

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

B erl Cosmetics merupakan perusahaan kosmetik dan perawatan kulit wanita. B erl Cosmetics didirikan oleh Ibu Erlyanie atau biasanya dikenal dengan “Bunda” mendirikan perusahaan pada tahun 2014 dan sekarang memiliki 60.000+ member di seluruh Indonesia dan asia.

Walaupun B erl Cosmetics tidak memiliki toko fisik, perusahaan beroperasi melalui jaringan distributor dan reseller yang dapat ditemukan di berbagai platform online seperti Shopee, Blibli, dan media sosial. Produk B erl, bisa ditemukan di marketplace atau melalui akun resmi di Instagram dan situs web resmi B Erl Cosmetics.

##### 2.1.1 Profil Perusahaan

B erl Cosmetics merupakan brand kecantikan lokal Indonesia yang berada di bawah naungan PT Mutiara Erly Sejahtera. Perusahaan ini bergerak di bidang kecantikan dengan menghadirkan berbagai produk perawatan kulit (*skincare*), kosmetik (*makeup*), *personal care*, hingga suplemen kesehatan. Seluruh produk B erl dirancang agar aman, halal, dan terjangkau sehingga dapat menjangkau berbagai kalangan.



Gambar 2.1 Logo brand B erl Cosmetics  
Sumber: B Erl Cosmetics

Selain fokus pada produk, perusahaan ini juga berkomitmen untuk memberdayakan para mitra bisnisnya dengan memberikan peluang wiraswasta yang mendukung pertumbuhan ekonomi sekaligus membantu meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dengan visi menghadirkan produk berkualitas dan misi membuka peluang usaha seluas-luasnya, B erl Cosmetics kini semakin dikenal sebagai salah satu brand lokal yang mampu bersaing di industri kecantikan nasional.

Visi B erl Cosmetics adalah untuk menghadirkan produk kecantikan dan perawatan dengan kualitas terbaik, Produknya selain aman digunakan, halal dan harganya tetap terjangkau bagi semua kalangan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan ingin menjangkau pasar yang luas tanpa mengabaikan aspek penting seperti keamanan dan nilai keagamaan.

Sementara itu, misi B erl Cosmetics berfokus pada dampak positif bagi masyarakat. Perusahaan ini ingin memberdayakan brand kepada pelanggan global melalui pendekatan yang personal, sebagai brand kosmetik yang berkualitas untuk semua wanita, agar pelanggan dapat berkembang tidak hanya dalam bisnis pribadi tetapi juga dalam kehidupan sosial.

Selain itu, mereka juga berupaya membuka peluang bagi banyak orang untuk meraih mimpi, meningkatkan taraf hidup, dan memberi manfaat yang lebih luas. Dari visi dan misi ini, penulis menangkap bahwa B erl Cosmetics menempatkan keseimbangan antara kualitas produk, nilai keberlanjutan bisnis, serta kontribusi nyata bagi komunitas dan masyarakat.

### **2.1.2 Sejarah Perusahaan**

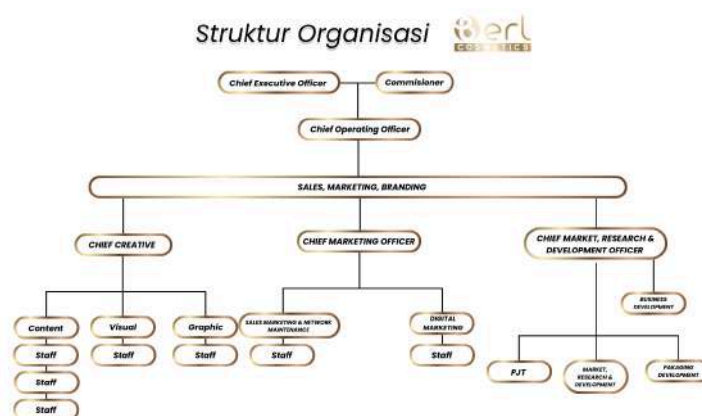
Pada tahun 2014 didirikan Perusahaan bernama PT Mutiara Erly Sejahtera yang bergerak di bidang kecantikan dan kesehatan yang meliputi produk skin care, makeup, personal care dan suplemen. Brand B erl Cosmetics pertama kali meluncurkan produk pada 27 Februari 2017 yang juga ditandai sebagai berdirinya brand ini. Di mana peluncuran produk

pertama, B Erl WoW Lightening Facial Serum langsung mendapat sambutan baik dari para pelanggan dan menjadi produk terlaris hingga saat ini.

B erl Cosmetics bekerja sama dengan pabrik besar dan terpercaya di Indonesia yang telah memperoleh sertifikasi Halal dari MUI. Didukung oleh tim R&D terbaik yang selalu berinovasi dan berkomitmen untuk menyediakan produk perawatan kulit dan kosmetik berkualitas premium untuk mewujudkan cantik-mu. Kecantikan sejati adalah jika kita melihat keindahan yang seutuhnya dalam diri seseorang. Karisma yang terpancar dari penampilan yang sehat, bersih dan bercahaya pada diri seseorang yang berkepribadian menyenangkan yang tercermin dari tutur kata dan perilaku yang santun, pikiran yang positif dan hati yang damai.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan merupakan susunan atau kerangka kedudukan sebuah jabatan dalam suatu perusahaan, yang berhubungan dengan pengaturan sistem dan proses operasional yang mencakup pekerja staff dan kelompok pekerja lainnya dalam suatu perusahaan (Ahmady, Mehrpour, & Nikooravesh, 2016). Struktur ini dirancang sehingga tugas, tanggung jawab bagi setiap pekerja terbagi jelas dan perusahaan dapat beroperasi dengan baik.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Perusahaan B erl Cosmetics  
Sumber: B erl Cosmetics

Penulis mendapatkan kesempatan untuk melakukan kegiatan magang di B erl Cosmetics sebagai *Graphic & Visual Intern*. Berikut adalah struktur organisasi dan tugas masing masing divisi di B erl Cosmetics:

### **1) *Chief Executive Officer***

*Chief Executive Officer* bertugas sebagai kepala perusahaan yang bertanggung jawab atas pengelolaan dan arah perkembangan perusahaan B Erl Cosmetics. CEO mengambil keputusan strategis, mengkoordinasikan seluruh divisi, serta menjadi penghubung antara Komisaris dengan jajaran eksekutif di bawahnya. Selain itu, CEO juga berperan sebagai wajah perusahaan dalam menjalin hubungan dengan investor, mitra bisnis, maupun pihak eksternal lainnya.

### **2) *Commissioner***

*Commissioner* atau Komisaris merupakan pihak yang mengawasi jalannya perusahaan secara keseluruhan. Tugas utamanya komisaris memberikan arahan strategis, melakukan evaluasi terhadap pekerja, serta memastikan bahwa perusahaan berjalan sesuai dengan visi, dan misi yang telah ditetapkan. Komisaris tidak terlibat langsung dalam kegiatan operasional harian, tetapi bertindak sebagai pengawas independen yang menjaga kepentingan pemegang saham dan stakeholder.

### **3) *Chief Operating Officer***

*Chief Operating Officer* merupakan kepala bidang besar yang membawahi staff utama dalam perusahaan. Chief bertanggung jawab dalam menjalankan kebijakan perusahaan di level divisi serta memastikan setiap bagian bekerja sesuai target dan arah strategis yang ditetapkan oleh CEO.

#### **4) *Sales, Marketing, Branding***

*Chief Sales, Marketing & Branding* berperan dalam mengelola kegiatan penjualan sekaligus memperkuat strategi pemasaran perusahaan. Posisi ini memastikan bahwa produk dapat dipasarkan secara luas melalui strategi penjualan yang efektif, serta membangun brand image B Erl Cosmetics.

#### **5) *Chief Creative***

*Chief Creative* memiliki tanggung jawab pada aspek kreatif perusahaan, khususnya dalam mendireksi staff desain lainnya, sesuai dengan brief oleh divisi konten perusahaan. Selain itu, bidang ini mencakup pembuatan desain visual, konten promosi, dan materi kampanye iklan.

#### **6) *Chief Marketing Officer***

*Chief Marketing Officer* bertanggung jawab pada strategi pemasaran jangka panjang perusahaan. CMO berfokus pada analisis pasar, perilaku konsumen, digital marketing, serta strategi untuk memperluas penetrasi pasar. Posisi ini juga berperan dalam mengintegrasikan visi pemasaran dengan aktivitas promosi yang dijalankan, bekerja sama erat dengan Chief Creative agar strategi dapat diwujudkan dalam bentuk kampanye yang efektif.

#### **7) *Chief Market, Research & Development Officer***

*Chief Market, Research & Development Officer* yang memiliki tugas utamanya adalah menganalisis tren dan kebutuhan konsumen, kemudian menerjemahkannya ke dalam pengembangan formula produk baru yang inovatif, aman, halal, dan sesuai standar kualitas. Posisi ini menjadi motor penggerak dalam inovasi produk, sehingga perusahaan mampu menjaga relevansi serta daya saing di tengah ketatnya industri kosmetik.

## 2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai salah satu perusahaan kosmetik lokal yang berkembang pesat di Indonesia, B erl Cosmetics memiliki portofolio produk kecantikan dan perawatan diri yang beragam. B erl Cosmetics juga aktif menyelenggarakan berbagai kegiatan yang bertujuan untuk memperkuat brand awareness serta mendekatkan diri dengan konsumen. Melalui inisiatif tersebut, B erl Cosmetics tidak hanya berkontribusi dalam dunia bisnis, tetapi juga memberikan dampak positif dengan mendorong rasa bangga terhadap produk lokal dan budaya Indonesia.

### 1. Roadshow di Halte Tosari

Menjelang peringatan Hari Batik Nasional, B erl Cosmetics menggelar kegiatan roadshow di Halte Tosari, Bundaran HI, Jakarta. Acara pada tahun 2023 ini menjadi momen spesial karena tidak hanya memperkenalkan produk kecantikan B erl Cosmetics kepada masyarakat luas, tetapi juga turut mengapresiasi budaya Indonesia dengan semangat yang sejalan dengan Hari Batik. Melalui roadshow ini, perusahaan berupaya lebih dekat dengan konsumen, menghadirkan edukasi seputar perawatan diri, serta menunjukkan komitmen dalam mendukung kepercayaan diri masyarakat Indonesia. Kehadiran acara di lokasi ikonik seperti Bundaran HI pun menambah daya tarik sekaligus mencerminkan semangat modern yang berpadu dengan kekayaan budaya nasional.



Gambar 2.3 Kegiatan *Roadshow* di Halte Tosari  
Sumber: <https://jakarta.suaramerdeka.com>



## 2. B Erl x Batik Trusmi

Kolaborasi antara B erl Cosmetics dan Batik Trusmi dalam peluncuran produk terbaru menjadi wujud sinergi antara industri kecantikan dan warisan budaya lokal, di mana Batik Trusmi menghadirkan sentuhan budaya melalui motif dan filosofi batik, sementara B erl Cosmetics memberikan inovasi modern lewat kualitas dan kemasan produk. Aspek desain berperan penting dalam menyatukan identitas kecantikan modern dengan nilai tradisional, terlihat dari pengemasan yang mengadaptasi motif batik khas Trusmi sehingga menghadirkan visual elegan sekaligus sarat makna. Perpaduan estetika modern dan nilai kultural ini tidak hanya memperkaya identitas produk, tetapi juga menciptakan pengalaman visual unik bagi konsumen, memperkuat citra B erl Cosmetics sebagai brand lokal yang inovatif dan peduli budaya, serta menegaskan komitmen untuk menumbuhkan kebanggaan masyarakat terhadap produk dalam negeri.



Gambar 2.4 Foto Bunda Erlyanie dengan poster B Erl x Batik Trusmi  
Sumber: <https://www.tribunnews.com>

## 3. B Erl at Indonesia Fashion Aesthetic

B erl di Indonesia at Fashion Aesthetic menjadi salah satu ajang penting untuk memperkuat citra brand di industri kecantikan sekaligus memperluas jangkauan pasar. Kegiatan ini berlangsung pada Februari 2025 ini, tidak hanya menampilkan produk-produk unggulan, tetapi juga

menunjukkan komitmen dalam mendukung perkembangan tren kecantikan yang selaras dengan dunia mode. Kehadiran B erl di acara ini turut didukung oleh kontribusi desain, mulai dari visual booth, materi promosi, hingga tata artistik yang memperkuat identitas brand agar lebih menarik perhatian pengunjung. Dampaknya, kegiatan ini mampu meningkatkan brand awareness, membangun hubungan lebih dekat dengan konsumen, serta menegaskan posisi B erl Cosmetics sebagai brand lokal yang modern, inovatif, dan relevan dengan perkembangan gaya hidup masyarakat Indonesia.



Gambar 2.5 Poster announcement B Erl at Indonesia Fashion Aesthetic  
Sumber: <https://www.instagram.com/reel/DFzld7AB62O/>

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA