

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Jacquelle Beaute merupakan merek kosmetik lokal yang dikenal sebagai *first local multitasking cosmetics with skincare* di Indonesia. Didirikan pada tahun 2015, Jacquelle Beaute berkomitmen untuk mengembangkan produk-produk kecantikan yang tidak hanya berkualitas tinggi tetapi juga multifungsi. Produk-produk yang ditawarkan dirancang untuk memenuhi kebutuhan konsumen modern yang menginginkan solusi praktis dalam rutinitas kecantikan mereka. Jacquelle Beaute hadir dengan misinya yaitu *inspire, innovate, & serve the Indonesian beauty industry*, oleh sebab itu Jacquelle terus berinovasi dalam menciptakan produk yang tidak hanya menunjang penampilan tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang bagi kesehatan kulit penggunanya.



Gambar 2.1 Logo Jacquelle Beaute

Sumber: Dokumen Internal Perusahaan (*Creative Team Design, 2024*)

Hal ini menunjukkan bahwa Jacquelle tidak hanya menawarkan produk kecantikan biasa, tetapi juga memberikan manfaat tambahan berupa kandungan *skincare* dalam produk - produknya. Menurut Liliana Lie, selaku *Founder* dan CMO dari Jacquelle Beaute, dalam acara *Community Gathering Jacquelle bersama TikTok Shop* tahun 2025, ia menjelaskan bahwa konsep *multitasking* ini juga memiliki tujuan untuk menghemat waktu dan usaha dalam rutinitas kecantikan penggunanya, selain untuk memastikan

bahwa kualitas produk yang membuat kulit penggunanya tetap terjaga kesehatannya, selain itu juga untuk menghemat penggunaan plastik dalam kemasannya. Produk-produk yang dijual oleh Jacquelle Beaute sengaja dipasarkan dengan harga yang tidak terlalu murah dan tidak juga terlalu mahal, karena ingin tetap memastikan bahwa standar dari kualitas produknya tetap terjaga, meskipun diluar sana sudah banyak produk kosmetik yang dijual dengan harga yang sangat murah.



Gambar 2.2 Rangkaian *Product Multitasking* Jacquelle Beaute

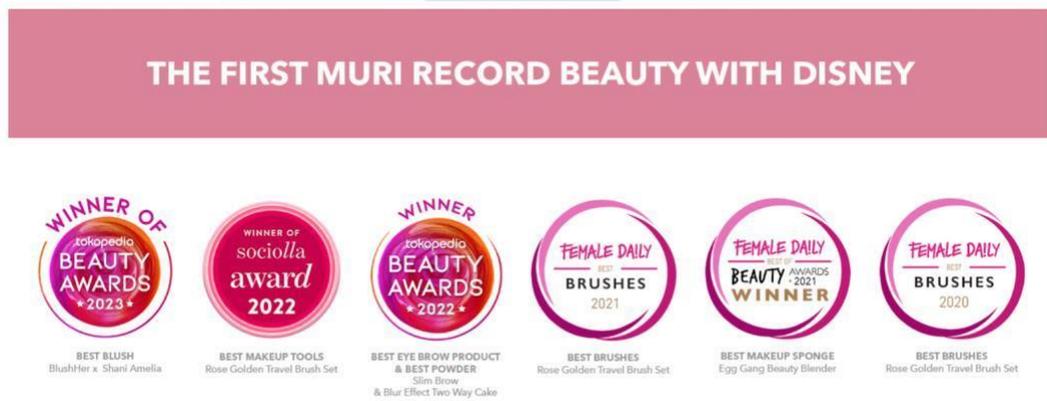
Sumber: Website Jacquelle beaute

Beberapa produk *multitasking* unggulan yang mencerminkan konsep tersebut diantaranya adalah *Eyessentials 2 in 1 Eyebrow and Eyeliner*, yang menggabungkan fungsi pensil alis dan *eyeliner* dalam satu kemasan. Produk ini memungkinkan pengguna untuk merias mata dengan lebih praktis tanpa perlu membawa banyak alat kecantikan. Selain itu, *Tinted Lipcloud* juga menjadi salah satu inovasi terbaik Jacquelle, yang menggabungkan *lip cream* dan *lip care* dalam satu produk sehingga memberikan tampilan bibir yang cantik sekaligus menutrisi dan melembapkan bibir. Produk lainnya yang juga menunjukkan konsep *multitasking* adalah *Two Way Cake* yang dilengkapi dengan cermin dan kuas, memudahkan aplikasi *makeup* kapan saja dan di mana saja. Tak ketinggalan, *foundation* Jacquelle hadir dengan *Beaute Sponge*, yang sudah termasuk di dalam kemasan sehingga pengguna dapat langsung mengaplikasikan *foundation* dengan lebih rata dan mudah.

Sejak awal berdiri, Jacqueline Beaute telah memiliki tujuan untuk menjadi pemimpin dalam industri kecantikan lokal dengan menghadirkan produk-produk yang tidak hanya berkualitas tetapi juga inovatif. Hal ini terbukti dengan berbagai inovasi yang terus mereka hadirkan, termasuk dalam desain kemasan yang praktis dan elegan. Selain inovasi dalam produk, Jacqueline juga terus berupaya membangun *brand image* yang kuat di mata konsumen. Salah satu langkah besar yang dilakukan oleh Jacqueline untuk semakin memperkuat posisinya di industri kosmetik adalah melalui kolaborasi dengan Disney Indonesia. Pada tahun 2021, Jacqueline mencatat sejarah sebagai merek kecantikan lokal pertama yang memperoleh lisensi resmi untuk berkolaborasi dengan Disney Indonesia. Kolaborasi ini melahirkan berbagai produk eksklusif yang menampilkan karakter ikonik Disney, seperti *Minnie Mouse* dan *Princess Ariel* dari "*The Little Mermaid*." Dengan hadirnya produk-produk hasil kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik Jacqueline di pasar lokal tetapi juga membuka peluang bagi merek ini untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Keberhasilan Jacqueline Beaute dalam menjalin kemitraan strategis dengan Disney tidak hanya meningkatkan kredibilitas merek tetapi juga membuktikan bahwa produk kosmetik lokal mampu bersaing dengan *brand* internasional. Selain Disney, Jacqueline juga menjadi brand kosmetik pertama di Indonesia yang berkolaborasi dengan anime populer "*Spy x Family*." Kolaborasi ini semakin memperluas target pasar Jacqueline, terutama di kalangan penggemar budaya pop Jepang dan pecinta anime. Keunikan dari strategi pemasaran Jacqueline tidak hanya terletak pada kolaborasi dengan *brand* besar, tetapi juga pada pendekatan mereka yang selalu mengutamakan tren dan preferensi konsumen. Jacqueline memahami bahwa untuk tetap relevan di industri kecantikan yang kompetitif, mereka harus selalu berinovasi dan mengikuti perkembangan tren kecantikan global.

Jacqueline Beaute juga dikenal memiliki strategi pemasaran yang kuat dengan memanfaatkan pemasaran digital dan keterlibatan media sosial. Jacqueline secara aktif berinteraksi dengan konsumennya melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Mereka secara rutin menyajikan konten yang edukatif, inspiratif, dan interaktif untuk menarik perhatian audiens

dan membangun loyalitas konsumen. Salah satu strategi yang sangat efektif adalah melalui penggunaan *Key Opinion Leader (KOL)* dan *beauty influencer* yang memiliki basis pengikut yang besar. Dengan menggandeng para *beauty influencer* ternama, Jacqueline berhasil memperkenalkan produknya kepada khalayak yang lebih luas dan meningkatkan *brand awareness* secara signifikan.



Gambar 2.3 Daftar Penghargaan Jacqueline Beaute

Sumber: Website Jacqueline Beaute

Seiring dengan popularitasnya yang semakin meningkat, Jacqueline Beaute juga telah meraih berbagai penghargaan yang membuktikan kualitas dan daya saing produknya di pasar kosmetik. Beberapa penghargaan bergengsi yang pernah diraih Jacqueline antara lain *Best Eyeliner 2024*, *Best Blush on 2023*, *Best Eyebrow & Bedak 2022*, dan *Best Beauty Brush & Sponge 2021*. Penghargaan-penghargaan ini menunjukkan bahwa produk Jacqueline telah diakui dengan baik oleh industri kecantikan dan konsumennya. Selain itu, Jacqueline juga mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Dunia Indonesia (MURI) sebagai *brand* kecantikan pertama di Indonesia yang berkolaborasi dengan Disney. Pencapaian ini menegaskan bahwa Jacqueline bukan hanya sekedar merek kosmetik lokal, namun telah menjadi pemimpin dalam inovasi dan kreativitas di industri kecantikan Indonesia. Pencapaian ini menegaskan bahwa Jacqueline bukan hanya sekedar merek kosmetik lokal, tetapi telah menjadi pemimpin dalam inovasi dan kreativitas di industri kecantikan Indonesia.

Keunggulan lain dari Jacquelle Beaute adalah komitmennya terhadap produk yang *cruelty-free* dan halal. Jacquelle memastikan bahwa setiap produknya telah melalui uji klinis dan mendapatkan sertifikasi halal, sehingga dapat digunakan oleh semua kalangan tanpa rasa khawatir. Dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan produk kecantikan yang ramah lingkungan dan tidak diujicobakan kepada hewan, Jacquelle berusaha untuk selalu memenuhi standar etika dalam produksi kosmetiknya. Hal ini menjadi nilai tambah yang semakin memperkuat posisi Jacquelle di industri kecantikan, terutama bagi konsumen yang semakin selektif dalam memilih produk yang mereka gunakan. Dalam perjalanannya, Jacquelle Beaute juga terus memperluas jangkauan pasar dengan menghadirkan produknya di berbagai kanal distribusi, baik *online* maupun *offline*. Produk Jacquelle dapat dengan mudah ditemukan di *e-commerce* besar seperti Shopee, Tokopedia, Tiktok shop, Socco, serta di banyak *beauty store* di Indonesia. Dengan strategi distribusi yang luas, Jacquelle mampu menjangkau lebih banyak konsumen dan memastikan bahwa setiap produk mereka dapat dengan mudah diakses oleh pelanggan di berbagai daerah.

2.1.1 Visi dan Misi

Jacquelle Beaute memiliki visi untuk bisa menjadi *leader multitasking beauty brand* di Indonesia, dengan misi-misinya seperti:

- Membangun masa depan yang lebih baik untuk generasi berikutnya dengan menciptakan produk berkelanjutan yang cocok untuk remaja hingga generasi tua
- Terus berinovasi dalam produk guna menghadirkan pengalaman menakjubkan yang setara dengan standar internasional
- Menyediakan lebih banyak produk *multitasking* untuk mendukung gaya hidup efisien
- Memberikan kebahagiaan dan kegembiraan kepada *customers* dengan menyediakan produk dan layanan yang luar biasa untuk menciptakan pengalaman ajaib dari awal hingga akhir.

2.1.2 Nilai – Nilai Perusahaan

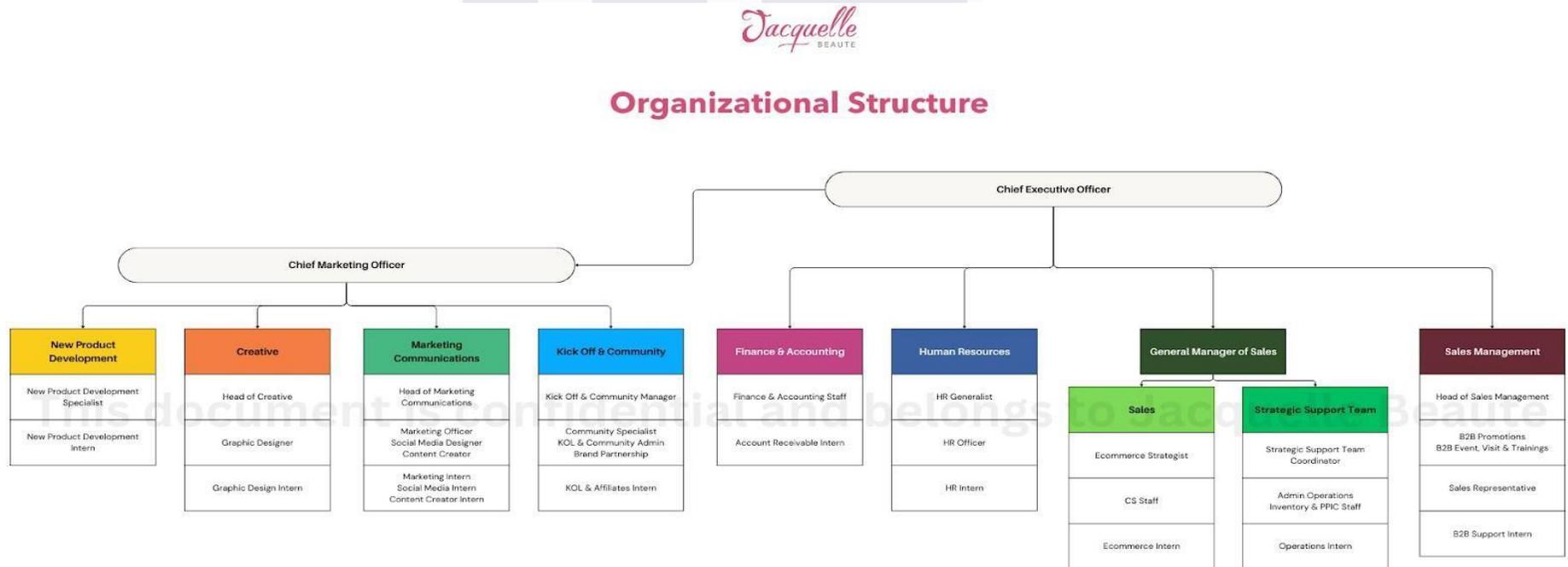
Jacquelle Beaute juga memiliki *company value*, diantaranya adalah:

- **Integrity** : Jujur dalam melakukan hal yang benar dan dalam penilaian kinerja dengan menunjang tinggi nilai, kebijakan, standar, dan hukum, dengan memastikan manfaat penuh dan lingkungan yang terpelihara untuk generasi mendatang
- **Excellence** : Bertanggung jawab untuk mencapai target dan KPI dengan standar yang jelas dan selaras, aktivitas yang memberikan nilai tambah, eksekusi yang sempurna, penyederhanaan, dan perbaikan berkelanjutan yang didukung oleh sistem yang kuat.
- **Grit** : Kombinasi antara tekad, ketekunan, dan ketahanan dalam menghadapi tantangan dan rintangan
- **Innovation** : Temukan cara-cara baru dan lebih baik untuk bekerja, menghadapi masalah dan tantangan, serta memberikan hasil yang sukses dengan beradaptasi dengan *local market situation and regulation*, dengan belajar dari ide-ide yang terbukti dan juga dengan mencari model operasi terbaik dalam bisnis.
- **Courage** : kemauan untuk menghadapi rasa takut, kesulitan, dan tantangan dengan kekuatan dan tekad.



1.1 Struktur Organisasi Perusahaan

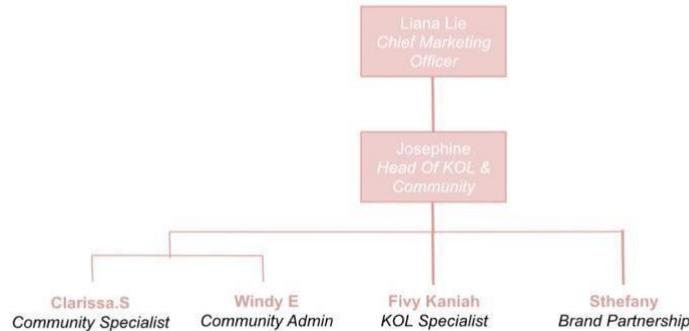
Jacquelle Beaute, sebagai perusahaan yang sudah beroperasi dari tahun 2015, Jacquelle memiliki struktur keorganisasian yang menopang kesuksesan dan juga mengorganisir seluruh tugas dan kegiatan setiap divisi di perusahaan. Berikut merupakan struktur organisasi yang ada di Jacquelle Beaute, seperti di bawah ini:



Gambar 2.4 Contoh Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

DEPARTMENT STRUCTURE



Gambar 2.5 Contoh Bagan Struktur Departemen Perusahaan

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Departemen *KOL & Community* di Jacquelle Beaute berada di bawah naungan *Chief Marketing Officer (CMO)*, Liliana Lie. Departemen ini memiliki peran strategis dalam mengelola hubungan dengan *Key Opinion Leaders (KOL)*, *influencer*, dan komunitas yang terlibat dengan *brand*. Selain itu, departemen ini juga bertanggung jawab dalam mengembangkan program afiliasi, *partnership*, dan *campaign* yang berbasis komunitas untuk meningkatkan *brand awareness* dan *engagement*. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing posisi di departemen ini:

A. *Head of KOL & Community*

Josephine Claudia sebagai *Head of KOL & Community* dari Jacquelle Beaute memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab yaitu untuk menjadi *leader*, mengawasi, sekaligus mengelola keseluruhan strategi KOL dan komunitas Jacquelle Beaute. Memastikan bahwa semua kegiatan terkait kolaborasi dengan KOL dan komunitas berjalan efektif, melakukan banyak komunikasi dan koordinasi dengan *departement* dan divisi lain termasuk kepada CMO. Selain itu juga memastikan target tahunan *department* tercapai sesuai dengan target yang sudah ditentukan sebagai bentuk evaluasi kinerja dan pencapaian KPI (*Key Performance Indicator*).

B. *Community Specialist*

Clarissa Sutandar sebagai *Community Specialist* dari Jacquelle Beaute memiliki beberapa tanggung jawab seperti, melakukan koordinasi dengan seluruh affiliates agency yang bekerjasama dengan Jacquelle Beaute, mengawasi dan mensupervisi *Community and Affiliates team (community admin and affiliates intern)*, menjadi koordinator yang melakukan seluruh koordinasi untuk kelancaran setiap *community event* yang diselenggarakan oleh Jacquelle Beaute bersama dengan Jacquelle Squad. Selain itu juga melakukan *partnership* dengan berbagai *affiliates agency* untuk memperluas jaringan dan *audience*. Mengawasi performa para afiliasi yang terlibat (Jacquelle Squad). Memimpin *Community Campaign*, yang bertujuan untuk meningkatkan interaksi dan keterlibatan audiens terhadap Jacquelle Beaute. Mengembangkan strategi dan inisiatif yang dapat memperkuat hubungan antara Jacquelle Beaute dengan *Beauty Community* di Indonesia.

C. *Community Admin*

Windy sebagai *Community Admin* dari Jacquelle Beaute memiliki tugas dan tanggung jawab dalam aspek administratif dan komunikasi dalam lingkup komunitas, seperti menjalin komunikasi yang aktif dengan komunitas melalui berbagai platform yang digunakan seperti Whatsapp, Telegram, dan Instagram. Menghadiri dan melakukan kunjungan pada *community event* untuk memastikan kelengkapan dari seluruh kebutuhan administrasi. Melakukan *interview* terhadap kru *event* untuk mendapatkan wawasan terkait pengalaman mereka terhadap suatu *brand*. Mengelola platform seperti *Tiktok shop seller centre* guna memastikan penjualan yang berbasis komunitas di *marketplace* digital. Mengatur dan mengelola *community campaign* untuk mendukung *marketing strategy* Jacquelle Beaute. Serta, mengelola dan mengawasi program afiliasi yang berkaitan dengan komunitas.

D. *Partnership Specialist*

Sthefany sebagai *Brand Partnership* dari Jacquelle Beaute memiliki tugas dan tanggung jawab dalam aspek *partnership* dan *sponsorship*. Meninjau serta menyusun komunikasi yang efektif untuk keperluan *sponsorship* dan kemitraan. Mengelola prosedur operasional yang berkaitan dengan aktivasi sponsor serta kolaborasi *brand*. Menyusun daftar peluang *sponsorship* serta kemitraan potensial untuk *campaign* besar seperti *Double Date* dan *Payday Activations*. Membantu penyusunan serta pembuatan *Memorandum of Understanding (MoU)* yang berkaitan dengan kerja sama antara Jacquelle Beaute dan mitra bisnis. Mengelola berbagai kegiatan *online* serta proyek kolaborasi yang berkaitan dengan *branding* Jacquelle Beaute. Mendukung tim *KOL & Community* dalam berbagai acara serta inisiatif kemitraan. Menganalisis serta mendekati potensi mitra bisnis yang dapat diajak berkolaborasi untuk meningkatkan eksposur dan daya saing *brand* di pasar kecantikan.

E. *KOL Specialist*

Dalam struktur *KOL Specialist*, sebelumnya posisi ini dipegang oleh Shindy, namun setelah ia mengundurkan diri, tugasnya diambil alih oleh penulis sebagai intern di departemen ini. Peran *KOL Specialist* sangat penting dalam menjalin hubungan dengan para KOL, mengelola strategi kerja sama dengan KOL mulai dari *Nano, Micro, Macro*, hingga Mega KOL, melakukan banyak *brainstorming* dengan tim dan juga KOL dalam membuat *brief content*, serta memastikan setiap kampanye yang melibatkan KOL berjalan dengan optimal. Selain itu, *KOL Specialist* juga bertugas untuk mencari serta merekomendasikan KOL potensial yang sesuai dengan kampanye Jacquelle Beaute guna meningkatkan *exposure* dan *engagement brand* di berbagai platform media sosial. *KOL Specialist* memiliki tanggung jawab dalam keseluruhan kerjasama yang melibatkan KOL mulai dari proses *listing* KOL potensial, *reach out* KOL potensial, negosiasi dan *approval, create MOU*, pembuatan *content ideas* dan *brief*, hingga sampai seluruh video KOL berhasil di *posting* di sosial media mereka.