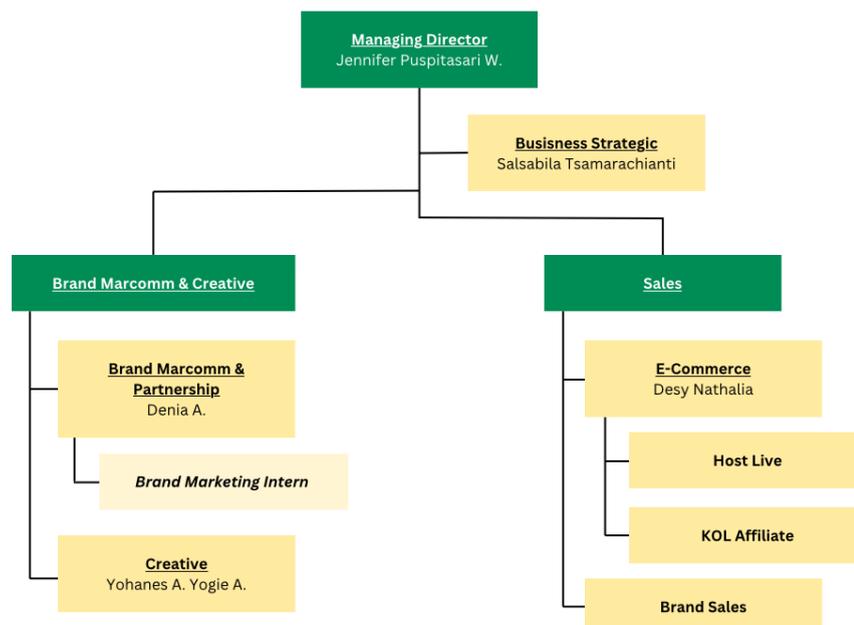
H. KOL Management

Divisi ini berfungsi untuk membantu merek dalam mencapai tujuan tertentu, terutama pada meningkatkan *awareness*. Dimana divisi ini bertanggung jawab dalam melaksanakan campaign dalam penggunaan KOL dan membangun koneksi yang kuat antara merek perusahaan dan publik.

I. Media Production

Bertanggung jawab pada seluruh penyediaan asset visual yang dimiliki oleh PT RealCo Indonesia. Perencanaan konten, talent dan seluruh proses pembutannya yang berupa editing sampai dengan posting menjadi tanggung jawab divisi Media Production.

Penulis yang secara langsung berada di bawah PT Hidup Melawan Waktu (HIMEWA) memiliki struktur organisasi yang lebih spesifik dengan sistem manajemen yang berbeda sebagai berikut:



Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT Hidup Melawan Waktu
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Penulis yang berada di bawah Department *Brand Marcomm & Creative* secara langsung memiliki penjabaran pekerjaan yang bersangkutan dengan divisi lain dalam menjalankan perencanaan strategis pemasarannya. Berikut masing-masing *job description* posisi pada Department *Brand Marcomm & Creative* dan hubungannya satu sama lain dalam proses kerja magang:

A. Brand Marcomm & Partnership

Menyalurkan ide dan konsep untuk perencanaan pemasaran di *monthly campaign*, secara langsung berkomunikasi dengan *brand partnership* untuk perencanaan *collaboration* dari segi *timeline*, konten, dan sampai dengan *campaign selling convert to selling*.

B. Creative

Bertanggung jawab dalam mengelola dan membuat seluruh *asset visual* Skindoze untuk *banner social media*, poster, banner *e-commerce* desain *packaging*, *motion design* dan *3D Design* yang berasal dari *request* divisi lain.

Di sisi lain penulis juga bekerjasama dengan Departemen Sales, sebagai berikut:

A. E-Commerce

Memiliki tanggung jawab untuk mengelola seluruh platform *e-commerce* Skindoze yang dimana akan melakukan evaluasi pada penjualan serta efektivitas *selling campaign* di *e-commerce*. Disini Department *e-commerce* akan menaikan konten penjualan yang berasal dari hasil kesepakatan kerjasama yang telah dilakukan oleh *Brand Marketing*.

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