

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo PT Coolvita Maju Sehat

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

PT Mitra Mas Sentosa bekerja sama dengan beberapa perusahaan mitra, salah satunya adalah PT Coolvita Maju Sehat. Coolvita merupakan perusahaan modal asing (PMA) yang berfokus dalam ritel penjualan multivitamin dan suplemen kesehatan. PT Coolvita Maju Sehat meluncurkan produk-produk pertamanya, *Effervescent*, *Chewable Orange*, dan *Chewable Calcium* pada Desember 2021 (Coolvita Maju Sehat, 2025). Sejak itu, Coolvita menunjukkan pertumbuhan yang stabil seiring dengan diluncurkannya produk-produk terbaru mereka. Pertumbuhan yang membanggakan ini memungkinkan Coolvita memperluas kantornya yang sebelumnya berada di Foresta Business Loft 6 No. 7, Kelurahan Legok, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, ke North Point Unit 69-70, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang. Produk Coolvita diproduksi oleh Sirio Healthcare (Anhui) Co. yang terletak di Cina.



Gambar 2.2 Milestone PT Coolvita Maju Sehat

Sumber: Coolvita Maju Sehat (2025)

Setiap produk Coolvita telah memenuhi standar keamanan dan kepercayaan konsumen, yang dibuktikan melalui tiga hal utama:

1. Pertama, produk Coolvita telah tersertifikasi Halal, yang berarti seluruh bahan dan proses produksinya telah dinyatakan sesuai dengan syariat Islam oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia). Berdasarkan Undang-undang (UU) Republik Indonesia No. 33 Tahun 2014 Pasal 4, “produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal”. Sertifikat ini sangat penting mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, sehingga dapat menjadi nilai tambah dalam menjamin kenyamanan dan keamanan konsumen dalam mengonsumsi produk.
2. Kedua, produk Coolvita telah terdaftar di BPOM RI (Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia) yang menandakan bahwa produk telah lolos uji dan pengawasan resmi terkait keamanan, mutu, dan efektivitasnya. Ini menjadi jaminan bahwa produk legal beredar di pasaran dan aman untuk dikonsumsi.
3. Ketiga, produk Coolvita juga ter-cover oleh Asuransi Sinarmas, yaitu bentuk perlindungan tambahan bagi konsumen. Artinya, jika di kemudian

hari terjadi keluhan atau dampak negatif setelah mengonsumsi produk, konsumen berhak mendapatkan perlindungan asuransi sesuai ketentuan yang berlaku. Hal ini mencerminkan bahwa Coolvita sangat peduli terhadap keamanan dan kenyamanan konsumennya, dan berkomitmen memberikan perlindungan menyeluruh. Perlu diketahui, Asuransi Sinarmas bukan bagian dari Coolvita, melainkan merupakan bentuk kerja sama antara kedua pihak sebagai mitra strategis dalam perlindungan konsumen.

2.1.1 Visi Misi

Coolvita Maju Sehat sebagai perusahaan suplemen kesehatan memiliki visi yaitu untuk menjadi merek terkemuka di Indonesia dan Asia Tenggara di bidang kesehatan. Dengan terus berinovasi dalam pengembangan produk berkualitas tinggi, perusahaan berkomitmen untuk memberikan solusi kesehatan yang aman, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Coolvita juga berupaya membangun reputasi sebagai merek yang terkemuka di industri kesehatan dan dapat bersaing di tingkat yang lebih tinggi serta memperluas jangkauan pasarnya.

Misi Coolvita Maju Sehat adalah menjadikan kesehatan dan kecantikan dapat diperoleh dengan harga terjangkau. Kata “kesehatan” dalam misi tersebut merujuk pada berbagai produk suplemen kesehatan yang ditawarkan, seperti *chewable orange multivitamin* dan *chewable calcium*. Sedangkan kata “kecantikan” mengacu pada lini produk suplemen kecantikan, seperti *collagen effervescent* dan *collagen gummy*. Selain itu, Coolvita memahami bahwa gaya hidup sehat dan perawatan diri bukanlah kemewahan, melainkan kebutuhan yang seharusnya dapat diakses oleh setiap individu. Melalui pendekatan ini, Coolvita berharap dapat membantu lebih banyak orang dalam menjaga kesehatan dan kecantikan mereka dengan cara yang aman, mudah, dan terjangkau.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut merupakan struktur organisasi dari PT Coolvita Maju Sehat:



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Berikut merupakan penjelasan dari gambar struktur organisasi di atas:

1) CEO (*Chief Executive Officer*)

Bertanggung jawab atas keseluruhan strategi bisnis dan operasional perusahaan. Perannya meliputi menetapkan visi dan misi, mengambil keputusan penting, mengawasi kinerja manajemen tingkat tinggi, dan memastikan tercapainya tujuan perusahaan.

2) Indonesia *General Management*

Bertanggung jawab atas pengelolaan operasional dan strategi bisnis Coolvita di Indonesia. Tugasnya termasuk mengawasi kinerja departemen di bawahnya, mengembangkan strategi pemasaran dan operasional, serta berkoordinasi dengan manajemen negara lainnya untuk menyesuaikan strategi bisnis.

3) Indonesia *Country Manager*

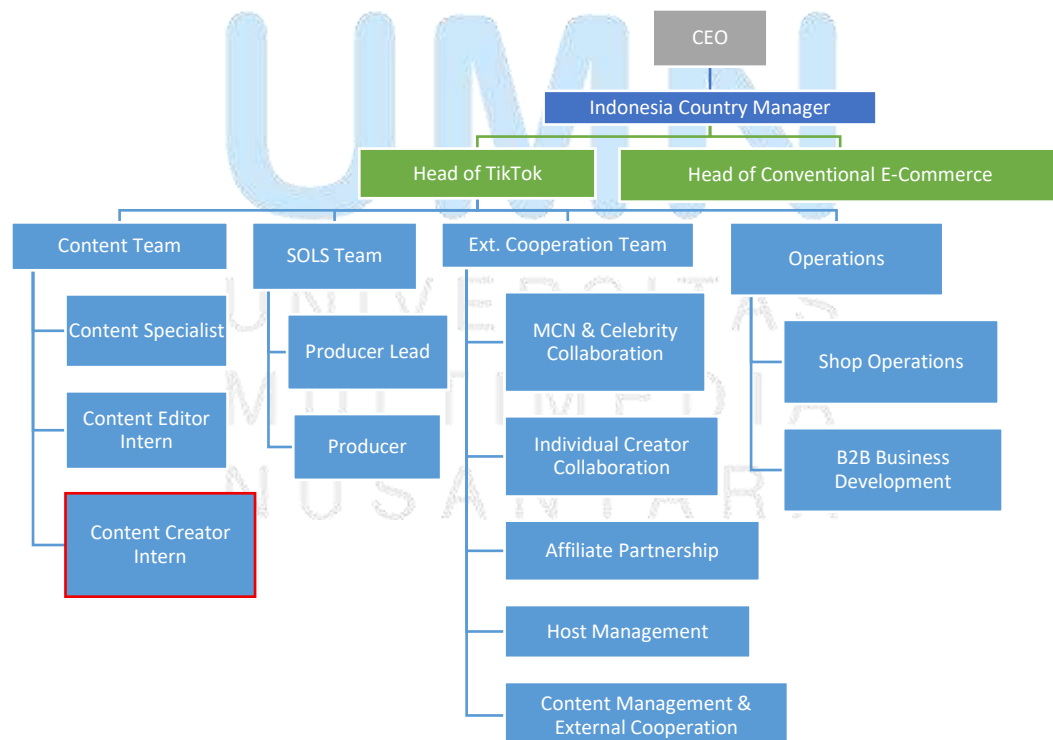
Bertanggung jawab untuk mengembangkan pasar lokal dan memastikan keberlanjutan bisnis di Indonesia, termasuk mengelola tim pemasaran dan penjualan, mengadaptasi strategi perusahaan, serta berkoordinasi dengan berbagai tim.

4) Warehouse Manager

Bertanggung jawab atas operasional gudang dan logistik perusahaan. Perannya meliputi mengelola ketersediaan produk di gudang, memastikan distribusi berjalan dengan efisien, serta mengawasi kepatuhan terhadap standar keamanan dan prosedur operasional gudang.

2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi

Divisi *Content* bekerja di bawah pengawasan *Head of TikTok* dan *Indonesia Country Manager*. Divisi *Content* yang dipimpin oleh Nurul Itqi bertugas untuk memproduksi dan mengunggah konten di media sosial Coolvita, terutama *TikTok*. Konten ini termasuk konten original maupun *content creator* lain yang direncanakan untuk diunggah di media sosial Coolvita.



Gambar 2.4 Ruang Lingkup Kerja Divisi

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Gambar 2.4 menunjukkan struktur ruang lingkup kerja divisi *Content* di Coolvita. Berikut penjelasan mengenai posisi dalam ruang lingkup tersebut:

1) *Content Team*

Content Team bertanggung jawab untuk mengembangkan strategi produksi konten yang selaras dengan tujuan bisnis serta identitas merek. Tim ini merencanakan kalender editorial dan memastikan publikasi konten dilakukan tepat waktu. Selain itu, tim ini juga melakukan riset pasar serta menganalisis tren untuk mengidentifikasi topik yang relevan. Dalam prosesnya, tim ini juga berkolaborasi dengan tim pemasaran, desain, dan produk untuk memastikan keselarasan konten yang dibuat.

2) *SOLS (Streaming Operations and Live Support) Team*

Tim *SOLS (Streaming Operations and Live Support)* berperan dalam memastikan koneksi internet yang stabil guna mendukung kualitas siaran langsung yang optimal. Mereka bertanggung jawab dalam mengelola *platform streaming*, terutama *TikTok*, agar proses penyiaran berjalan lancar.

3) *External Cooperation*

Tim *External Cooperation* memiliki tugas utama dalam mengelola hubungan dengan pemangku kepentingan, klien, serta komunitas terkait. Mereka menjaga komunikasi yang efektif dan profesional dengan seluruh pihak eksternal serta menyusun laporan dan memberikan pembaruan rutin mengenai kemitraan kepada manajemen. Selain itu, mereka juga menganalisis dampak dan efektivitas kerja sama yang ada, mengidentifikasi area yang dapat ditingkatkan, serta memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan manfaat dari kemitraan yang sudah berjalan. Tim ini juga bertanggung jawab dalam menyusun laporan kerja dan menyampaikan presentasi kepada manajemen.

4) *Operation Specialist E-Commerce*

Tim *Operation Specialist E-Commerce* bertugas dalam mengelola operasional harian di berbagai *platform e-commerce* seperti *Shopee*, *Tokopedia*, *Lazada*, dan situs *web* resmi. Mereka memastikan setiap pesanan diproses dengan cepat dan akurat, serta mengawasi aktivitas harian yang mencakup manajemen inventaris, pemrosesan pesanan, dan pengiriman barang. Selain itu, tim ini juga menjaga koordinasi dengan bagian gudang, logistik, serta layanan pelanggan agar *operasional e-commerce* berjalan dengan optimal.

