

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Mitra Mas Sentosa memiliki beberapa *sisterhood company*, salah satunya adalah PT Coolvita Maju Sehat yang merupakan Perusahaan Modal Asing (PMA) dengan bentuk Perseroan Terbatas yang bergerak dalam bidang ritel khususnya dalam bidang multivitamin dan suplemen jadi yaitu pada khususnya kepada kalangan remaja dan dewasa yang memiliki ketertarikan lebih dibidang perawatan kulit dan Kesehatan. PT. Coolvita Maju Sehat didirikan pada September 2022, yang berfokus pada kategori Kesehatan dan memiliki fokus produk pada suplemen Kesehatan, produk suplemen untuk menjaga kecantikan tubuh dari dalam. Logo Coolvita memiliki arti yaitu huruf "V" mewakili "√", yang mencerminkan kualitas tinggi dari produk cool-vita dan warna hijau daun pada titik huruf "I" yang berevolusi menjadi daun, yang mencerminkan kualitas produk dari Coolvita yang berarti kesegaran, dan mengubah keburukan menjadi kebaikan.



Gambar 2. 1 Logo PT Coolvita Maju Sehat

Sumber : Dokumentasi Perusahaan (2024)

PT. Coolvita Maju Sehat didirikan pada September 2022 dan berpusat di Foresta Building Loft 6 No.7 Kel. Legok, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang. PT Coolvita Maju Sehat merupakan salah satu perusahaan ritel di Indonesia dengan pertumbuhan yang stabil seiring berjalannya waktu di dunia *media social dan E-*

commerce. Perkembangan PT Coolvita Maju Sehat yang pesat membuat PT Coolvita Maju Sehat dapat memperluas kantornya dan berpindah ke kantor pusat PT Coolvita Maju Sehat yang berada di Navapark North Point Unit 69-70, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang. Produk-produk PT Coolvita Maju Sehat hingga saat ini diproduksi oleh Sirio Healthcare (Anhui) Co. yang terletak di China, dan seluruh produk PT Coolvita Maju Sehat sudah BPOM RI.

PT Coolvita Maju Sehat didirikan karena perhatiannya kepada kesehatan dan kecantikan masyarakat. PT Coolvita Maju Sehat menciptakan produk yang memberikan perhatian kepada menguruskan badan, memutihkan kulit serta menjaga kesehatan. Sehingga PT Coolvita Maju Sehat memiliki beberapa produk, yaitu:

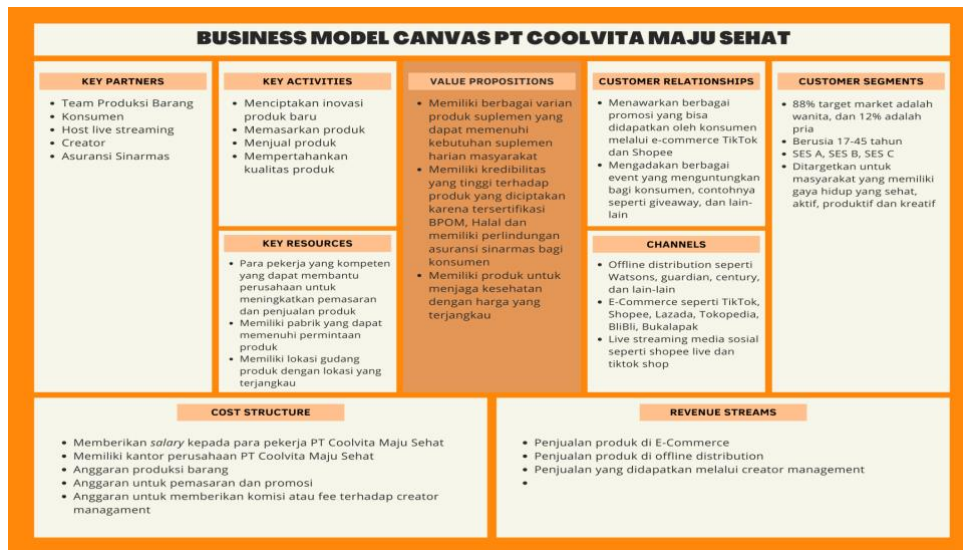
1. *Ready to Drink Collagen*: Suplemen kolagen yang berbentuk cairan langsung minum rasa apel, persik, dan blueberry yang mengandung collagen dan vitamin B3 yang bermanfaat untuk membantu memenuhi kebutuhan collagen harian, dan menjaga elastisitas kulit.
2. *Collagen Effervescent*: *Collagen* yang berbentuk *effervescent tablet* rasa *peach*, yang mengandung *collagen* dan vitamin C yang bermanfaat untuk mencerahkan kulit, mencegah penuaan, dan mengurangi selulit
3. *Detox Drink*: *Detox drink* berbentuk cairan langsung minum rasa aneka buah dan sayuran yang mengandung berbagai enzim yang bermanfaat untuk menurunkan berat badan, dan mengikat minyak di tubuh
4. *MCT Coffee*: *Coffee capsule* yang berbentuk bubuk dan harus diseduh menggunakan air yang memiliki rasa oatmeal, mocha, dan americano yang berfungsi untuk menahan ngantuk, menambah energy, dan dapat menurunkan berat badan.
5. *Chewable Multivitamin*: Suplemen makanan rasa jeruk dalam bentuk tablet kunyah yang membantu untuk memenuhi kebutuhan vitamin setiap harinya
6. *Milk Calcium*: Suplemen makanan rasa susu dalam bentuk tablet kunyah yang membantu untuk memenuhi kebutuhan kalsium setiap harinya

2.1.1 Visi Misi

Visi yang dimiliki oleh PT Coolvita Maju Sehat adalah menjadi *brand* terkemuka di Indonesia dan Asia Tenggara dalam bidang kesehatan. Hal ini mencakup berbagai aspek kesehatan, mulai dari pencegahan, perawatan, hingga penyembuhan, dengan tujuan memberikan solusi kesehatan yang komprehensif dan inovatif. Merek ini bertekad untuk tidak hanya menjadi pilihan utama masyarakat dalam layanan kesehatan tetapi juga untuk memimpin dalam pengembangan teknologi kesehatan terbaru, pelayanan berkualitas tinggi, dan penelitian yang berkelanjutan. Dengan berfokus pada kualitas, inovasi, dan keberlanjutan, visi ini mencerminkan komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat di wilayah tersebut.

Untuk mendukung visi tersebut, terdapat misi yang dimiliki yaitu membuat produk dan layanan kesehatan serta kecantikan menjadi terjangkau bagi semua orang. Hal ini mencakup penyediaan solusi kesehatan dan kecantikan yang berkualitas tinggi dengan harga yang dapat dijangkau oleh berbagai lapisan masyarakat. Misi ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap individu memiliki akses yang sama terhadap produk dan layanan yang dapat meningkatkan kesehatan dan penampilan mereka tanpa harus terbebani oleh biaya yang tinggi. Dengan demikian, perusahaan berkomitmen untuk memberikan nilai terbaik melalui inovasi, efisiensi, dan fokus pada kebutuhan konsumen.

2.1.2 Business Model Canvas PT Coolvita Maju Sehat



Gambar 2. 2 Business Model Canvas PT Coolvita Maju Sehat

Sumber : Dokumentasi Pribadi (2024)

Gambar 2.2 menampilkan *business model canvas* yang dimiliki PT Coolvita Maju Sehat, berikut merupakan penjelasan dari *business model canvas* yang ada:

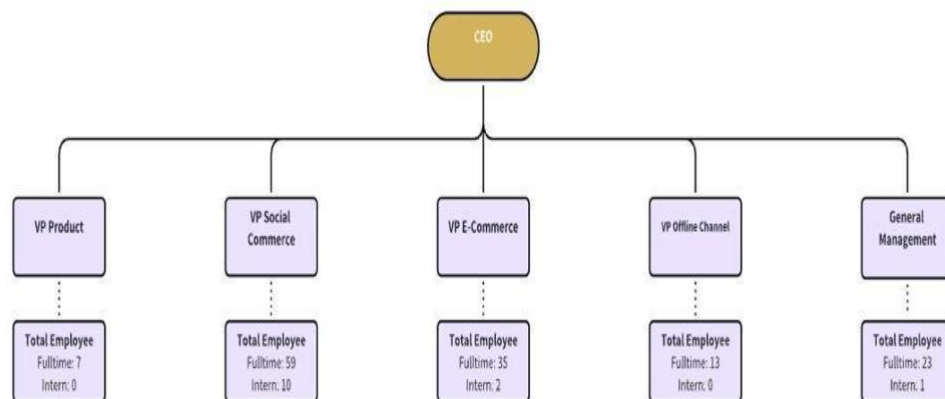
1. *Key Partners*: Perusahaan bekerja sama dengan berbagai mitra, termasuk tim produksi barang konsumen, host live streaming, creator, dan Asuransi Sinarmas.
2. *Key Activities*: Aktivitas utama perusahaan meliputi penciptaan inovasi produk baru, memasarkan produk, memperluas jaringan distribusi, dan mempertahankan kualitas produk.
3. *Value Propositions*: Perusahaan menawarkan berbagai varian produk yang dapat memenuhi segala kebutuhan konsumen. Produk ini dibuat dengan harga yang terjangkau tanpa mengurangi kualitas, dan dijual melalui platform e-commerce. Selain itu, perusahaan memberikan asuransi perlindungan untuk menjaga kesehatan konsumen dalam jangka panjang.
4. *Customer Relationships*: Perusahaan menjaga hubungan dengan konsumen melalui berbagai saluran, termasuk pemberian hadiah

untuk pembelian di atas jumlah tertentu dan berkolaborasi dengan selebgram dan influencer di platform seperti TikTok dan Instagram.

5. *Channels*: Produk didistribusikan melalui e-commerce, live streaming oleh influencer, selebgram, dan creator, serta offline distribution seperti di mall atau event organizer.
6. *Customer Segments*: Segmen pelanggan utama terdiri dari wanita (75%) dan pria (25%) berusia 20-45 tahun, dengan dua kelompok utama yaitu SES A dan SES B. Pelanggan umumnya memiliki gaya hidup modern, sangat peduli terhadap kesehatan dan kecantikan, serta sering mengonsumsi produk dari creator atau memiliki profesi sebagai creator.
7. *Key Resources*: Sumber daya utama perusahaan adalah para pekerja yang kompeten di PT Coolvita Maju Sehat, modal kerja perusahaan, peralatan dan bahan produksi, serta tim kreatif yang mampu menciptakan dan memasarkan produk secara efektif.
8. *Cost Structure*: Struktur biaya mencakup gaji para pekerja, pengadaan peralatan dan bahan produksi, serta biaya remunerasi dan insentif untuk manajemen creator.
9. *Revenue Streams*: Sumber pendapatan utama berasal dari penjualan produk melalui e-commerce dan offline distribution, serta pendapatan yang diperoleh dari kolaborasi dengan creator. Dengan business model canvas ini, PT Coolvita Maju Sehat berusaha mengoptimalkan strategi bisnisnya untuk tetap kompetitif di pasar kesehatan dan kecantikan dengan fokus pada inovasi, kualitas, dan keterjangkauan produk.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut merupakan struktur organisasi yang dimiliki oleh PT Coolvita Maju Sehat :



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Perusahaan

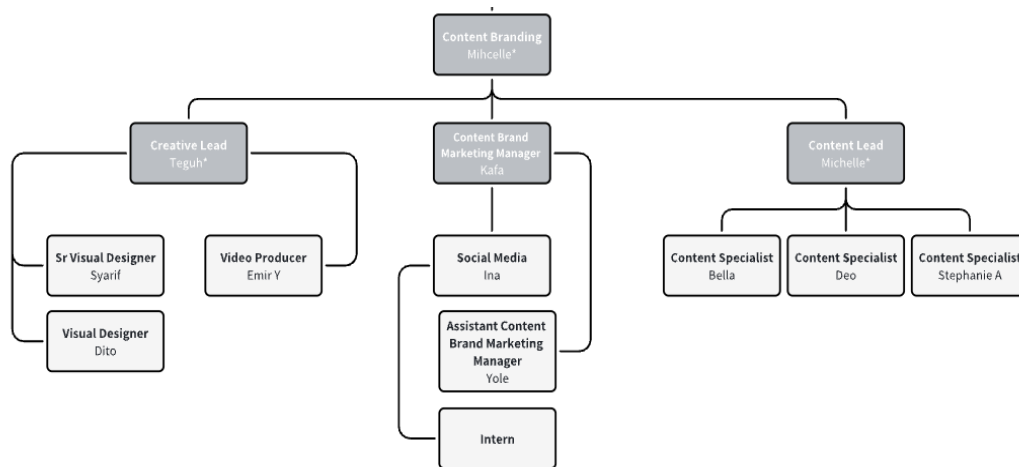
Sumber : Dokumentasi Perusahaan (2024)

Gambar 2.3 menunjukkan struktur organisasi yang terdapat didalam PT Coolvita Maju Sehat. Berikut merupakan penjelasan dari struktur organisasi yang ada:

1. **CEO:** Bertanggung jawab atas keseluruhan operasional dan strategi perusahaan. Tugasnya termasuk membuat keputusan strategis, mengarahkan visi dan misi perusahaan, mengawasi kinerja eksekutif lain, dan memastikan perusahaan mencapai tujuannya.
2. **VP Product:** Bertanggung jawab atas pengembangan dan manajemen produk perusahaan. Tugasnya meliputi mengawasi tim pengembangan produk, memastikan inovasi produk, menjaga kualitas produk, dan mengkoordinasikan peluncuran produk baru. Tim ini terdiri dari 7 karyawan *full-time* tanpa intern.

3. *VP Social Commerce*: Mengelola strategi social commerce dan kolaborasi dengan influencer serta creator. Tugasnya mencakup mengembangkan kampanye pemasaran di media sosial, bekerja sama dengan selebgram dan influencer, dan meningkatkan penjualan melalui platform sosial. Tim ini terdiri dari 59 karyawan full-time dan 10 *intern*.
4. *VP Commerce*: Bertanggung jawab atas semua aspek dari penjualan online dan platform *e-commerce* perusahaan. Tugasnya termasuk memastikan situs *e-commerce* berfungsi dengan baik, mengoptimalkan pengalaman pengguna, mengelola promosi *online*, dan meningkatkan konversi penjualan. Tim ini memiliki 35 karyawan *full-time* dan 2 *intern*.
5. *VP Offline Channel*: Mengelola penjualan dan distribusi produk melalui saluran offline. Tugasnya meliputi mengelola hubungan dengan pengecer, mengatur distribusi produk ke toko fisik, dan mengoordinasikan event promosi offline. Tim ini terdiri dari 13 karyawan *full-time* dan 6 *intern*.
6. *General Management*: Bertanggung jawab terkait pengawasan operasional umum perusahaan, termasuk administrasi, keuangan, dan sumber daya manusia. Tugas yang dimiliki yaitu terkait pengelolaan fungsi administrasi sehari-hari, memastikan kepatuhan dengan kebijakan dan peraturan, serta mendukung operasional dari setiap departemen. Tim ini memiliki 25 karyawan *full-time* dan 2 *intern*.

2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi



Gambar 2. 4 Ruang Lingkup Kerja Divisi

Sumber : Dokumentasi Perusahaan (2024)

Gambar 2.4 menunjukkan ruang lingkup kerja yang dimiliki oleh tiap divisi *content branding* yang *dilead* oleh Michelle, juga memiliki tanggung jawab sesuai bagian-bagian divisinya, yaitu:

1. *Creative Lead*, yang bertugas untuk memimpin produksi visual dari perusahaan PT Coolvita Maju Sehat, yang kemudian memiliki 3 turunan bagian dibawahnya yaitu:
 - a. *Video Producer*, yang bertugas untuk memproduksi video untuk keperluan promosi produk maupun untuk keperluan promosi perusahaan yang dimulai dari pra produksi, produksi dan *post*-produksi
 - b. *Senior Visual Designer*, yang bertugas untuk memproduksi visual pada sosial media PT Coolvita Maju Sehat dan membantu memimpin *junior visual designer*
 - c. *Visual Designer*, membantu *senior visual designer* untuk memproduksi visual dan konten *visual* pada sosial media PT Coolvita Maju Sehat

2. *Content Brand Manager Marketing*, yang bertugas untuk memimpin team *branding & social media* PT Coolvita Maju Sehat, yang kemudian memiliki 2 turunan bagian dibawahnya yaitu:
 - a. Social Media, yang bertugas untuk mengurus sosial media PT Coolvita Maju Sehat terutama Instagram.
 - b. Asisstant *content brand manager marketing*, yang bertugas membantu *manager* untuk mengurus *campaign, partnership*, dan lain-lain
3. *Content lead*, yang bertugas untuk memimpin produksi *content* di TikTok, yang kemudian memiliki 1 turunan bagian dibawahnya yaitu:
 - a. *Content Specialist*, yang bertugas untuk membuat konten pada TikTok

2.4 Ruang Lingkup Kerja Divisi Penulis

Penulis merupakan internship dari divisi *branding & social media marketing* yang dipimpin oleh *Brand Manager Marketing* yaitu Kafaha Hafiidh alias Kafa, yang memiliki *asisstant content brand manager marketing* yang langsung *me-lead* penulis dalam kerja magang yaitu Yolenta Yesica Lumbantobing alias Yolen, dan *social media specialist* yang turut membantu penulis dalam mengerjakan *social media* yaitu Ina Andini alias Ina. Divisi *branding* yang memiliki 3 bagian turut membantu penulis dalam proses kerja magang.