

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



**Gambar 2.1 Logo PT. Kreasi Karya Bangsa**

PT Kreasi Karya Bangsa, yang dikenal dengan nama dagang United Creative, merupakan anak perusahaan dari PT Bali Bintang Sejahtera Tbk, perusahaan induk dari klub sepak bola Bali United FC. Perusahaan ini didirikan pada 27 November 2017 dan mulai beroperasi pada 1 April 2018, dengan fokus awal sebagai agensi olahraga (*sports agency*).

PT. Bali Bintang Sejahtera pada mulanya merupakan klub sepak bola Bali United, yang awalnya dikenal sebagai Persisam Putra Samarinda pada tahun 1989. Pieter Tanuri, seorang pengusaha asal Indonesia, mengambil alih klub ini yang sempat bangkrut. Dia kemudian mengubah nama klub tersebut dari Putra Samarinda menjadi Bali United pada tanggal 03 Desember 2014, berada di bawah naungan badan usaha PT. Bali Bintang Sejahtera. PT Bali Bintang Sejahtera Tbk (BOLA), yang terus berkembang, kini melebarkan sayap bisnisnya ke dunia digital melalui empat anak usahanya.

Didirikan oleh Putri Paramitha Sudali, PT Kreasi Karya Bangsa mengembangkan bisnisnya di bidang digital dengan membentuk agensi bernama United Creative. Perusahaan ini berfokus pada segmen hiburan dan penyedia konten digital, serta

mengembangkan berbagai kanal media dengan komunitas digital mereka sendiri. Dengan menggunakan strategi pemasaran yang pernah digunakan untuk klub sepak bola Bali United, perusahaan yang berfokus pada industri hiburan dan penyedia konten digital ini terus mengembangkan dan memperluas bisnisnya.

Dengan strategi pemasarannya, PT Kreasi Karya Bangsa terus berkembang menjadi perusahaan yang bergerak di bidang agensi periklanan. Pada akhirnya, PT PT. Kreasi Karya Bangsa berkembang menjadi agensi periklanan yang terintegrasi dan perusahaan media baru yang berfokus pada komunitas di industri hiburan, olahraga, dan media sosial. Selama proses perkembangan ini, mereka telah berhasil menciptakan identitas merek, pemasaran digital, manajemen bakat, dan produksi lapangan untuk Bali United FC.

PT. Kreasi Karya Bangsa menerapkan strategi pemasaran yang dikenal sebagai 360 Marketing atau 360 Degree Digital Marketing, yang merupakan perkembangan dari pendekatan pemasaran multi-channel sebelumnya. Strategi ini berorientasi pada model omnichannel, yaitu pendekatan lintas platform yang berfokus pada menciptakan pengalaman pelanggan yang konsisten dan terintegrasi. Melalui strategi ini, pelanggan dapat berinteraksi dan berbelanja melalui berbagai saluran seperti toko fisik, *e-commerce*, aplikasi mobile, hingga media sosial, semua saluran tersebut saling terhubung dan mendukung satu sama lain.

Dalam praktiknya, United Creative yang merupakan divisi kreatif dari PT Kreasi Karya Bangsa, menyediakan layanan produksi terintegrasi dari hulu ke hilir. Mereka mendampingi klien mulai dari tahap perencanaan ide, pengembangan konsep, hingga pelaksanaan akhir proyek. Oleh karena itu, United Creative dikenal sebagai penyedia layanan produksi menyeluruh (*full-service production*) yang mampu menangani berbagai jenis pekerjaan kreatif.

United Creative juga berperan sebagai inkubator komunitas digital terbesar di Indonesia. Komunitas ini dikelompokkan ke dalam beberapa pilar sesuai minat audiensnya, mulai dari penggemar olahraga, komunitas K-pop, hingga pengemudi

ojek online. Dengan segmentasi ini, United Creative mampu menciptakan konten yang relevan dan tepat sasaran untuk setiap kelompok audiens yang mereka layani.



**Gambar 2.2 Logo PT. Rahasia Gadis Nusantara**

Produk satu-satunya yang dikelola oleh PT. Kreasi Karya Bangsa adalah PT. Rahasia Gadis Nusantara, yang lebih dikenal publik dengan nama Rahasia Gadis. Rahasia Gadis merupakan komunitas digital perempuan terbesar di Indonesia, yang telah berkembang di berbagai platform seperti Instagram, TikTok, Twitter, hingga situs web resminya. Didirikan pada tahun 2015, Rahasia Gadis hadir dengan 4 program utama yaitu Rahasia Self-Worth, Rahasia Berkarya, Rahasia Beauty, dan *Let's Talk About* yang bertujuan sebagai ruang aman bagi perempuan muda untuk saling mendukung, mengembangkan empati, mencintai diri sendiri, serta merayakan keberagaman budaya dan identitas yang ada di Indonesia.

Selain platform digital, Rahasia Gadis juga telah menerbitkan tiga buku yang secara keseluruhan telah terjual sekitar 17.000 eksemplar. Perusahaan ini juga aktif menjalin kerja sama dengan berbagai brand yang relevan dengan dunia perempuan muda, seperti produk skincare, layanan kesehatan, keuangan, dan banyak lainnya.

Sebagai bentuk dari ekspansi komunitas Rahasia Gadis, Rahasia Gadis membentuk sebuah beauty brand yaitu Rahasia Beauty yang resmi diluncurkan pada tahun 2022. Brand ini didirikan oleh Adelle Tanuri dan Dhika Himawan, dua tokoh di balik kesuksesan Rahasia Gadis. Mereka melihat bahwa perempuan muda di Indonesia tidak hanya butuh tempat untuk berbagi cerita dan mencari

dukungan, tetapi juga butuh produk yang bisa membantu mereka merasa nyaman dengan diri sendiri baik secara fisik maupun emosional.

Sejak awal, Rahasia Beauty telah berkomitmen untuk menciptakan ekosistem dan definisi baru tentang kecantikan dengan mengusung konsep "*beauty for healing*". Mereka menawarkan berbagai produk kecantikan yang tidak hanya mempercantik, tetapi juga mendukung kesehatan mental dan emosional penggunanya. Dengan semangat tersebut, Rahasia Beauty menghadirkan berbagai produk skincare dan makeup yang dikembangkan berdasarkan masukan dari komunitas Rahasia Gadis itu sendiri. Produk mereka tersedia di berbagai platform online seperti Tiktok shop, Shopee, Tokopedia, dan Blibli, menjadikannya mudah diakses oleh audiens muda di seluruh Indonesia.

Salah satu kolaborasi ikonik yang dilakukan Rahasia Beauty adalah dengan musisi muda Naura Ayu pada November 2023. Kolaborasi ini melahirkan koleksi "Rahasia Naura" yang mencakup dua produk utama: *Kindness Lip Oil Tint* dan *Mood Matcher Liquid Blush*, masing-masing tersedia dalam empat varian warna. Kolaborasi ini bertujuan untuk mendorong perempuan Indonesia agar lebih berani mengekspresikan diri melalui makeup.

Saat ini, Rahasia Beauty sedang mengarahkan fokus pengembangannya ke lini parfum. Langkah ini diambil karena parfum dianggap sebagai media ekspresi diri yang sangat personal, sejalan dengan visi Rahasia Beauty untuk merayakan keunikan dan perjalanan setiap perempuan. Parfum-parfum yang dikembangkan akan tetap mengusung nilai empati, healing, dan storytelling, menjadikannya bukan hanya produk kecantikan, tapi juga pengalaman emosional yang bermakna.



**Gambar 2.3 Rahasia x Cinta Laura Kiehl**

Perluasan lini produk tersebut diawali dengan kolaborasinya bersama Cinta Laura yang menjadi salah satu langkah signifikan dalam pengembangan ini. Pada pertengahan tahun 2023, Rahasia Beauty merilis koleksi eksklusif parfum hasil kolaborasi dengan Cinta Laura, yang diberi nama Goddess Water. Peluncuran parfum tersebut mendapat respon positif dari pasar, sehingga Rahasia Beauty memutuskan untuk memperluas variasi parfumnya dan terus memasarkan produknya agar dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat. Saat ini, Rahasia Beauty berhasil meluncurkan 9 varian parfum, dan mengikuti berbagai event untuk memasarkan produknya tersebut. Rahasia Beauty juga bekerja sama dengan para KOL ternama seperti Fuji dan Mas Ade.

### **2.1.1 Visi Misi**

#### **2.1.1.1 PT. Kreasi Karya Bangsa**

PT. Kreasi Karya Bangsa atau United Creative memiliki visi yaitu *“To Be The Leading Creative and Sports Agency in Asia”* yang artinya United Creative memiliki tujuan jangka panjang untuk menjadi agensi kreatif dan olahraga terdepan di Asia. Mereka ingin menjadi pemimpin industri dalam menciptakan dan mengelola proyek-proyek kreatif dan olahraga yang

inovatif, berpengaruh, dan relevan dengan perkembangan zaman. Serta memiliki misi yaitu *“To Integrate Sports and Entertainment Through Extraordinary Experiences That Have The Power To Unite, Inspire and Move Millions of People, We Strive to Provide Solutions for Our Clients Through Creative Strategies”* yang artinya United Creative berupaya untuk menggabungkan dunia olahraga dan hiburan melalui pengalaman yang luar biasa, yang mampu menyatukan, menginspirasi, dan menggerakkan jutaan orang. Mereka ingin menciptakan sesuatu yang lebih dari sekadar konten, yaitu pengalaman bermakna yang berdampak emosional bagi audiens. Di sisi lain, mereka juga berkomitmen untuk memberikan solusi kreatif yang strategis kepada klien, baik dalam bentuk kampanye, produksi media, ataupun aktivasi komunitas.

#### **2.1.1.2 PT. Rahasia Gadis Nusantara**

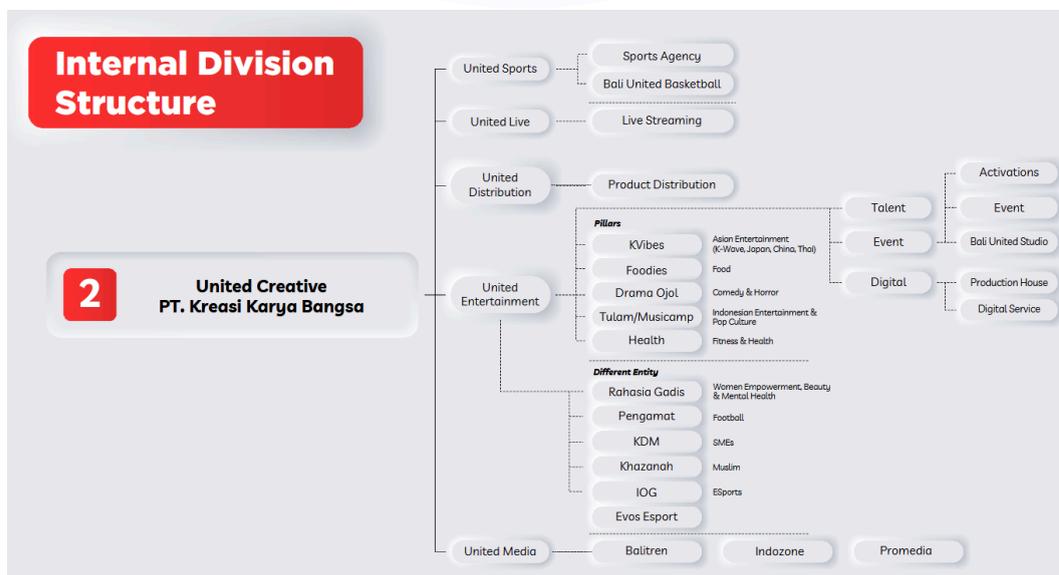
Visi dari PT. Rahasia Gadis Nusantara adalah *“For girls to know their worth, their rights, and their power to achieve freedom”* yang berarti *“Agar para perempuan muda mengetahui nilai diri mereka, hak-hak mereka, dan kekuatan mereka untuk meraih kebebasan.”* Rahasia Gadis memiliki tujuan untuk memperluas jangkauan mereka ke tingkat internasional dan menjangkau lebih banyak perempuan di seluruh dunia. Mereka ingin menjadi wadah inspirasi bagi sesama perempuan agar berani melangkah maju dan tumbuh menjadi pemimpin dalam bidang dan jalan hidup yang mereka pilih sendiri. Dengan misinya yaitu *“Educating the next generation of Indonesian women through: Rahasia Self-Worth, Rahasia Berkarya, Rahasia Beauty, Let’s Talk About, The Girl Fest”* yang berarti *“mendidik generasi perempuan Indonesia selanjutnya melalui berbagai program: Rahasia Self-Worth, Rahasia Berkarya, Rahasia Beauty, Let’s Talk About, dan The Girl Fest.”*

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



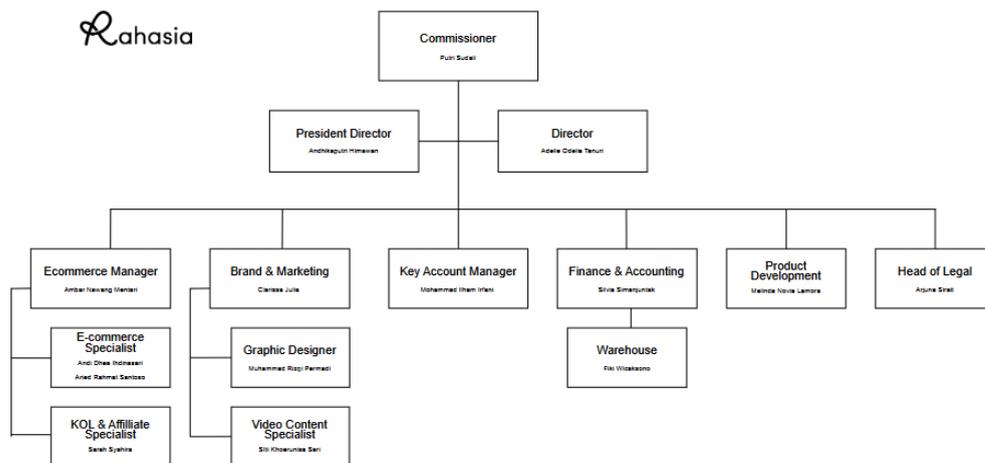
**Gambar 2.4 Anak Perusahaan PT. Bali Bintang Sejahtera Tbk.**

PT. Bali Bintang Sejahtera memiliki 9 anak perusahaan termasuk diantaranya PT. Kreasi Karya Bangsa yang merupakan 360 *Digital Marketing Agency* dan PT. Rahasia Gadis Nusantara yaitu anak perusahaan yang bergerak di bidang komunitas dan *beauty*.



**Gambar 2.5 Struktur PT. Kreasi Karya Bangsa**

PT. Rahasia Gadis Nusantara berada dibawah naungan PT. Kreasi Karya Bangsa, yang khususnya berada di bagian “*United Entertainment*” atau bidang hiburan.



**Gambar 2.6 Struktur Rahasia Beauty**

Struktur organisasi Rahasia Beauty dipimpin oleh *President Director*, Andhikaputri Himawan, yang bertanggung jawab atas keseluruhan operasional dan strategi perusahaan. Ia bekerja bersama dengan *Director*, Adelle Odelia Tanuri, yang mendampingi dalam mengelola divisi-divisi internal serta memastikan setiap unit berjalan selaras dengan visi perusahaan. Di tingkat pengawasan tertinggi, terdapat *Commissioner*, Putri Sudali, yang berperan dalam memberikan arahan strategis dan pengawasan terhadap kebijakan penting perusahaan. Di bawah jajaran pimpinan tersebut, terdapat sejumlah divisi utama yang mendukung fungsi bisnis Rahasia Beauty secara menyeluruh, mulai dari pengembangan produk hingga distribusi dan pemasaran.

Divisi *Brand & Marketing* bertanggung jawab membangun identitas dan kekuatan merek Rahasia Beauty di mata publik. Divisi ini menyusun strategi kampanye, menganalisis tren pasar, dan menjalankan berbagai aktivitas promosi lintas kanal digital dan offline untuk meningkatkan kesadaran merek. Brand & Marketing juga menjalankan promosi melalui berbagai saluran, termasuk media sosial dan event. Mendukung fungsi ini, terdapat *Graphic Designer* yang memproduksi konten visual untuk iklan, media sosial, kemasan produk, hingga materi branding lainnya. Sementara itu, *Video Content Specialist* bertugas merancang dan memproduksi

konten video seperti iklan, tutorial, dan dokumentasi kampanye agar pesan merek tersampaikan secara visual dan emosional.

Divisi *Finance & Accounting* memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas keuangan perusahaan. Divisi ini bertugas mencatat dan memantau semua transaksi keuangan, menyusun laporan keuangan berkala, serta mengelola anggaran dan analisis profitabilitas. *Finance & Accounting* juga mengatur sistem reimbursement, expense claim, serta advance realization yang sering digunakan untuk kegiatan operasional harian maupun kampanye promosi. Selain itu, divisi ini bertanggung jawab terhadap kepatuhan terhadap regulasi pajak dan peraturan keuangan lainnya, serta menjadi penghubung utama dengan auditor atau pihak eksternal yang terkait dengan keuangan perusahaan.

Divisi *Product Development* menjadi jantung dari proses inovasi di Rahasia Beauty. Divisi ini bertugas merancang, mengembangkan, dan menguji produk-produk baru sebelum diluncurkan ke pasar. Kegiatan utamanya meliputi riset bahan baku, kerja sama dengan perfumer atau vendor produksi, serta pengujian kualitas dari segi formula, packaging, dan kelayakan pasar. *Product Development* juga bertanggung jawab atas kelancaran timeline produksi dan memastikan bahwa setiap produk yang dihasilkan sesuai dengan standar kualitas dan nilai-nilai merek.

Divisi *E-Commerce* berfokus pada pelaksanaan dan optimalisasi penjualan melalui kanal digital. Dipimpin oleh *E-Commerce Manager*, divisi ini mengatur operasional toko online di berbagai platform marketplace seperti Shopee, TikTok Shop, Tokopedia, dan Blibli. Tim ini menangani update listing produk, pemrosesan pesanan, dan integrasi promosi dengan program kampanye digital. Selain itu, *E-Commerce Specialist* bertugas memantau performa penjualan dan kelancaran transaksi, sementara *KOL & Affiliate Specialist* mengelola kerja sama dengan influencer dan mitra afiliasi guna meningkatkan jangkauan serta konversi penjualan dari konten berbasis komunitas.

Peran *Key Account Manager* berdiri sebagai fungsi yang terpisah dan strategis, bertugas menjadi penghubung langsung antara perusahaan dan pihak mitra marketplace. Posisi ini bertanggung jawab untuk menjalin negosiasi program eksklusif, menyusun strategi bundling atau campaign khusus, serta mengelola komunikasi dengan partner seperti Shopee, TikTok Shop, Sociolla dan platform lain. *Key Account Manager* memastikan bahwa kerja sama berjalan optimal dan mendukung target penjualan serta eksposur brand secara maksimal, khususnya saat menghadapi momentum promosi besar seperti Hari libur nasional, Angka kembar atau kampanye kolaborasi.

Divisi *Warehouse & Logistics* menjalankan seluruh proses penyimpanan, pengepakan, dan distribusi produk. Divisi ini memastikan ketersediaan stok yang akurat, ketepatan pengiriman ke konsumen maupun mitra bisnis, serta efisiensi dalam penanganan barang untuk event dan hampers.

Divisi *Legal* memiliki peran penting dalam menjamin kelangsungan bisnis dari sisi hukum. Divisi ini mengelola segala bentuk kontrak kerja sama, pengurusan hak merek, lisensi produk, dan dokumen legal lainnya. Selain itu, Legal juga memberikan konsultasi terhadap setiap langkah strategis perusahaan agar selaras dengan ketentuan hukum yang berlaku, termasuk perlindungan kekayaan intelektual dan pendampingan dalam proses audit.