

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT. Panen Lestari Indonesia

PT. Panen Lestari Indonesia (PLI) merupakan salah satu anak perusahaan terkemuka dari PT. Mitra Adiperkasa Tbk (MAP) di Indonesia yang bergerak dibidang ritel fashion dan departement store. PLI didirikan pada 1 Maret 1990. Perusahaan ini mengelola berbagai gerai ternama, termasuk SOGO, SEIBU, Galeries Lafayette, Alun-Alun Indonesia, dan Kinokuniya. Jaringan PLI telah berkembang pesat dengan memiliki 26 gerai di 8 kota besar di Indonesia, menawarkan berbagai kategori produk seperti fashion untuk wanita, pria, dan anak-anak, serta produk rumah tangga dan buku.



Gambar 2. 1 Logo Mitra Adi Perkasa (MAP)
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Adapun PLI beroperasi di bawah naungan PT. Mitra Adiperkasa Tbk (MAP) selaku perusahaan induk ritel terkemuka di Indonesia, yang telah berkembang menjadi perusahaan dengan struktur multi-unit dan multi-brand. Memiliki lebih dari 3,200 gerai ritel dan 150 portofolio brand ternama. Daintaranya terdapat beberapa anak perusahaan spesialisasi sektor bisnis tertentu, seperti PT. MAP Boga Adiperkasa Tbk di bidang makanan dan minuman, PT. MAP Aktif Adiperkasa di bidang sport dan lifestyle, termasuk PT. Panen Lestari Indonesia di bidang fashion dan department store. Dari ragammanak perusahaan bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional, pengembangan bisnis, serta memperkuat daya saing di masing-masing segmen industri. MAP Group dikenal luas sebagai pengelolaan berbagai merek internasional ternama seperti Starbucks, Zara,

Converse, & Spencer, dan lainnya. Dengan model bisnis yang luas, MAP Group berhasil menjadi pionir dalam menghadirkan gaya hidup global ke pasar domestik.



Gambar 2. 2 Logo PT. Panen Lestari Indonesia
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

PT. Panen Lestari Indonesia (PLI) memiliki peran strategis pada ketiga department store yang dikelolanya, yaitu SOGO, SEIBU, dan Galeries Lafayette (GL). PLI bertanggung jawab mengelola strategi bisnis, kurasi brand, serta konsep visual merchandising dari department store yang ada. Ketiga department store, memiliki segmentasi pasar yang berbeda, di mana SOGO menyasar kelas menengah ke atas, SEIBU menawarkan pilihan produk premium dengan nuansa eksklusif, dan Galeries Lafayette mewah elegan dari koleksi brand internasional kelas atas. PLI juga berperan sebagai pemberi pengalaman belanja yang relevan dengan perkembangan gaya hidup modern. Dari perbedaan fokus dan positioning dari masing-masing department store menjadikan PLI menjangkau beragam lapisan konsumen, mulai dari middle-class hingga high-end market. Visi Misi PT. Panen Lestari Indonesia

2.2 Visi Misi PT. Panen Lestari Indonesia

PT. Panen Lestari Indonesia sebagai salah satu perusahaan ritel terbesar di dunia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

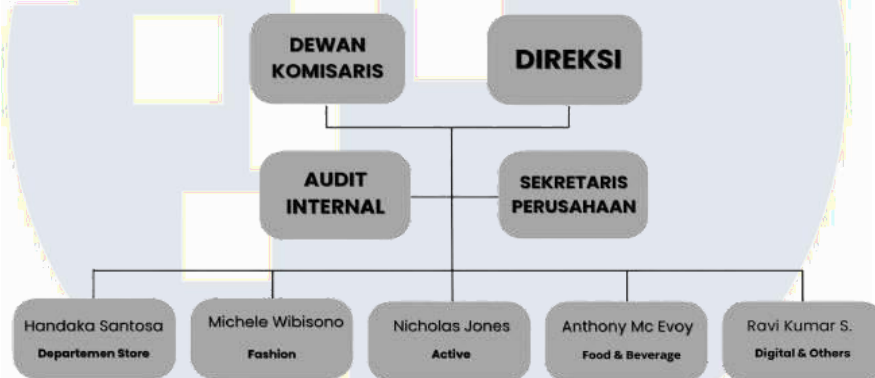
Untuk menjadi peritel omni-channel terkemuka di Indonesia.

MISI

Untuk mendukung kesehatan, kebahagiaan dan gaya hidup yang lebih memuaskan bagi para pelanggan kami melalui portofolio merek kelas dunia dan jaringan ritel omni-channel.

2.3 Struktur Organisasi PT. Panen Lestari Indonesia

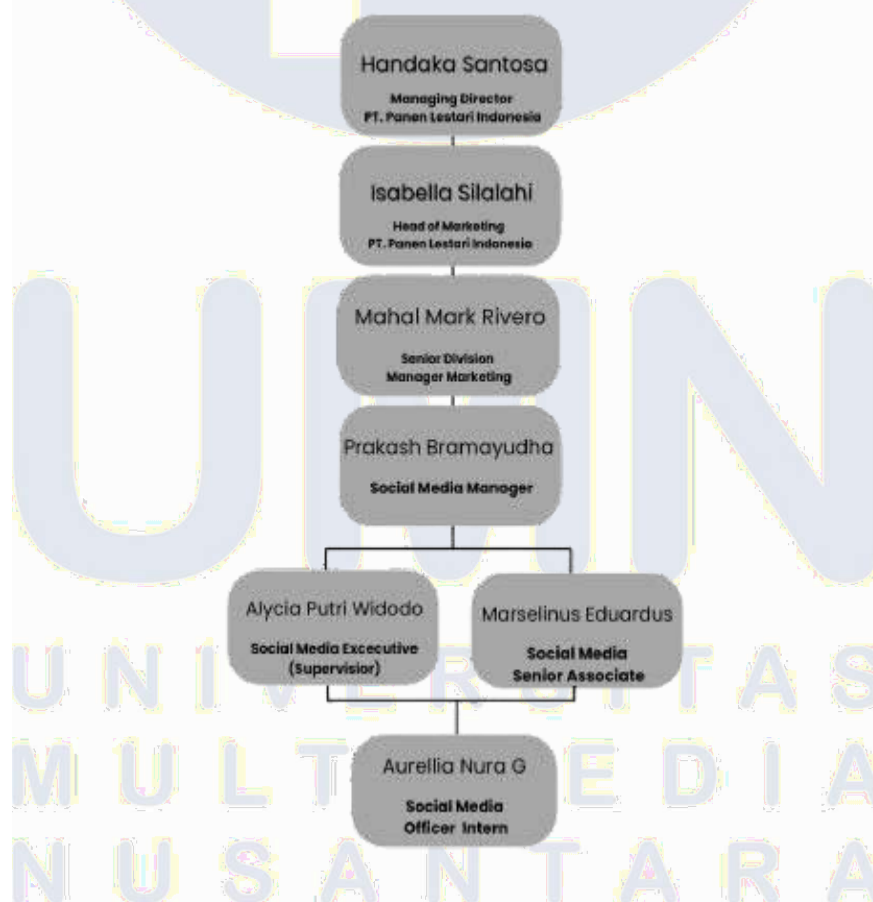
PT. Panen Lestari Indonesia merupakan salah satu perusahaan ritel besar yang termasuk dalam group MAP di Indonesia. PLi merupakan anak perusahaan dari PT Mitra Adiperkasa Tbk (MAP). Memiliki 26 gerai di 8 kota besar di Indonesia, menawarkan berbagai produk fashion untuk wanita, pria, dan anak-anak, hingga produk rumah tangga dan buku. Pada hirarki nya, PT. Panen Lestari Indonesia memiliki struktur organisasi sebagai berikut :



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT. Panen Lestari Indonesia
Sumber: Data Olahan Pribadi (2025)

Pada gambar struktur di atas, struktur organisasi PT. Panen Lestari Indonesia tersusun untuk mendukung kinerja perusahaan secara efektif, efisien dan menyeluruh melalui sistem kerja yang terstruktur dan terintegrasi. Sebagai perusahaan ritel yang menaungi berbagai lini bisnis, struktur ini dibentuk agar setiap unit kerja memiliki arah dan fungsi yang jelas. Pada tingkat tertinggi, terdapat Dewan Komisaris dan Direksi yang bertanggung jawab dalam merumuskan kebijakan strategis dan mengawasi jalannya perusahaan. Untuk memastikan tata kelola perusahaan berjalan dengan baik dan transparan, terdapat audit internal serta sekretaris perusahaan yang langsung berada di bawah naungan dewan dan direksi. Kehadiran dua unit tersebut menjadi kunci pendukung dalam menjaga pertanggungjawaban dan profesionalisme perusahaan. Setiap jabatan dalam struktur tersebut memiliki peran penting dalam menjalankan visi dan misi perusahaan secara keseluruhan. Dengan demikian, dari struktur yang jelas, memungkinkan proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan strategi bisnis dilakukan secara terarah dan efisien.

Berdasarkan bagan struktur organisasi yang ditampilkan, PT. Panen Lestari Indonesia membagi tanggung jawab operasionalnya ke dalam enam divisi utama yang dipimpin oleh masing-masing pemimpin dengan bidang fokus yang berbeda - beda. Bapak Handaka Santosa selaku pemimpin divisi Departemen Store yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan ritel besar seperti SOGO, SEIBU dan Galeries Lafayette. Sementara itu, ibu Michele Wibisono memegang kendali atas lini Fashion, bapak Nicholas Jones mengelola unit Active yang berkaitan dengan produk olahraga dan gaya hidup. Bapak Anthony Mc Evoy mengepalai divisi Food & Beverage, sedangkan bapak Ravi Kumar S. bertanggung jawab atas Digital & Others yang kemungkinan berfokus pada pengembangan digital dan kanal daring perusahaan. Pembagian ini memastikan setiap unit usaha dapat dikelola secara fokus dan spesifik sesuai dengan karakteristik industrinya. Dengan sistem ini, perusahaan dapat menjaga kesinambungan operasional dan menyesuaikan strategi sesuai kebutuhan pasar di masing-masing sektor bisnis.



Gambar 2. 4 Struktur Departemen Marketing
Sumber: Data Olahan Pribadi (2025)

Dalam struktur divisi Marketing di PT. Panen Lestari Indonesia seperti yang sudah tertera pada gambar di atas, menjelaskan bahwa PT. Panen Lestari pada divisi marketingnya memiliki struktur kerja yang terorganisir untuk memastikan setiap strategi pemasaran dapat dijalankan secara efektif dan terarah. Terdiri dari beberapa tingkatan, dimulai dari level strategis yang bertanggung jawab dalam merumuskan kebijakan pemasaran perusahaan hingga intern. Tim media sosial di dalam divisi ini memegang peranan penting dalam mengimplementasikan strategi komunikasi perusahaan yang dikemas dalam bentuk konten digital tetapi tetap mempertahankan citra perusahaan dan brand. Dengan sistem kerja yang kolaboratif, struktur ini memberikan ruang yang luas bagi pengembangan keterampilan dan pembelajaran langsung di lingkungan profesional. Melalui divisi social media, menjadi garda depan dalam menjaga komunikasi brand secara konsisten pada platform digital kepada audiens.

Departemen Marketing bertanggung jawab terhadap pembuatan materi pemasaran dari brand brand yang dicakup oleh perusahaan. Pembuatan materi mulai dari brainstorming, perencanaan, strategi sampai dengan tahapan eksekusi dan supervisi dari pihak pihak terkait. Berikut masing-masing job description posisi pada Departemen Marketing dan hubungannya dalam proses kerja magang di media social:

A. Managing Director PT. Panen Lestari Indonesia

Seseorang yang bertindak sebagai pengambil keputusan tertinggi di perusahaan, termasuk dalam hal strategi bisnis dan arah jalannya perusahaan. Peran ini menjadi sumber utama kebijakan dan visi jangka panjang perusahaan secara keseluruhan, yang nantinya akan diturunkan ke strategi pemasaran yang diimplementasikan oleh tim media sosial.

B. Head of Marketing PT. Panen Lestari Indonesia

Berperan dalam menyusun strategi pemasaran berdasarkan arahan Managing Director. Berperan dalam mengkoordinasikan berbagai channel pemasaran termasuk divisi media sosial, memastikan bahwa seluruh aktivitas tim berjalan sejalan dengan arah brand dan tujuan bisnis.

C. Senior Division Manager Marketing

Mengelola jalannya strategi pemasaran dalam divisi masing masing, termasuk pengawasan terhadap pelaksanaan kampanye digital, event, dan kolaborasi lintas platform media. Dalam praktiknya, peran ini menjadi penghubung antara strategi dan pelaksana teknis.

D. Social Media Manager

Peran yang bertanggung jawab atas keseluruhan aktivitas media sosial perusahaan, mulai dari penyusunan strategi konten, pemilihan platform, hingga pengawasan tim. Berperan dalam pengawasan perencanaan konten bulanan, brainstorming ide, serta penyesuaian tone & manner sesuai citra brand.

E. Social Media Executive (Supervisor)

Berperan koordinatif dalam memastikan seluruh aktivitas media sosial berjalan sesuai rencana. Menjadi orang yang mengarahkan social media associate dan intern dalam hal brainstorming, perencanaan, pelaksanaan produksi konten, revisi copywriting, hingga penjadwalan unggahan. Supervisor juga bertindak sebagai pembimbing langsung intern selama masa magang.

F. Social Media Senior Associate

Berperan dalam melaksanakan tugas teknis harian seperti penulisan copywriting, riset konten, analisis performa, dan komunikasi dengan pihak eksternal (KOL atau agensi), juga mengarahkan dan mengawasi pelaksanaan shooting konten. Posisi ini kerap bekerja berdampingan dengan intern, membimbing secara operasional serta memberikan feedback langsung atas konten yang dikerjakan.

G. Social Media Officer Intern

Berperan menjadi pendukung tim melalui aktivitas aktif dan kreatif seperti membantu menyusun materi konten, melakukan riset tren, menyusun deck brief, pencarian KOL dan membantu produksi konten di lapangan atau studio. Intern belajar secara langsung dari interaksi harian dengan supervisor dan senior associate, sehingga memahami proses kerja media sosial dari perusahaan PT. Panen Lestari Indonesia.

Dari struktur organisasi di PT. Panen Lestari Indonesia yang sudah dijelaskan di atas, khususnya dalam Departemen Marketing, menunjukkan bahwa terdapat pola kerja yang terorganisir dan saling mendukung antara setiap antar jabatan. Masing-masing peran memiliki fungsi strategis dan operasional yang saling melengkapi dalam mencapai keberhasilan komunikasi dan promosi perusahaan pada departemen store yang dikelola. Divisi ini tidak hanya menjalankan fungsi komunikasi, tetapi juga memastikan setiap proses dari ide kreatif, eksekusi konten, hingga analisis performa berjalan selaras. Bagi peserta magang, struktur ini memberikan pengalaman kerja yang menyeluruh dan terarah, sekaligus menjadi kesempatan untuk mengembangkan keterampilan di dunia media sosial secara langsung. Dukungan dari atasan langsung seperti supervisor maupun senior associate juga membuka ruang evaluasi dan pembelajaran yang intensif. Intern tidak hanya berperan sebagai pendukung administratif, tetapi juga terlibat aktif dalam produksi dan strategi konten. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan memiliki komitmen dalam mendorong pertumbuhan dan keterlibatan generasi muda di industri kreatif secara profesional.

