

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Tentang PT. Prioritas Jaya Indonesia



Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT Prioritas Jaya Indonesia

Sumber : [Prioritasjaya.co.id](http://Prioritasjaya.co.id) (2024)

PT Prioritas Jaya Indonesia hadir sebagai wujud modernisasi yang berakar dari PD Tri Putri Ayu, perusahaan yang telah berdiri sejak tahun 2007. Sejak awal pendiriannya, PD Tri Putri Ayu berhasil membangun jaringan distribusi yang solid dan menarik minat konsumen, hingga permintaan produk terus meningkat. Pada 2010, perusahaan ini berevolusi menjadi PT Prioritas Jaya Indonesia sebagai wujud komitmen untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas serta layanan. Sejak itu, PT Prioritas Jaya Indonesia semakin memperluas jangkauan nasionalnya dari kios-kios kosmetik tradisional hingga supermarket besar dengan misi menghadirkan produk kecantikan berkualitas tinggi namun terjangkau, sehingga mempertahankan posisinya sebagai salah satu pemain utama di industri kosmetika lokal Indonesia.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan distribusi kosmetik, PT Prioritas Jaya Indonesia tidak hanya menawarkan produk dengan merek sendiri, tetapi juga memberikan layanan maklon bagi *brand* lain yaitu *Original Equipment Manufacturer (OEM)* atau *private label*. *Original Equipment*

*Manufacturer* (OEM) atau *Private label* adalah perusahaan yang memproduksi produk atau komponen yang dibeli oleh perusahaan lain dan dijual dengan merek perusahaan pembeli (Chen, 2010). Perusahaan ini menjalankan dua jenis model bisnis sekaligus, yaitu *Business to Business* (B2B) dan *Business to Consumer* (B2C), yang memungkinkan mereka menjangkau pasar secara lebih luas dan fleksibel. Perusahaan ini tidak hanya berfokus pada proses produksi dan distribusi kosmetik, tetapi juga membawa misi untuk mengangkat kekayaan alam Indonesia ke kancah Internasional. Mengusung slogan "Mencintai produk Indonesia dengan produk kecantikan natural yang terbuat dari bahan alam Indonesia sebagai upaya untuk menciptakan keunggulan kosmetika Indonesia di dalam dan di luar negeri", Prioritas Jaya Indonesia memanfaatkan bahan baku lokal Indonesia sebagai pondasi utama dalam pengembangan produknya.

PT Prioritas Jaya Indonesia berhasil menempatkan diri sebagai salah satu pemain penting dalam industri kosmetik nasional. Seluruh proses produksi dijalankan secara profesional dan memenuhi standar kualitas yang tinggi, yang dibuktikan dengan adanya sertifikasi CPKB. PT Prioritas Jaya Indonesia juga menunjukkan komitmennya dalam menghasilkan produk kecantikan yang tak hanya berkualitas tinggi, tetapi juga selaras dengan nilai keagamaan dan budaya masyarakat Indonesia, dibuktikan dengan sertifikasi Halal dari MUI yang telah diperoleh untuk seluruh produknya. Melalui komitmen tersebut, perusahaan tak hanya mampu memperluas jangkauan pasar hingga ke level internasional, tetapi juga berhasil memperkuat eksistensinya dalam persaingan industri kosmetik nasional.

PT Prioritas Jaya Indonesia terus memperluas jangkauan pemasarannya secara nasional melalui berbagai saluran distribusi yang profesional dan terintegrasi. Produk-produk unggulan dari perusahaan ini, seperti THAI Cosmetic, FUKU, HONOR, VLAGIO, INESIA, dan FLUFF, kini dapat ditemukan dengan mudah di berbagai wilayah Indonesia, baik di pasar modern, toko kecantikan, hingga minimarket. Menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, PT Prioritas Jaya Indonesia juga aktif memasarkan produknya melalui berbagai *platform e-commerce* populer. Kehadiran ini bertujuan untuk memberikan akses yang lebih luas dan mudah bagi konsumen di seluruh nusantara, sekaligus memperkuat eksistensi merek-merek

lokal di tengah persaingan industri kecantikan yang semakin kompetitif.



**Gambar 2.2** Gambar Logo Brand milik PT Prioritas Jaya Indonesia

sumber : [Prioritasjaya.co.id](http://Prioritasjaya.co.id) (2024)

PT Prioritas Jaya Indonesia yang tidak hanya berperan sebagai produsen dan distributor kosmetik, tetapi juga menyediakan layanan OEM (*Original Equipment Manufacturer*) atau *Private Label*, yang memungkinkan berbagai merek untuk memproduksi produk di bawah nama mereka sendiri tanpa harus memiliki pabrik. Salah satu contoh produk yang telah diproduksi melalui layanan ini adalah Kojiesan. Layanan ini mencerminkan penerapan strategi pemasaran seperti *co-branding* dan *brand extension*, di mana PT Prioritas Jaya Indonesia berfungsi sebagai mitra manufaktur terpercaya yang menjamin kualitas dan keandalan produk. Dengan pendekatan kolaboratif dan komitmen tinggi terhadap standar produksi, perusahaan ini terus berinovasi dalam mendukung kesuksesan mitra bisnisnya di industri kecantikan..

### 2.1.1 Visi Misi

Berdasarkan data yang diperoleh dari website perusahaan, PT. Prioritas Jaya Indonesia memiliki visi dan misi yang tertuang di bawah ini:

#### Visi

“Menjadikan kosmetika Indonesia dengan kekayaan alamnya sebagai kosmetik Spesifik *Natural Beauty* yang mendunia”

#### Misi

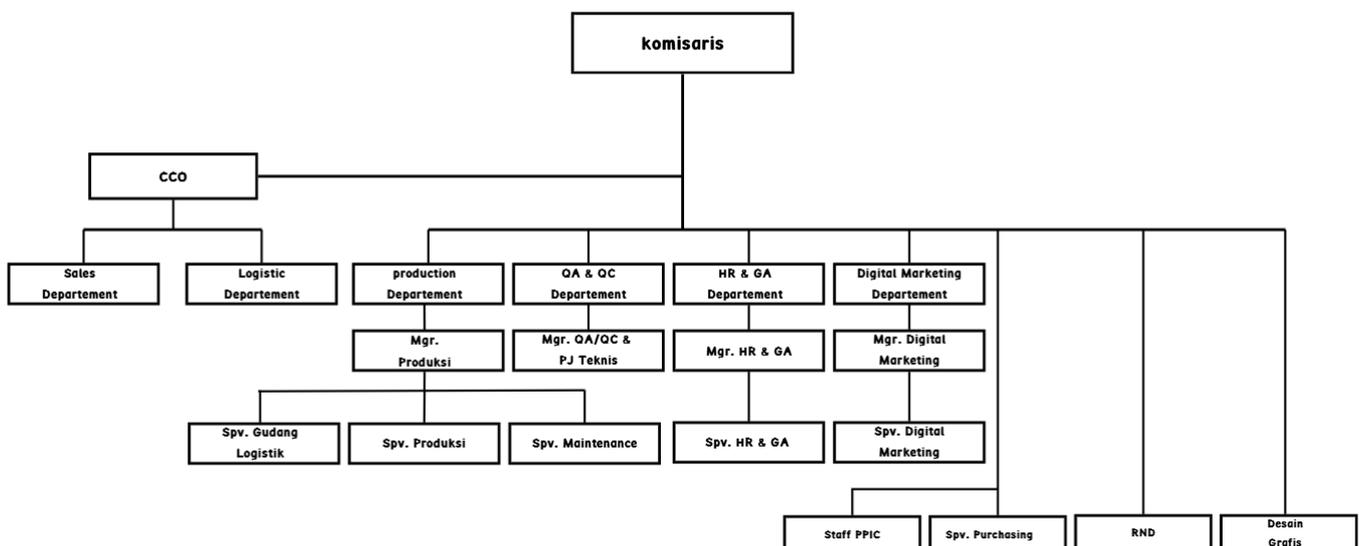
- “Menghasilkan produk kosmetik yang aman, bermanfaat dan Halal. Dengan memanfaatkan kekayaan alam indonesia”.

PT Prioritas Jaya Indonesia memiliki *motto* “Cintai Produk Indonesia dengan produk kecantikan natural yang terbuat dari bahan alam Indonesia sebagai upaya untuk menciptakan keunggulan kosmetika Indonesia di dalam dan di luar”

## 2.2 Struktur Organisasi PT. Prioritas Jaya Indonesia

Dalam menangani berbagai proyeknya, tim di PT Prioritas Jaya Indonesia terdiri dari berbagai divisi yang bekerja secara kolaboratif. Sebagai perusahaan manufaktur yang melayani berbagai kebutuhan klien, struktur organisasi PT Prioritas Jaya Indonesia dirancang sedemikian rupa untuk mendukung pelaksanaan bisnis yang efisien serta menjaga kelancaran operasional perusahaan. Adapun struktur organisasi yang digunakan oleh PT Prioritas Jaya Indonesia adalah sebagai berikut:

### Struktur Organisasi PT. Prioritas Jaya Indonesia



**Gambar 2.3** Struktur Organisasi PT Prioritas Jaya Indonesia

sumber : Prioritasjaya.co.id (2024)

#### a. Komisaris

Mengawasi jalannya perusahaan secara keseluruhan, memastikan keputusan strategis yang diambil manajemen berjalan sesuai visi-misi perusahaan, serta menjaga akuntabilitas dan transparansi.

b. *COO (Chief Commercial Officer)*

Sebagai pimpinan yang membawahi aspek komersial, CCO bertanggung jawab dalam mengelola strategi penjualan, logistik, produksi, hingga pemasaran. Tujuan utama posisi ini adalah mengintegrasikan semua departemen komersial untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. CCO juga memastikan sinergi antar divisi berjalan baik dalam menjalankan target perusahaan.

c. *Sales Department*

Departemen ini memegang tanggung jawab utama dalam meningkatkan penjualan dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan. Tim *sales* merancang strategi promosi, menganalisis kebutuhan pasar, dan melakukan pendekatan langsung ke pelanggan atau distributor. Departemen ini menjadi ujung tombak dalam menjaga keberlangsungan penjualan produk PT Prioritas Jaya Indonesia.

d. *Logistic Department*

Departemen logistik menangani penyimpanan, distribusi, dan pengiriman barang. Mereka bertanggung jawab atas pengelolaan gudang dan kelancaran rantai pasok dari pabrik hingga ke tangan konsumen. Dengan sistem logistik yang efisien, produk dapat sampai ke pelanggan tepat waktu dan dalam kondisi baik.

e. *Production Department*

Departemen produksi merupakan jantung dari perusahaan manufaktur. Mereka mengatur jalannya proses produksi agar berjalan efisien, aman, dan sesuai standar mutu.

1. *Manager* Produksi: Bertanggung jawab dalam mengelola seluruh proses produksi, mengatur jadwal kerja, dan menjamin target kuantitas serta kualitas tercapai.
2. *Supervisor* Gudang Logistik: Mengawasi aktivitas penyimpanan dan keluar-masuk barang di gudang serta memastikan stok tercatat dengan baik.
3. *Supervisor* Produksi: Memimpin tim produksi di lapangan dan memastikan setiap proses berjalan sesuai prosedur.

4. *Supervisor Maintenance*: Menangani perawatan dan perbaikan mesin produksi agar operasional tidak terganggu.

f. *QA & QC Department*

Departemen ini menjamin kualitas produk dari awal hingga akhir proses produksi. QA fokus pada sistem dan pencegahan kesalahan, sedangkan QC menguji dan mengecek kualitas produk jadi.

1. *Manager QA/QC & Penanggung Jawab Teknis*: Memastikan seluruh produk memenuhi standar keamanan dan kualitas, serta bertanggung jawab secara hukum atas kepatuhan produk terhadap regulasi BPOM dan sertifikasi lain.

g. *HR & GA Department*

Departemen ini mengelola aspek sumber daya manusia dan kebutuhan administratif umum perusahaan. Mereka bertugas dalam proses rekrutmen, pelatihan, penilaian kinerja, dan menjaga hubungan industrial.

1. *Manager HR & GA*: Merancang strategi pengembangan SDM dan sistem kerja yang sehat.

2. *Supervisor HR & GA*: Mengawasi operasional HR harian dan memastikan kebutuhan karyawan dan fasilitas terpenuhi.

h. *Supervisor Purchasing*

*Supervisor* ini bertanggung jawab atas pembelian bahan baku dan perlengkapan produksi. Mereka menjaga hubungan baik dengan vendor, memastikan harga kompetitif, dan ketersediaan bahan sesuai waktu produksi.

i. *R&D (Research and Development)*

Divisi ini berperan penting dalam pengembangan formulasi produk kosmetik. Mereka melakukan riset tren pasar, inovasi formula, serta pengujian produk agar selalu sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen.

j. *Desain Grafis*

Tim desain grafis menciptakan identitas visual perusahaan dan produknya, seperti kemasan, serta kebutuhan desain digital. Mereka

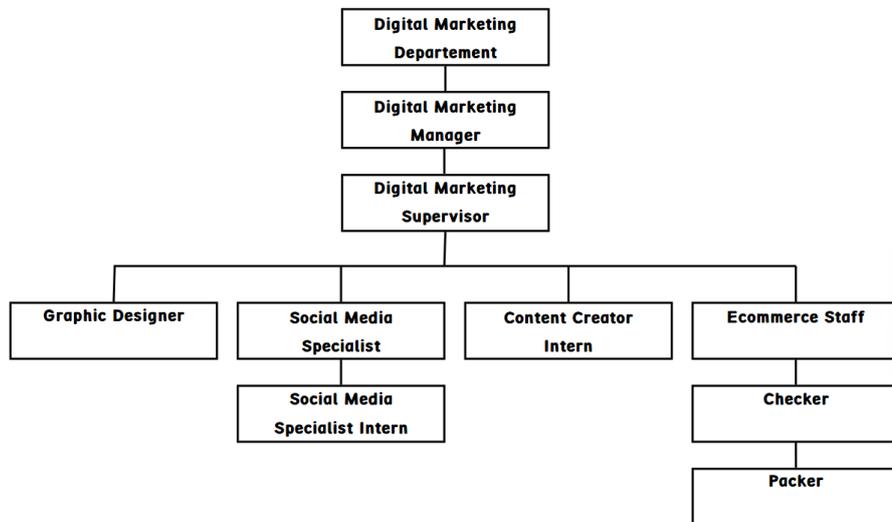
berperan penting dalam mendukung daya tarik visual produk dan Branding dari produk yang diproduksi PT Prioritas Jaya Indonesia.

k. Staff PPIC (*Production Planning and Inventory Control*)

Bertugas merencanakan produksi serta mengontrol stok bahan baku dan produk jadi. Mereka memastikan proses produksi berjalan efisien dan tepat waktu, sesuai dengan kebutuhan pasar tanpa kelebihan atau kekurangan stok.

### 2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi

Melaksanakan program kerja praktik magang di PT. Prioritas Jaya Indonesia sebagai *Content Creator Intern di Digital Marketing Departement*. Berikut adalah struktur dari *Digital Marketing Departement*.



**Gambar 2.4** Struktur Organisasi *Digital Marketing Departement*

Sumber : Dokumen Perusahaan yang Diolah Oleh Penulis (2025)

Departemen ini fokus pada pemasaran berbasis digital. Mereka mengelola media sosial dan membuat konten brand, kampanye iklan online, kolaborasi dengan influencer, serta branding digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selama praktik kerja magang penulis di PT Prioritas Jaya Indonesia memiliki posisi sebagai *Content Creator Intern* yang tergabung kedalam *Digital Marketing Departement*. Dalam struktur organisasi ini, posisi intern menempati level yang berada di bawah beberapa tingkatan pimpinan atau

atasan yang memiliki wewenang dan tanggung jawab lebih tinggi Sebagai berikut.

1. *Manager Digital Marketing*: Jabatan tertinggi di *department* ini diisi oleh Beatrice Clarissa, Posisi ini memiliki tanggung jawab seluruh aktivitas yang dilakukan oleh divisi di dalam Digital Marketing. Yang juga berperan sebagai pihak yang menetapkan keputusan utama dalam setiap program atau kegiatan, seperti dalam proses pembuatan konten dan pelaksanaan promosi.
2. *Supervisor Digital Marketing*: Jabatan atau posisi ini diisi oleh Haviz Falah Asyraf yang memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola seluruh aktivitas penjualan di platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, TikTok Shop, dan Instagram Shop, termasuk strategi promosi yang dijalankan. Selain itu, posisi ini juga memimpin tim digital marketing dalam mengimplementasikan strategi yang telah dirancang oleh manajer. Mereka memastikan setiap anggota tim memahami peran dan tanggung jawabnya, memberikan arahan, serta meninjau dan menyetujui konten sebelum dipublikasikan. Evaluasi kinerja kampanye dan pemberian umpan balik untuk perbaikan juga menjadi bagian dari tugasnya, sambil menjamin bahwa seluruh kegiatan digital marketing berjalan sesuai dengan standar dan prosedur perusahaan.
3. *Graphic Designer*: Bertugas membuat desain visual untuk konten digital seperti poster, feed Instagram, banner website, hingga materi promosi lainnya agar sesuai dengan identitas *brand* dan menarik perhatian audiens.
4. *Social Media Specialist*: Bertanggung jawab dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi konten yang dipublikasikan di media sosial. Termasuk penjadwalan posting, interaksi dengan audiens, dan analisis performa konten, dulunya pada awal praktik kerja magang jabatan ini diisi oleh Haviz Falah Asyraf namun sekarang Haviz Falah Asyraf telah naik jabatan sebagai *Supervisor Digital Marketing*.

- *Social Media Specialist Intern* : Sebagai asisten dari *Social Media Specialist*, peran ini biasanya dilakukan oleh mahasiswa magang. Tugasnya membantu pembuatan konten, riset tren, dan pelaporan performa media sosial.
5. *Content Creator Intern*: Sebagai *Content Creator Intern* di PT. Prioritas Jaya Indonesia, penulis ditempatkan langsung di bawah pengawasan *Supervisor Digital Marketing* dalam struktur *Digital Marketing Department*. Posisi ini memiliki peran penting dalam mendukung strategi pemasaran digital, terutama pada aspek konten yang disajikan di media sosial. Bertugas merancang, membuat, dan mengelola konten digital untuk media sosial TikTok dan Instagram, terutama untuk *brand* seperti THAI Cosmetic, FUKU, HONOR, VLAGIO, INESIA, dan FLUFF. Tugas ini mencakup riset tren pasar, penyusunan editorial planning, proses *ideation*, penulisan *caption*, serta pemilihan referensi visual. Selain itu juga berkolaborasi erat dengan *Social Media Specialist* dan *Graphic Designer*, sesuai struktur dalam *Digital Marketing Department*, guna mendukung strategi pemasaran digital perusahaan secara efektif.
6. *Ecommerce Staff*: Mengelola operasional toko online perusahaan, termasuk pemantauan pesanan, pembaruan produk, serta koordinasi dengan tim pengemasan dan pengiriman.
- *Checker*: Bagian dari tim *e-commerce* yang bertanggung jawab mengecek barang sebelum dikirim ke pelanggan untuk memastikan kualitas dan kuantitas sesuai pesanan.
  - *Packer*: Bertugas mengemas produk dengan rapi dan aman sebelum dikirimkan kepada pelanggan, sehingga pengalaman berbelanja tetap profesional.