

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Coolvita Maju Sehat merupakan perusahaan modal asing (PMA) yang merupakan perusahaan mitra dari PT Mitra Mas Sentosa yang bergerak pada penjualan ritel yaitu menjual produk vitamin suplemen kesehatan pada bidang kesehatan dan kecantikan.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Coolvita Maju Sehat adalah suatu perusahaan modal asing (PMA) yang merupakan perusahaan mitra dari PT Mitra Mas Sentosa. PT Coolvita Maju Sehat memfokuskan pada penjualan ritel yaitu menjual produk vitamin suplemen kesehatan pada bidang kesehatan dan kecantikan. PT Coolvita Maju Sehat melakukan penjualan mereka secara aktif pada platform media sosial dan *e-commerce*, serta secara *offline*. Produk yang ditawarkan oleh PT Coolvita Maju Sehat diproduksi secara detail dengan memastikan bahwa setiap bahan-bahan yang digunakan merupakan bahan dengan kualitas yang tinggi. Selain itu, proses dalam memproduksi produk-produk PT Coolvita Maju Sehat diproduksi melalui proses yang sangat teliti dan cermat, hal ini untuk mejamin bahwa Cool-Vita melakukan proses produksi yang efektif dan tidak diragukan keamanannya (Cool-Vita, 2025).



Gambar 2. 1 Logo PT Coolvita Maju Sehat

Sumber: <https://coolvita.co.id/>

PT Coolvita Maju Sehat memiliki visi untuk menjadi merek terkemuka di Indonesia dan Asia Tenggara dalam bidang kesehatan besar. Adapun misi PT Coolvita Maju Sehat yaitu untuk dapat membuat kesehatan dan

kecantikan dapat diperoleh dengan terjangkau. PT Coolvita Maju Sehat memiliki dedikasi untuk mendukung pola hidup yang sehat bagi para konsumen agar dapat mempunyai reputasi yang baik serta sumber yang terpercaya untuk memproduksi produk kesehatan yang berkualitas (Cool-Vita, 2025).

PT Coolvita Maju Sehat saat ini telah mengeluarkan 8 produk yang telah dijual di seluruh Indonesia dan beberapa negara di Asia Tenggara lainnya. Seluruh produk yang dikeluarkan oleh PT Coolvita Maju Sehat telah tersertifikasi Halal, serta tersertifikasi GMP (*Good Manufacturing Practice*) dan memperoleh persetujuan dari BPOM (Badan Pengawasan Obat dan Makanan). Selain itu, produk PT Coolvita Maju Sehat juga telah mendapatkan perlindungan asuransi Sinarmas Insurtech, yang membuat produk-produk tersebut telah dijamin keamanan dan kualitasnya.

8 produk yang dikeluarkan oleh PT Coolvita Maju Sehat di antara lain adalah:

- a) *Collagen Gummy*, kembang gula lunak jeli dengan rasa jeruk bali dan lemon yang mengandung 120mg peptida kolagen ikan pada setiap *gummy*, rendah kalori dan bebas gula.
- b) *DHA Gummy*, kembang gula lunak jeli dengan rasa apel, mangga, dan jeruk yang mengandung 50mg DHA minyak alga untuk kesehatan otak anak-anak.
- c) *Collagen Effervescent Tablet*, yaitu sebuah tablet *effervescent* dengan rasa persik yang mengandung 500mg kolagen dan 100mg vitamin C.
- d) *Collagen Ready to Drink*, minuman berbentuk *pouch* berasa apel, persik, dan bluberi yang mengandung 3000mg peptida kolagen dan *niacinamide*.
- e) *Slimkeep*, minuman *detox* rasa buah dan sayuran berbentuk *pouch* yang mendandung 34 ekstrak buah dan sayur.
- f) *Milk Calcium*, tablet kunyah suplemen kalsium dengan rasa susu yang mengandung 59.992mg kalsium.

- g) *Orange Chewable Multi-Vitamin*, tablet kunyah berasa jeruk yang mengandung vitamin A, vitamin B1, vitamin B2, vitamin B6, vitamin B12, vitamin C, vitamin E, *Niacin*, *Pantothenic Acid*, dan *Folic Acid*.
- h) *MCT Coffee Capsule*, kopi bubuk dalam bentuk kapsul yang mengandung MCT (*Medium Chain Triglyceride*) dan L-Karnitin dengan 7 varian rasa yaitu *Mocha Latte*, *American Latte*, *Oatmeal Latte*, *Caramel Latte*, *Coconut Latte*, *Jasmine Latte* dan *Orange Latte*.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

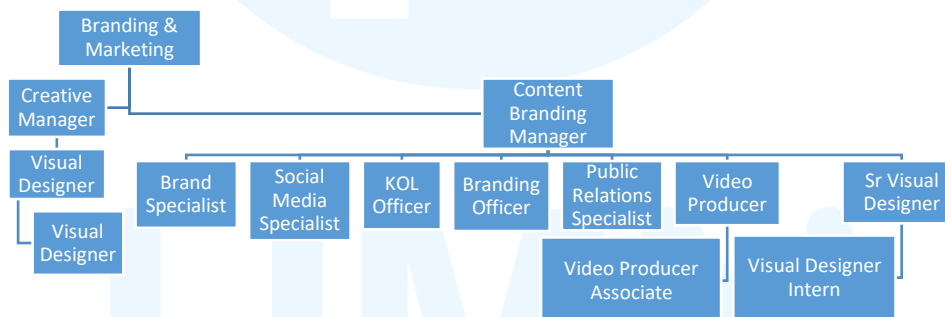
PT Coolvita Maju Sehat didirikan pada September 2022 dan menerapkan tujuan yang kuat untuk menawarkan solusi kesehatan yang berkualitas melalui produk multivitamin dan suplemen kesehatan yang dijual oleh Cool-Vita. Kantor Coolvita pada awalnya berlokasi di Foresta Business Loft 6. 7 Pagedangan BSD, Lengkong Kulon, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten, namun seiring berkembangnya perusahaan serta bertambahnya jumlah pekerja, pada bulan Februari 2023, Coolvita mempunyai kantor yang lebih besar yang berlokasi di North Point unit 69-70, Pagedangan BSD, Lengkong Kulon, Kec. Pagedangan, Kab. Tangerang, Banten (Cool-Vita, 2025).

Produk pertama yang dikeluarkan oleh PT Coolvita Maju Sehat adalah tablet *effervescent*, *Milk Calcium*, dan *Orange Chewable Multi-Vitamin*. Pada bulan Januari 2022, Coolvita melakukan distribusi produk-produk mereka pada berbagai toko *offline* di seluruh Indonesia dan lebih dari 8000 farmasi ternama, di antara lain adalah Guardian, Century, Boston Health & Beauty, AEON, Watson, Kimia Farma, FamilyMart, dan Metro. Pada bulan Agustus 2022, produk *Orange Chewable Multi-Vitamin* Cool-Vita menjadi viral, dan pada bulan November 2022 Coolvita mengeluarkan produk baru mereka yaitu *Collagen Effervescent* yang sampai saat ini menjadi salah satu produk yang paling populer dari Cool-Vita. Produk terbaru Cool-Vita adalah *Collagen & DHA Gummy*, yang baru saja dikeluarkan pada akhir tahun 2024.

Cool-Vita telah dengan aktif melakukan kolaborasi dengan berbagai acara dan perusahaan besar untuk mengembangkan *brand awareness* serta meningkatkan promosi dan penjualan terhadap produk-produk Cool-Vita. Beberapa kolaborasi yang dilakukan oleh Cool-Vita belakangan ini adalah pada acara Ramadan Ekstra Seru yang diselenggarakan oleh TikTokShop by Tokopedia (Cool-Vita, 2025).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Coolvita Maju Sehat merupakan perusahaan yang memiliki ratusan tenaga kerja, yang membuatnya juga mempunyai divisi bidang pekerjaan yang banyak. Penulis menjadi pekerja magang pada divisi *Branding*, yang merupakan bagian dari divisi *Branding & Marketing* yang diawasi oleh *Country Manager* Coolvita.



Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi Divisi *Branding & Marketing*

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Divisi *Branding* dipimpin oleh *Content Branding Manager*, yang memiliki peran untuk mengembangkan dan mengelola strategi branding perusahaan, serta menyusun positioning dan diferensiasi *brand* yang jelas dan konsisten. *Content Branding Manager* juga berperan untuk memahami kebutuhan konsumen serta melakukan penelitian pasar agar pesan yang ingin dikomunikasikan oleh *brand* dapat tersampaikan dengan baik, serta berkoordinasi dan mengawasi tim pemasaran, kreatif, dan media untuk setiap kampanye *branding*.

Brand Specialist memiliki peran untuk menyusun materi komunikasi untuk kebutuhan kampanye pemasaran, serta mengelola pemasaran yang dilakukan melalui *e-mail*, kampanye iklan, dan media promosi lainnya. *Brand Specialist* juga bertugas untuk memantau dan melaporkan efektivitas kampanye komunikasi, serta berkolaborasi dengan tim penjualan untuk meningkatkan awareness Brand. *PR Specialist* memiliki peran untuk membuat dan menulis siaran pers dan artikel untuk kebutuhan kampanye pada *branding*. *PR Specialist* juga memiliki tugas untuk mengurus segala komunikasi internal dan eksternal yang berkaitan dengan *brand*.

KOL Specialist memiliki peran untuk mencari *influencer* mikro dan makro yang cocok untuk setiap kampanye yang akan dijalankan. Selain itu, *KOL Specialist* juga melakukan segala komunikasi dan negosiasi dengan KOL untuk memastikan KOL dapat melakukan kolaborasi yang sesuai dengan ekspektasi serta memahami kebutuhan mereka. *KOL Specialist* juga akan mengatur dan mengoptimalkan distribusi konten KOL di berbagai platform sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan lainnya. Di sisi lain, *Branding Officer* memiliki tugas untuk membantu tugas *Brand Specialist*, *KOL Specialist*, dan *Social Media Specialist*.

Social Media Specialist memiliki peran untuk mengelola akun media sosial Coolvita, serta memahami strategi serta memantau tren yang ada agar akun media sosial Coolvita dapat berkembang dan meningkatkan *awareness*. *Social Media Specialist* juga memegang akun media sosial Coolvita dan berinteraksi dengan audiens untuk meningkatkan *engagement*. Selain itu, *Social Media Specialist* juga membuat *brief* desain konten yang akan diunggah pada akun media sosial Coolvita.

Video Producer berperan untuk memproduksi kebutuhan konten video dan *motion* yang akan dibutuhkan oleh *brand*. *Video Producer* akan bertanggung jawab atas produksi dan *shooting* video dan memberikan segala arahan pada *talent* selama proses produksi dan memastikan bahwa video yang diproduksi memiliki kualitas yang baik dari segi visual dan audio. *Video Producer Associate* memiliki peran yang sama, namun memiliki posisi sebagai bawahan dari *Video Producer*.

Senior Visual Designer memiliki peran untuk merancang segala konten dan materi promosi yang dibutuhkan oleh *brand* seperti poster, iklan, brosur, konten media sosial, dan desain OOH (*Out of Home*). *Senior Visual Designer* juga bertugas untuk memastikan bahwa desain yang dihasilkan sesuai dengan pedoman *brand* yang telah ditetapkan, dan mengelola proyek desain dari konsep hingga eksekusi. Penulis sebagai *Visual Designer Intern* memiliki tugas untuk membantu *Senior Visual Designer* dalam membuat desain yang dibutuhkan, serta memegang desain konten media sosial sesuai dengan *brief* yang diberikan oleh *Social Media Specialist*.

2.3 Portofolio Perusahaan

PT Coolvita Maju Sehat telah bekerjasama dengan berbagai perusahaan dengan berpartisipasi dalam berbagai acara, serta melakukan kolaborasi untuk mengeluarkan promosi diskon terhadap produk-produk Cool-Vita dan produk perusahaan kolaborasi. Cool-Vita juga secara aktif melakukan kolaborasi dengan berbagai *public figure* dan *influencer* dengan membuat TVC dan melakukan *Live* pada platform media sosial TikTok.

Cool-Vita menggunakan berbagai platform komunikasi untuk melakukan pemasaran dan meningkatkan *awareness* terhadap Cool-Vita sebagai *Brand*. Platform digital yang digunakan oleh Cool-Vita adalah media iklan menggunakan OOH (*Out of Home*) dan media sosial yaitu *Instagram*, TikTok, *website*, dan LinkedIn. Melalui platform-platform ini, Cool-Vita memanfaatkannya untuk membagikan informasi dan promosi mengenai produk-produk Cool-Vita untuk menjangkau audiens yang luas di seluruh Indonesia.

2.3.1 Cool-Vita at Color Run Festival 2024

Cool-Vita pernah berpartisipasi di acara Color Run, yaitu sebuah acara lari yang sangat terkenal dan banyak diminati oleh anak muda. Pilihan Cool-Vita untuk mengikuti acara ini sangat cocok karena Cool-Vita yang menjual produk kesehatan selaras dengan acara Color Run, yang juga merupakan acara yang mendukung kesehatan dan kebersamaan. Cool-Vita

telah berpartisipasi pada acara Color Run di beberapa kota seperti Jakarta dan Bandung, dan beberapa kota lainnya.



Gambar 2. 3 Cool-Vita at Color Run Festival 2024

Sumber: @coolvita.id (Instagram)

Color Run Festival merupakan acara lari 5k (5 kilometer) yang biasa diadakan pada beberapa kota di mana para peserta akan berlari sejauh 5 kilometer dan merayakan kegembiraan setelah selesai berlari dengan melemparkan bubuk berwarna. Pada tanggal 21 Juli 2024, Coolvita hadir pada Jakarta Color Run Festival di Ancol Ecopark dan membuka *booth* untuk berjualan serta mengadakan aktivitas-aktivitas seru untuk mendukung kemeriahan Color Run Festival. Pada acara ini, Coolvita menghadirkan *magic glass* untuk pembelian MCT *Coffee Capsule*, serta mengadakan sampel gratis untuk *collagen effervescent* yang menjadi salah satu produk paling terkenal dari Coolvita. Coolvita juga mengadakan pemberian *tote bag* dan suvenir, serta permainan seru yang berhadiah. Untuk meramaikan suasana dan menarik pelanggan, Coolvita menyediakan 360 *photospot* di mana para pendatang dapat berfoto dengan 360 derajat agar mereka dapat mengingat momen yang menyenangkan selama hadir di acara Color Run Festival.

2.3.2 Cool-Vita TVC dan OOH bersama Mami Louise

Beberapa tahun ini, Cool-Vita telah melakukan kolaborasi bersama berbagai macam *influencer* dari mikro hingga makro. Pada tahun 2024, Cool-Vita pernah melakukan *livestreaming* bersama Mami Louise, seorang *influencer* di berbagai platform media sosial seperti TikTok dan *Instagram* dengan 1.1 juta pengikut, dan pada Februari 2025, Cool-Vita kembali berkolaborasi dengan Mami Louise.



Gambar 2. 4 Footage OOH Mami Louise

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Kolaborasi yang sudah pasti dilakukan bersama Mami Louise adalah *livestreaming* penjualan produk Cool-Vita. Namun bukan hanya *livestreaming*, Cool-Vita juga memproduksi TVC pada OOH yang akan ditampilkan pada 12 lokasi sekitar kota Jakarta. Dengan adanya OOH ini, Cool-Vita dapat mempromosikan Cool-Vita *Gummy Series* dengan menampilkan wajah Mami Louise untuk menunjukkan bahwa produk Cool-Vita adalah Mami Louise *Approved*.

2.3.3 Cool-Vita Brand Choice Award 2024

Pada tahun 2024, Cool-Vita meraih Brand Choice Award 2024 dengan kategori Multivitamin #1 di Indonesia. Cool-Vita telah berkembang pesat sejak awal berdiri dan selalu konsisten dalam memberikan yang terbaik, serta memperoleh label BPOM, Halal, dan dilindungi oleh Sinarmas Insurtech, maka produk-produk Cool-Vita dapat dijamin kualitas dan keamanannya, sehingga dipercayai untuk memenangkan Multivitamin #1 di Indonesia.



Gambar 2. 5 Cool-Vita di Brand Choice Award 2024

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Melalui penghargaan ini, Cool-Vita tidak hanya memfokuskan dalam memasarkan produk lebih luas lagi ke seluruh Indonesia, namun Cool-Vita juga ingin menjamin bahwa setiap produk Cool-Vita memiliki manfaat yang memiliki kualitas terbaik namun masih terjangkau bagi seluruh masyarakat Indonesia. Cool-Vita juga memastikan bahwa setiap informasi dalam pemberian *product knowledge* mengenai produk-produk Cool-Vita adalah informasi yang akurat agar dapat dijamin kepercayaan dan kredibilitasnya.

2.3.4 Cool-Vita tersedia di *Offline* dan *Online Store*

Selama beberapa tahun terakhir, Cool-Vita selalu berusaha untuk mengembangkan distribusi produk Cool-Vita pada kedua toko fisik dan toko *online* dengan tujuan agar produk Cool-Vita dapat dengan mudah dijangkau oleh seluruh masyarakat Indonesia. Selain memiliki toko *online* milik Cool-Vita di berbagai platform *e-commerce* dan membuka *booth* pada acara-acara *offline* tertentu, Cool-Vita juga terus mengembangkan kerjasama dengan toko-toko *offline* dan *online* terbesar di Indonesia.



Gambar 2. 6 Cool-Vita tersedia di berbagai toko *offline*

Sumber: @coolvita.id (Instagram)

Saat ini, Cool-Vita sudah tersedia di sekitar 20 toko-toko *offline* terbesar di Indonesia seperti Watson, Guardian, AEON, Kimia Farma, dan Century. Tidak sampai situ, Cool-Vita juga sudah bekerjasama untuk mendistribusikan produk-produk Cool-Vita di toko-toko *online* terbesar di Indonesia seperti Astro, Alfagift, dan Grabmart. Cool-Vita ingin produk-produk mereka dikenal dengan baik dan dapat digapai oleh masyarakat Indonesia sejauh apapun, maka dari itu Cool-Vita akan selalu mengembangkan distribusi produk-produk mereka untuk memastikan hal ini.

2.3.5 Cool-Vita CSR Event Legok, Tangerang

Cool-Vita telah berpartisipasi dalam berbagai *CSR Event* dan semakin aktif untuk berpartisipasi dalam berbagai *CSR Event* lainnya yang diadakan di berbagai kota. *CSR Event* ini diadakan pada tanggal 27 April 2025 di Stadion H. Istopo, Legok, Tangerang. Pada acara ini Cool-Vita membuka booth serta menjadi sponsor untuk membagikan *doorprize* kepada warga yang hadir.



Gambar 2. 7 CSR Event Legok Tangerang
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Pada acara CSR ini, Cool-Vita juga mengadakan berbagai aktivitas menarik seperti mempersiapkan *candy machine* yang bisa dimainkan gratis untuk mendapatkan sampel produk *gummy* secara gratis. Hal ini dapat meningkatkan *brand awareness* Cool-Vita agar lebih dikenal oleh masyarakat dan sekaligus mengenalkan khasiat dari produk-produk Cool-Vita yang mempromosikan kesehatan dan kecantikan. Dengan adanya CSR Event ini, Cool-Vita dapat terus berpartisipasi dan mendukung kemajuan masyarakat Indonesia agar lebih semangat untuk menjadi sehat.