

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang PT Paragon Technology and Innovation

PT Paragon Technology and Innovation merupakan sebuah perusahaan *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) di bidang kecantikan Indonesia yang berdiri sejak 1985 dengan nama awal “PT Pusaka Tradisi Ibu” yang kemudian berganti nama menjadi PT Paragon Technology and Innovation pada 2011. PT Paragon Technology and Innovation sudah terverifikasi sebagai perusahaan GMP (*Good Manufacturing Product*) sejak 2006 dan kini memiliki lebih dari 12.000 karyawan di seluruh Indonesia yang telah menghasilkan 13 merek, yakni; Wardah, Make Over, Emina, Kahf, Instaperfect, Crystallure, Wonderly, Labore, Putri, Tavi, Biodef, Beyondly, dan OMG (PT Paragon Technology and Innovation, 2024).



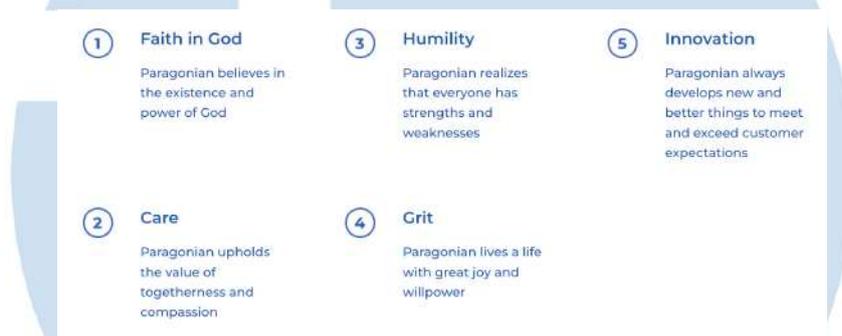
Gambar 2.1 Logo PT Paragon Innovation and Technology

Sumber: Situs utama Paragon Innovation (2024)

Paragon juga memiliki 5 *core values* yang selalu dijalankan dalam setiap aktivitas perusahaannya. Dengan mengimplementasikan *core values* tersebut, Paragon yakin bahwa perusahaannya akan dapat terus berkembang dan bertahan dalam kompetensi industry yang sangat ketat dan pesat. Kelima *core values* tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) *Faith in God*, selalu mengedepankan keberadaan dan kepercayaan kepada Tuhan yang Maha Esa.
- 2) *Humility*, menjaga kerendahan hati karena sadar bahwa setiap orang memiliki kelebihan dan kekurangan.

- 3) *Innovation*, kerap melakukan inovasi yang dapat memenuhi dan bahkan melampaui ekspektasi pelanggan.
- 4) *Care*, selalu mengedepankan kebersamaan dan kasih sayang selama bekerja.
- 5) *Grit*, berpegang teguh pada tekad dan keberanian, memegang prinsip untuk menjalani kehidupan dengan penuh kegembiraan dan kemauan.



Gambar 2.2 *Core Values* Paragon Innovation and Technology

Sumber: Situs utama Paragon Innovation (2024)

Perusahaan ini dibangun dengan tujuan memberikan kontribusi besar kepada masyarakat, PT Paragon percaya bahwa inovasi dapat menjaga kelangsungan perusahaan. Maka dari itu, komitmen utama perusahaan adalah menghasilkan produk yang lebih baik dari sebelumnya dengan harga yang dapat. Diketahui bahwa PT Paragon memiliki 4 pilar CSR yang dijalankan. Keempat pilar tersebut adalah Kesehatan, edukasi, pemberdayaan perempuan, dan lingkungan, semuanya bersinergi untuk mendukung 4 poin Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, yakni No. 3 Kesehatan yang Baik dan Kesejahteraan, No. 4. Pendidikan Bermutu, no. 8 Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, dan No. 12 Konsumsi dan Produksi yang Bertanggungjawab.



Gambar 2.3 Logo Tujuan Pembangunan Berkelanjutan

Sumber: Situs utama United Nations (2024)

Emina merupakan salah satu merek kosmetik dan perawatan wajah Indonesia di bawah PT Paragon Technology and Innovation yang telah berdiri sejak 2015. Emina dikenal dengan hasil produksinya yang ditargetkan untuk remaja hingga dewasa, yakni 14-23 tahun, beberapa produk terbarunya antara lain adalah Cheek Lit Pressed Blush, Sun Battle Airy Sun Serum SPT 50++++, Emina Glossy Stain, Lip Serum, The Bright Stuff Series, dan lain-lain. Emina juga telah beberapa kali mendapatkan penghargaan atas hal-hal yang telah dilakukan, misalnya adalah *Bronze Winner* untuk sub-kategori *Spatial Technology* serta *Silver Winner* dalam sub-kategori *Integrated Ecommerce Innovation* (Emina Cosmetics, 2022). (PT Paragon Technology and Innovation, 2024)



Gambar 2.4 Logo Emina Cosmetics

Sumber: Situs utama Emina Cosmetics (2024)

Brand image Emina juga dibangun dengan sangat ramah, ceria dan berwarna cerah karena memfokuskan target kepada remaja muda Indonesia. Dengan slogan terbarunya #EminAuteentic, Emina berharap agar para remaja perempuan dapat melakukan eksplorasi diri dengan bebas bersama Emina sehingga dapat menemukan autentikasi terbaik dari mereka. Produk yang dihasilkannya pun dirancang dengan bahan natural, memiliki banyak variasi dan dipastikan aman serta terjangkau oleh remaja sehingga Emina dapat dijadikan pilihan remaja perempuan untuk menemani perjalanan masa muda mereka.

2.2 Visi Misi PT Paragon Technology and Innovation

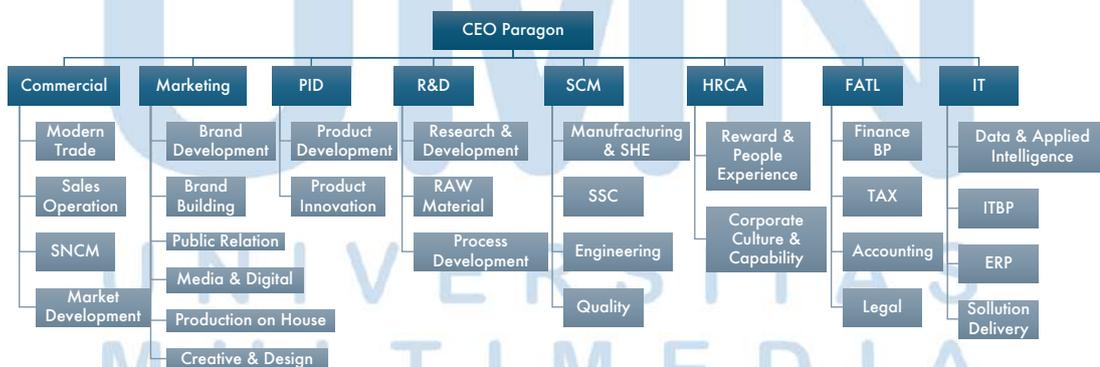
Visi dari PT Paragon Technology and Innovation adalah berkomitmen untuk memiliki tata kelola perusahaan yang terbaik dan melakukan perkembangan berkesinambungan secara terus menerus melalui produk-produk berkualitas tinggi yang bermanfaat bagi Paragon, mitra, masyarakat, dan lingkungan.

Kemudian, PT Paragon Technology and Innovation juga memiliki setidaknya 7 misi yang dijalankan, antara lain:

- 1) *Developing Paragonian*, mengembangkan Paragonian untuk terus belajar sehingga memiliki kompetensi yang unggul dan kompetitif.
- 2) *Creating Kindness for Customer*, selalu mendengarkan kebutuhan dan menciptakan produk-produk melebihi harapan pelanggan.
- 3) *Continuous Improvement*, untuk terus meningkatkan kualitas produk.
- 4) *Grow Together*, tumbuh bersama tidak hanya untuk kepentingan perusahaan, akan tetapi semua mitra yang bekerjasama.
- 5) *Preserving the Earth*, melindungi bumi secara berkelanjutan.
- 6) *Supporting Education and Health of the Nation*, mendukung perkembangan generasi baru dengan mendorong perkembangan sumber daya manusia yang memiliki ilmu dan pengalaman, serta sehat secara jasmani dan mental.
- 7) *Developing Business*, untuk memperluas jangkauan produk dan layanan.

2.3 Struktur Organisasi PT Paragon Technology and Innovation

PT Paragon Technology and Innovation saat ini sudah memiliki 8 Departemen yang masing-masing saling bekerjasama dan bersinergi untuk menjalankan tugasnya. Berikut merupakan bagan struktur perusahaan milik Paragon:



Tabel 2.1 Struktur Perusahaan Paragon

Sumber: HRD PT Paragon Innovation and Technology (2024)

1) *Commercial*

Departemen ini bertanggung jawab untuk melakukan analisis segala bentuk keperluan komersil, termasuk menerjemahkan tren dan pesan konsumen yang kemudian hasilnya akan digunakan untuk strategi dan aktivitas bisnis. Hal-hal tersebut termasuk dari melakukan pertemuan dengan klien, menganalisis data bisnis, merancang promosi, menjalankan permintaan, hingga memastikan bahwa produk Paragon dapat diakses dan diterima oleh para pelanggan.

2) *Marketing*

Merupakan Departemen yang bertanggung jawab untuk memahami segala bentuk kebutuhan dan keinginan konsumen, hal tersebut penting dilakukan agar setiap merek di bawah PT Paragon Technology and Innovation dapat terus berkembang dan bersaing di pasaran, baik di dalam maupun luar negeri. Departemen ini berperan penting dalam perancangan dan pelaksanaan beragam strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan serta memperkuat identitas dan kesadaran merek Paragon yang tentu pada akhirnya akan membantu kenaikan penjualan dari merek terkait.

Berikut adalah penjabaran dari tujuh departemen yang ada di bawah Departemen *Marketing*:

Marketing						
Brand Development	Brand Building	Public Relations		Media & Digital	Production on House	Creative & Design
		PR Face Care	PR Decorative (Posisi Pemegang)			

Tabel 2.2 Struktur *Marketing Directorate* Paragon
Sumber: HRD PT Paragon Innovation and Technology (2024)

a) *Brand Development*

Memiliki peranan untuk memperkenalkan dan mengembangkan citra merek kepada pelanggan melalui berbagai jenis konsep ataupun strategi kampanye jangka panjang. Maka dari itu, departemen ini bertanggung jawab dalam proses perumusan ide dan konsep hingga eksekusi dari pemasaran merek yang pada pelaksanaannya akan bekerjasama dengan berbagai tim agar strategi yang dirancang berjalan sesuai tujuan awal.

b) *Brand Building*

Bertanggung jawab untuk memperkenalkan merek dengan proposisi kuat, menjalankan kampanye, serta aktivasi merek agar tetap menjadi *top of mind* konsumen. Departemen ini harus memastikan bahwa semua pemegang kepentingan merek (khususnya komunitas) memiliki hubungan positif yang mendukung keberlangsungan Paragon. Beberapa aktivitas kerjanya antara lain adalah mengembangkan perencanaan aktivitas, mengadakan kerjasama dengan Tim *E-commerce* untuk proses eksekusi hingga evaluasi aktivitas merek, hingga melakukan riset pasar untuk kepentingan pemasaran.

c) *Public Relations*

Departemen ini memiliki tanggung jawab penuh dalam memperkenalkan merek kepada konsumen dan pihak-pihak luar lainnya dengan melakukan aktivasi kampanye dan bekerja sama dengan banyak pihak ketiga, baik itu adalah *Key Opinion Leader* (KOL), vendor, agensi, maupun media yang berkecimpung di dalam industri gaya hidup, pakaian, dan kecantikan. Selain bekerjasama secara langsung kepada pihak KOL tertuju, departemen ini juga kerap menjalin kerjasama dengan berbagai agensi PR untuk mempermudah komunikasi dan pelaksanaan kampanye.

Selain itu, PR juga harus memastikan, mempertahankan, serta meningkatkan hubungan baik kepada setiap pemegang kepentingan luar yang bersinggungan dengan departemen ini. Pemangang berada di dalam departemen ini, khususnya sebagai *public relation intern* bagian *decorative* yang bertanggung jawab dalam melaksanakan peran PR untuk produk *makeup* Emina Cosmetics (belum termasuk pelaksanaan kegiatan *festive*).

d) *Media & Digital*

Bertanggung jawab atas segala bentuk publikasi konten media serta menjaga hubungan baik dengan media eksternal sehingga segala bentuk publikasi yang dilakukan dapat tersampaikan secara luas dan efektif. Departemen yang juga dikenal dengan sebutan *Digital Transformation* (DT) ini juga berperan dalam pembuatan perencanaan konten, pemantauan, publikasi hingga evaluasi segala bentuk materi konten untuk media sosial merek Paragon, dalam pelaksanaannya sering kali bekerjasama dengan Departemen *Production on House*.

e) *Production on House*

Berperan dalam proses produksi konten visual yang kerap menjalankan kerjasama dengan Departemen *Digital Transformation* untuk konten digital. Biasanya bekerja sama dengan banyak sekali *talent* untuk melaksanakan sesi potret atau pengambilan video yang biasanya didapat dari rekomendasi tim internal merek atau agensi lain yang bekerja sama untuk kampanye tertentu. Beberapa konten visualnya antara lain seperti TVC, *Key Visual* (KV), konten media sosial dan hal-hal lain yang diperlukan.

f) *Creative & Design*

Departemen ini bertanggung jawab penuh dalam proses pengembangan ide dan konsep hingga eksekusi visualisasi konten yang dibutuhkan oleh merek, hal ini sudah disesuaikan dengan pesan komunikasi dan citra merek terkait. Departemen ini sering berkolaborasi dengan Departemen *Production on House* untuk mengeksekusi konten visual yang nantinya akan disampaikan kepada pelanggan.

3) *Product Innovation and Development (PID)*

Departemen ini memiliki tugas untuk menyediakan produk yang dibutuhkan, termasuk segala proses didalamnya. Aktivasnya antara lain adalah mengembangkan dan menyiptakan produk (formula dan kemasan), mulai dari perumusan ide dan konsep, hingga peluncuran dan penjualan ke pelanggan.

4) *Research and Development (R&D)*

Bertanggung jawab dalam melaksanakan analisis riset dan pengembangan formulasi dan teknologi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Departemen ini dinilai cukup krusial karena harus memastikan bahwa semua produk yang dihasilkan harus lulus uji klinis serta memenuhi *values* dari Paragon sehingga dapat secara legal didistribusikan untuk pelanggan.

5) *Supply Chain Management (SCM)*

Berperan sebagai Departemen yang memastikan kelola aliran distribusi material, barang, dan informasi milik Paragon dapat dengan sempurna diterima oleh mitra dengan cara paling efektif dan efisien. Aktivitas pekerjaannya meliputi perencanaan permintaan, inventaris, distribusi barang, jadwal produksi, hingga menjaga hubungan baik dengan pemasok dan melayani pesanan pelanggan.

6) *Human Resource & Corporate Affairs (HRCA)*

Departemen ini memiliki peran penting dalam ranah lingkungan kerja dan sumber daya manusia dalam Paragon. Bertanggung jawab untuk menciptakan lingkungan yang baik dan membangun demi meningkatkan pengalaman dan pembelajaran karyawan dengan positif. Departemen ini juga lah yang bertugas untuk menjalankan program CSR, komunikasi perusahaan, dan manajemen *real estate* Paragon berjalan dengan sempurna.

7) *Finance, Accounting, and Tax (FATL)*

Memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia bisnis, yakni bertanggung jawab dalam pengembangan bisnis yang menguntungkan. Perannya antara lain adalah melakukan analisis keuangan, analisis *stock* review, analisis data transaksi hingga mengontrol rekap pengeluaran secara berkala setiap departemen. Selain itu, departemen ini juga menjadi pendukung atas *business partner* bagi departemen lain yang membutuhkan.

8) *Information Technology (IT)*

Bertanggung jawab dalam penyediaan teknologi yang dibutuhkan untuk pemenuhan aktivitas Paragon, seperti pengembangan aplikasi dan internet untuk ekspansi bisnis.

U M N
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