

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang ESQA Cosmetics

PT Keva Cosmetics International atau sering disebut ESQA Cosmetics, di bangun oleh dua orang bersahabat sejak kecil. Mimpi kedua founder akhirnya terwujud pada tahun 2016 yaitu tahun awal didirikan ESQA Cosmetics.



Gambar 2.1 Founder ESQA Cosmetics

Sumber : Dokumentasi Perusahaan

Kedua founder ESQA Cosmetics adalah Angelina Cindy dan Kezia Toemion. Disaat berkuliah dan tinggal di Los Angeles, kedua sahabat ini melihat perkembangan industri kecantikan yang berkembang dengan cepat. Melihat ini, Kezia dan Cindy membandingkan dengan industri kecantikan di Indonesia. Mereka melihat luasnya pasar di Indonesia, namun industri kecantikan Indonesia tidak begitu maju.

Alasan ini yang membuat kedua sahabat bertekad untuk membuat perusahaan kecantikan yang berkualitas. Mereka juga terinspirasi oleh perusahaan luar yang menjanjikan *vegan* pada produk yang mereka keluarkan. Apalagi melihat perusahaan di Indonesia belum ada yang mengklaim bahwa produknya *vegan*. ESQA Cosmetics menjadi perusahaan kecantikan pertama yang menjanjikan bahwa bahan – bahan dari produknya adalah *vegan*.

Tak hanya *vegan*, ESQA muncul di pasar Indonesia sebagai perusahaan yang berkualitas, bersertifikat halal MUI, lolos sertifikasi BPOM, serta *cruelty free*. Tujuan awal membangun perusahaan ini juga mendengar dari aspirasi pecinta kecantikan yang menginginkan produk kecantikan berkualitas seperti merek internasional, namun tetap terjangkau dengan harga yang setara *drugstore*.

2.2 PROFIL PERUSAHAAN

Nama ESQA berasal dari kata Celtic yaitu “ESKA”, memiliki pengertian tentang kecantikan yang murni. Dengan mengganti huruf “K” menjadi “Q”, ESQA ingin mencerminkan komitmen mereka dalam menciptakan produk kecantikan dengan kualitas tinggi. Perubahan ini tidak hanya sekedar estetika, tetapi juga melambangkan dedikasi perusahaan dalam menghadirkan produk yang inovatif, aman, dan sesuai dengan kebutuhan kecantikan modern. Sejalan dengan *tagline* yang mereka buat yaitu “*more than beauty*”.

The logo for ESQA Cosmetics features the brand name in a bold, black, sans-serif font. The letter 'Q' is stylized with a thick, rounded bottom and a short tail that curves back to the left, creating a unique, modern look. The letters are spaced evenly and are centered on the page.

Gambar 2.2 Logo ESQA Cosmetics

Sumber: ESQA Cosmetics *Brand Book*

Logotype perusahaan ESQA ini akan tetap dan tidak mengalami perubahan. Logo yang dibuat memiliki desain yang futuristik, sederhana, berani, dan mudah dibaca. Dengan tampilan yang praktis, logo ini mencerminkan esensi modernisasi yang tetap relevan seiring perkembangan zaman. Garis – garis tegas yang menciptakan kontras kuat, sekaligus menghadirkan lekukan lembut yang membuat setiap huruf mengalir satu sama lain.



Gambar 2.3 Variasi Logo ESQA Cosmetics

Sumber: ESQA Cosmetics *Brand Book*

ESQA memiliki beberapa variasi dari logo mereka seperti warna yang berbeda, dengan tagline, dan *wordmark* mereka. ESQA memiliki *wordmark* dalam bentuk yang singkat serta dapat mendukung branding perusahaan ketika logo utama tidak digunakan. Penerapannya dapat ditemukan pada berbagai elemen, seperti tutup lipstik, foto profil Instagram, kertas tisu bermotif dalam kemasan, atau di bagian footer situs web.

Tak hanya mempersiapkan logo dengan baik, ESQA juga merancang *objectives* yang menjadi landasan dalam membangun identitas merek serta memberikan pengalaman terbaik bagi konsumennya. Ada 4 *objectives* yang dimuat oleh ESQA Cosmetics, yaitu *affordable luxury*, *glamorously natural*, *empowering women*, dan *inclusivity*. Selain memiliki tujuan yang jelas, ESQA juga didukung oleh nilai-nilai inti yang menjadi setiap aspek bisnisnya, yaitu *agile*, *efficiency*, *customer focus*, *innovation*, dan *integrity*.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

PT. Keva Cosmetics International sebagai salah satu merek kecantikan di Indonesia memiliki visi dan misi sebagai Berikut:

VISI

Menjadi merek kecantikan terkemuka di Asia Tenggara yang memberdayakan perempuan melalui produk inklusif yang cocok untuk semua warna kulit Asia.

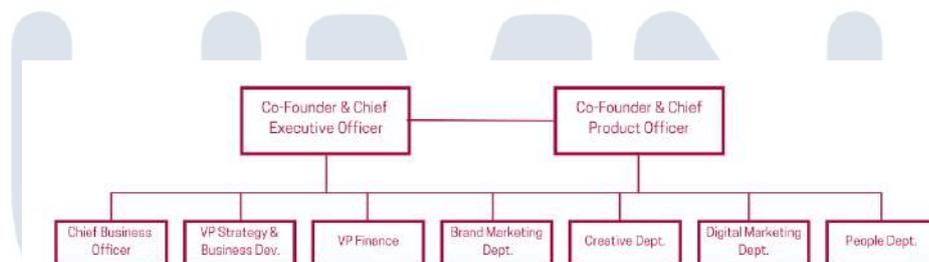
MISI

Menyediakan pengalaman mewah dengan sentuhan internasional yang memenuhi kebutuhan akan kemewahan yang terjangkau.

- Menciptakan produk yang praktis untuk menyederhanakan rutinitas kecantikan wanita modern.
- Menghasilkan produk yang diformulasikan tanpa bahan berbahaya untuk meningkatkan kecantikan alami.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

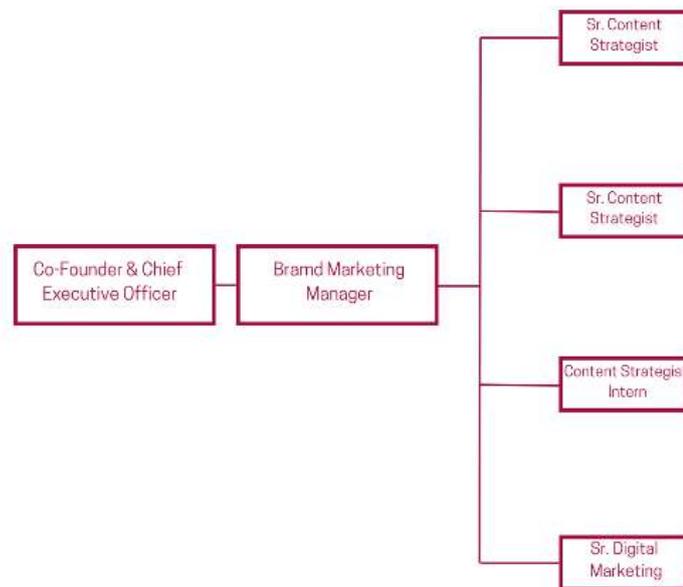
Dalam sebuah perusahaan, memiliki struktur organisasi sangat penting untuk mengkoordinasikan berbagai tanggung jawab dan memastikan setiap departemen bekerja dengan efektif. Dalam industri kecantikan yang sangat kompetitif perlu memiliki struktur organisasi yang dinamis dan adaptif agar dapat merespons perubahan tren serta kebutuhan pasar yang tepat. Untuk memahami lebih lanjut bagaimana bagian dalam perusahaan penulis berkontribusi, berikut adalah penjelasan mengenai struktur organisasi perusahaan:



Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Keva Cosmetics International

Berdasarkan struktur organisasi diatas, dapat dilihat bahwa ESQA Cosmetics memiliki dua Co-Founder, agar koordinasi berjalan lancar kedua Co-Founder memiliki bagian masing-masing yaitu *Chief Executive officer* dan *Chief Product Officer*. Beberapa bagian di bawah Co-Founder juga membantu ESQA Cosmetics

dalam mencapai tujuan perusahaan, seperti *Chief Business Officer*, *VP Strategy & Business Departement*, *VP Finance*, *Brand Marketing Department*, *Creative Departement Digital Marketing Department*, dan *People Departement*.



Gambar 2.5 Struktur Organisasi Departemen *Digital Marketing*

Sumber : Aset Perusahaan

Berdasarkan bagian di atas, posisi pekerja magang berada dibawah *Digital Marketing Departement* yang dipimpin oleh Dian Putri sebagai *Digital Marketing Manager* sekaligus pembimbing lapangan penulis. Tim *digital marketing* bertanggung jawab untuk merancang dan menjalankan strategi untuk media sosial guna meningkatkan *brand awareness*, *engagement*, serta konversi penjualan melalui berbagai media sosial.

Dian merupakan seorang *Digital Marketing Manager* yang bertanggung jawab dalam merancang dan mengarahkan strategi pemasaran digital perusahaan secara menyeluruh. Dalam perannya, ia memastikan bahwa setiap kampanye yang dijalankan tidak hanya selaras dengan tujuan perusahaan, tetapi juga mampu menjangkau audiens secara efektif melalui berbagai kanal digital.

Struktur tim di bawah kepemimpinan Dian terbagi menjadi dua divisi utama, yaitu tim media sosial dan tim periklanan digital (ads).

1. Tim Ads

Tim Ads memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola iklan berbayar yang ditayangkan di berbagai platform digital, termasuk media sosial dan situs e-commerce. Tugas mereka mencakup perencanaan strategi iklan, pengelolaan anggaran, pemilihan target audiens yang tepat, serta evaluasi performa iklan untuk memastikan efektivitas kampanye yang dijalankan.

2. Tim Media Sosial

Sementara itu, tim media sosial fokus pada pengelolaan konten organik di platform seperti TikTok dan Instagram. Tanggung jawab mereka meliputi perencanaan strategi konten, mengeluarkan materi visual dan teks, penjadwalan publikasi konten, serta interaksi langsung dengan *audiences*. Tujuan utama dari tim ini adalah membangun keterlibatan (*engagement*) dengan audiens, memperkuat *brand identity*, serta meningkatkan kehadiran perusahaan di *digital marketing*.

Kedua tim tersebut bekerja secara bersamaan di bawah arahan Dian, yang tidak hanya memantau jalannya aktivitas harian, tetapi juga berperan dalam mengevaluasi hasil serta mengembangkan inovasi *digital marketing* agar tetap relevan dengan tren dan perilaku konsumen yang terus berubah.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A