

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Tentang PT Parvis Magna Jaya Studio Tropik**

##### **2.1.1 Profil Singkat Perusahaan**

PT Parvis Magna Jaya merupakan perusahaan kecantikan lokal yang menaungi *brand* Studio Tropik. Studio Tropik didirikan pada tahun 2017 oleh Mellisa Angelina. Nama Studio Tropik memiliki makna tersendiri, di mana kata "Studio" merepresentasikan nilai profesionalisme, sementara kata "Tropik" mencerminkan pada kondisi iklim tropis di Indonesia.



Gambar 2.1 CEO PT Parvis Magna Jaya Studio Tropik  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Studio Tropik lahir dari kebutuhan akan produk kecantikan yang sesuai dengan kondisi kulit masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, Studio Tropik berfokus pada pengembangan produk yang mampu memberikan performa tinggi dengan hasil setara profesional, namun tetap praktis untuk penggunaan sehari-hari, serta dirancang agar sesuai dengan gaya hidup konsumen yang tinggal di lingkungan tropik dengan tingkat kelembaban tinggi.

Sebelum mendirikan Studio Tropik, Ibu Mellisa bekerja sebagai *Product Development Associate* di perusahaan kosmetik *Susan Raffy Consulting, Inc.* di Amerika Serikat. Melalui pekerjaannya sebagai *Product Development Associate* di perusahaan tersebut, beliau memperoleh kesempatan untuk mempelajari secara langsung proses pembuatan kosmetik, mulai dari tahap pemilihan bahan hingga pengujian formulasi produk. Pengalaman tersebut memberikan wawasan mendalam mengenai perawatan kecantikan, sehingga menumbuhkan motivasi untuk menciptakan produk kosmetik sendiri (Sugiarsono, 2025).

Sejak awal berdiri, Studio Tropik berkembang secara organik tanpa keterlibatan *venture capital*. Hingga saat ini, Studio Tropik memiliki lini produk yang beragam, mencakup kategori skincare dan kosmetik dengan berbagai bentuk dan tekstur, seperti padat, semi padat, cair, *powder*, dan *oil*. Beberapa produk unggulan Studio Tropik selama beberapa tahun adalah *Dreamsetter Setting Spray* dan *Flawless Priming Water* yang telah memenangkan berbagai penghargaan dan menjadi produk kepercayaan di kalangan Professional Makeup Artist (Sugiarsono, 2025).

Salah satu inovasi terbaru Studio Tropik adalah Hybrid Concealer, yaitu *concealer* dengan *skincare benefit* yang dirancang untuk memberi hasil akhir yang natural sekaligus menutrisi kulit. Produk ini dilengkapi dengan aplikator *wand* yang memberikan *cooling sensation* sehingga membantu mengurangi tampilan mata lelah saat digunakan. Hybrid Concealer hadir dalam 6 *shades* yang dirancang untuk mewakili 4 *undertones* kulit masyarakat Indonesia, serta diformulasikan dengan 0% *silicone*, menjadikannya lebih ringan dan nyaman digunakan sehari-hari. Selain itu, produk ini mampu memberikan efek *instant bright eyes*, sehingga sesuai dengan kebutuhan konsumen yang menginginkan tampilan segar dan cerah secara praktis.

### **2.1.2 Visi Misi PT Parvis Magna Jaya Studio Tropik**

Sebagai salah satu *brand* lokal kecantikan di Indonesia, PT Parvis Magna Jaya memiliki visi untuk menciptakan kehidupan di mana Studio Tropik merayakan keindahan dalam keberagaman, kreativitas, dan empati yang mendalam.

Sementara itu, misinya adalah menciptakan ekosistem kecantikan holistik, yang menawarkan solusi, pengalaman unik, dan juga memberi kembali kepada planet dan komunitas Studio Tropik.

### 2.1.3 Logo dan Tagline

Logo Studio Tropik digunakan sebagai identitas visual utama *brand* yang mencerminkan estetika modern, bersih, dan profesional. Logo ini menjadi representasi nilai *brand* yang mengedepankan kesederhanaan, keanggunan, dan kualitas.



Gambar 2.2 Logo Studio Tropik

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Selain logo, Studio Tropik memiliki *tagline* “Beauty Artistry Inspired by Nature”. Tagline ini mencerminkan filosofi inti Studio Tropik dalam menghadirkan produk kecantikan. Unsur *nature* menggambarkan bahwa setiap produk terinspirasi oleh bahan-bahan natural dan *botanical* yang telah melalui pembuktian formulatif oleh Studio Tropik. Unsur *artisanal* merujuk pada proses pengembangan produk yang dilakukan secara mandiri di laboratorium dan fasilitas produksi milik sendiri, menghasilkan formulasi unik dan inovatif dengan standar kualitas tinggi. Sementara itu, unsur *trustworthy* mencerminkan kepercayaan yang dibangun melalui keterlibatan para Professional Makeup Artist dalam proses pengembangan produk, serta pengakuan konsumen yang dibuktikan melalui berbagai penghargaan yang terus diraih selama 7 tahun berturut-turut.

## 2.2 Struktur Organisasi PT Parvis Magna Jaya Studio Tropik

Studio Tropik merupakan *brand* kecantikan yang dikenal dengan produk-produk berbahan alami dan diformulasikan dengan kandungan yang ramah bagi kulit. *Brand* ini memiliki struktur organisasi yang mendukung pengembangan produk, pemasaran, hingga distribusi. Berikut adalah struktur organisasi PT Parvis Magna Jaya:



Gambar 2.3 Struktur Divisi Perusahaan

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pada struktur perusahaan di atas, Studio Tropik dipimpin oleh Mellisa Angelina Selaku Chief Executive Officer (CEO). Di bawah kepemimpinannya, Studio Tropik memiliki lima departemen utama, yaitu *sales and marketing*, *creative and art*, *new product development*, *finance accounting and tax*, serta *human resources and general affair*.

Setiap divisi memiliki fungsi dan peran masing-masing dalam mendukung operasional, serta pengembangan perusahaan. Pada divisi *marketing*, posisi tertinggi dijabat oleh Ferdinand Utomo sebagai *Marketing Director*. Di bawah kepemimpinannya, struktur divisi marketing terdiri dari *senior brand manager*, *brand executive*, *brand activation*, *KOL specialist*, *marketing support*, *digital marketing*, *social media supervisor*, *social media analytics*, dan *content creator*.

Pemangag menempati posisi sebagai *social media analytics* di bawah bimbingan dan pengawasan langsung dari Marketing Director Ferdinand Utomo, serta berkolaborasi secara langsung dengan Social Media Supervisor Shendita Octariany. Penempatan ini sesuai dengan struktur organisasi internal yang berlaku di divisi *brand* Studio Tropik sebagaimana ditampilkan pada bagan berikut:



Gambar 2.4 Struktur Divisi Marketing

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Departemen *marketing* PT Parvis Magna Jaya memiliki tanggung jawab dalam membangun dan memperkuat identitas *brand* melalui penerapan berbagai strategi pemasaran. Divisi ini terdiri dari beberapa tim yang berperan dalam menciptakan komunikasi yang efektif dan menarik bagi audiens, berikut penjelasannya:

#### A. Marketing Director

Marketing Director bertanggung jawab dalam mengembangkan, mengarahkan, dan mengawasi seluruh strategi pemasaran. Posisi ini berperan penting dalam menentukan arah komunikasi *brand*, serta perencanaan kampanye yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* hingga mendorong pertumbuhan penjualan.

#### **A. Senior Brand Manager**

Bertanggung jawab untuk keseluruhan aktivitas strategis yang berkaitan dengan pengembangan *brand*. Tugas utamanya mencakup perancangan arah strategi *brand*, baik jangka pendek maupun jangka panjang, serta memastikan bahwa setiap aktivitas pemasaran sejalan dengan identitas dan nilai *brand*. Selain itu, *sennior brand manager* juga melakukan evaluasi terhadap performa kampanye, serta mengembangkan kampanye baru.

#### **B. Brand Executive**

Berperan dalam mendukung strategi *brand* dengan menyediakan data dan analisis yang relevan. Tugasnya meliputi melakukan riset pasar dan analisis kompetitor guna memahami posisi produk Studio Tropik di tengah persaingan industri kecantikan. *Brand executive* akan mengumpulkan dan mengolah data terkait tren pasar, strategi kompetitor, serta mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan produk dibandingkan kompetitor. Selain itu, Brand Executive juga mengelola komunitas Tropik Insiders sebagai upaya untuk memperkuat hubungan brand dengan konsumennya.

#### **C. Brand Activation**

Bertanggung jawab dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan pemasaran, baik secara *offline* maupun *online* untuk memperkenalkan serta memperkuat kehadiran Studio Tropik di pasar. Selain itu, brand activation juga bertanggung jawab dalam menjalin dan mengelola *partnership* dengan berbagai *brand*, komunitas, atau *event* yang relevan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan eksposur.

#### **D. Digital Marketing**

Digital Marketing bertanggung jawab dalam merancang, melaksanakan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran digital Studio Tropik di berbagai *platform online*. Posisi ini berfokus pada peningkatan visibilitas *brand*, *engagement* audiens, serta konversi melalui kanal digital seperti sosial media.

#### **E. KOL Specialist**

Bekerja sama dengan *influencer* atau *Key Opinion Leader (KOL)* dan mencari *Makeup Artist Profesional (MUA)* untuk menjalin kolaborasi yang dapat



memperluas jangkauan serta membangun kredibilitas *brand*.

#### **F. Social Media Supervisor**

Bertanggung jawab dalam mengelola strategi komunikasi digital *brand* di berbagai *platform* media sosial. Tugas utamanya mencakup merancang dan menyusun strategi konten yang bertujuan untuk meningkatkan *engagement*, *brand awareness*, serta mendukung target penjualan. Selain itu, *social media supervisor* juga membuat perencanaan konten bulanan untuk TikTok dan Instagram, serta menganalisis performa dari konten-konten yang telah dipublikasikan guna mengevaluasi efektivitas strategi.

#### **G. Content Creator**

Berperan dalam proses produksi konten kreatif, mulai dari *brainstorming* ide, pengambilan gambar atau video, *editing*, *copywriting* caption, hingga finalisasi sebelum diunggah. *Content creator* menciptakan konten visual yang sesuai dengan gaya komunikasi *brand*, sesuai dengan pilar konten. Tugas lainnya termasuk mendukung aktivitas harian seperti pembuatan *instagram story*, dan membalas *direct messages*.

#### **H. Social Media Analytics**

Posisi *social media analytics* di Studio Tropik berperan dalam menganalisis performa konten, mengevaluasi format dan waktu publikasi yang optimal, memantau tren serta performa kompetitor, dan menyusun *insight* strategis untuk pengembangan konten. Hasil analisis ini digunakan sebagai rekomendasi bagi tim kreatif dan *social media supervisor*, yang kemudian mengimplementasikannya untuk meningkatkan *engagement*, *brand awareness*, dan efektivitas komunikasi digital Studio Tropik.

#### **I. Marketing Support**

Berperan sebagai penghubung antar divisi dengan bertanggung jawab terhadap pengelolaan berbagai kebutuhan administratif yang berkaitan dengan kegiatan *marketing*. *Marketing support* memastikan seluruh proses administrasi, mulai dari pemesanan barang, permintaan *approval*, hingga pelaporan dapat berjalan rapi, tepat waktu, dan sesuai dengan prosedur yang berlaku.

### 2.3 Client dan Kolaborasi

Studio Tropik secara aktif menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, baik individu profesional maupun *brand* lain, sebagai bagian dari strategi penguatan identitas dan eksistensi di industri kecantikan. Kolaborasi ini menjadi salah satu bentuk komitmen Studio Tropik dalam menghadirkan inovasi, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat hubungan dengan komunitas kecantikan di Indonesia. Berikut adalah beberapa kolaborasi yang pernah Studio Tropik lakukan:

#### a. Studio Tropik X Kopiko

Pada tahun 2022, Studio Tropik berkolaborasi dengan merek permen kopi legendaris Kopiko untuk menghadirkan produk edisi terbatas “Coffee Lip Oil Treat”. Produk ini merupakan pelembab bibir dengan formula vegan yang diperkaya aroma kopi khas Kopiko.

Kolaborasi ini menghadirkan dua varian warna yang terinspirasi dari dua rasa ikonik Kopiko, yaituAmericano dan Cappuccino. Coffee Lip Oil Treat memiliki tekstur ringan, tidak lengket, serta diperkaya dengan bahan-bahan bernutrisi seperti Caffeine dan Coffee Arabica Seed Oil yang berfungsi untuk menutrisi serta menjaga kelembaban bibir.



Gambar 2.5 Kolaborasi Studio Tropik X Kopiko

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Melalui kolaborasi ini, Studio Tropik berharap dapat memperluas jangkauan audiensnya dan memperkenalkan inovasi produk yang relevan dengan



gaya hidup masyarakat Indonesia, terutama bagi para pecinta Kopiko. Kolaborasi ini juga mencerminkan semangat kedua *brand* dalam menghadirkan produk yang tak lekang oleh waktu, autentik, dan dicintai oleh berbagai kalangan.

#### **b. Studio Tropik X Archangela Chelsea**

Pada tahun 2022, Studio Tropik berkolaborasi dengan Archangela Chelsea, salah satu *makeup artist professional* terkemuka di Indonesia, dalam menghadirkan lini skincare Glaze Skin. Glaze Skin dirancang untuk menghasilkan efek “*lit-from-within-glow*”, yaitu kulit yang tampak segar dan lembab dari dalam. Koleksi ini terdiri atas dua produk unggulan, yaitu Glaze Skin Precious Oil, dan Glaze Skin Pore Butter, yang diformulasikan secara khusus untuk mempersiapkan, melembabkan, serta menyempurnakan kondisi kulit sebelum aplikasi *makeup*.



Gambar 2.6 Kolaborasi Studio Tropik X Archangela Chelsea

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

Kolaborasi ini menjadi wujud komitmen Studio Tropik dalam menggabungkan inovasi dan keahlian profesional, menciptakan produk yang tidak hanya menunjang tampilan riasan, tetapi juga menyehatkan kulit dari dalam.

#### **c. Studio Tropik X Donny Liem**

Sebagai bentuk perayaan atas seni dan inovasi dalam dunia kecantikan, Studio Tropik berkolaborasi dengan Donny Liem, seorang *professional makeup artist* dengan pengalaman 25 tahun, dalam proyek eksklusif yang mencakup sesi pemotretan dan pembuatan konten kreatif.

Kolaborasi ini bertepatan dengan peluncuran Hybrid Concealer serta tiga varian *shades* terbaru dari Foundcealer 2in1 Foundation and Concealer. Melalui perpaduan antara teknik profesional Donny Liem dan inovasi *complexion* modern dari Studio Tropik, kolaborasi ini menampilkan harmoni antara keahlian profesional dan kebutuhan makeup sehari-hari.

#### **d. Studio Tropik X Sarah Erial**

Studio Tropik berkolaborasi dengan Sarah Erial, seorang *professional makeup artist*, dalam mengeksplorasi seni *complexion* melalui pembuatan konten kreatif dan pengembangan produk. Kolaborasi ini turut berperan dalam proses pengembangan beberapa produk andalan Studio Tropik seperti Foundcealer, DreamSetter Airbrush Cover Cushion, dan Hybrid Concealer.

Melalui kerja sama ini, Studio Tropik dan Sarah Erial menegaskan komitmen mereka terhadap keberagaman dan kecantikan alami yang inklusif, dengan menghadirkan produk yang mampu mewakili berbagai warna dan karakter kulit masyarakat Indonesia.

#### **e. Studio Tropik X Philips Kwok**

Dalam rangka peluncuran Elixir Priming Water, Studio Tropik bekerja sama dengan Philips Kwok, seorang *professional makeup artist*, untuk menciptakan konten makeup yang menyoroti keunggulan produk tersebut. Melalui kolaborasi ini, ditampilkan bagaimana Elixir Priming Water mampu memberikan hasil akhir kulit yang segar, rehidrasi, dan bercahaya sebelum mengaplikasikan makeup.

#### **f. Studio Tropik X Vinna Gracia**

Studio Tropik juga berkolaborasi dengan Vinna Gracia, seorang *professional makeup artist*, dalam pembuatan tutorial makeup menggunakan Elixir Priming Water. Kolaborasi ini bertujuan untuk menunjukkan cara penggunaan produk tersebut dalam menciptakan tampilan kulit yang lembab sebagai dasar penggunaan makeup. Melalui pendekatan edukatif ini, Studio Tropik ingin memperluas pemahaman konsumen tentang pentingnya tahap persiapan kulit sebelum merias wajah.

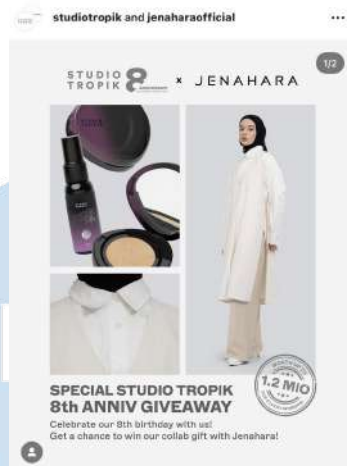
#### **g. Studio Tropik X Franky Wu**

Pada acara Jakarta X Beauty 2024, Studio Tropik berkolaborasi dengan Franky Wu, seorang *makeup artist* ternama, dalam menghadirkan Complexion Expert Masterclass Activation. Kolaborasi ini menampilkan produk-produk *complexion* unggulan Studio Tropik. Melalui *makeup class* ini, peserta dapat menyaksikan langsung bagaimana produk Studio Tropik mampu menciptakan hasil akhir *makeup* yang bagus.

Dalam rangka memperingati ulang tahun Studio Tropik yang ke-8, Studio Tropik mengadakan kolaborasi *giveaway* bersama beberapa *brand* lokal sebagai bentuk apresiasi terhadap para pengguna setia yang telah mendukung perjalanan Studio Tropik sejak berdiri. Kolaborasi ini tidak hanya bertujuan untuk memperkuat hubungan dengan audiens, tetapi juga menjadi strategi sinergis antar *brand* dalam meningkatkan eksposur dan *engagement* di media sosial. Berikut adalah beberapa *brand* yang berpartisipasi dalam kolaborasi *giveaway* tersebut:

#### **a. Studio Tropik X Jenahara**

Studio Tropik bekerja sama dengan Jenahara, salah satu *brand modest fashion* di Indonesia. Kolaborasi ini merupakan perayaan atas kepercayaan diri, dan kreativitas. Melalui sinergi antara identitas kecantikan Studio Tropik dan estetika *fashion* Jenahara yang elegan dan *timeless*, kolaborasi ini menekankan bahwa ekspresi diri tidak memiliki batas, baik melalui kecantikan maupun gaya busana.

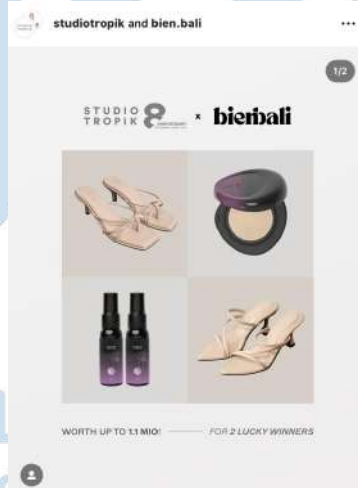


Gambar 2.7 Kolaborasi Studio Tropik X Jenahara

Sumber: Instagram Studio Tropik (2025)

#### b. Studio Tropik X Bien Bali

Studio Tropik juga berkolaborasi dengan Bien Bali, *brand* lokal yang dikenal dengan koleksi alas kaki elegan seperti *heels*, sandal, *flats*, dan *slip-on*. Melalui kerja sama ini, Studio Tropik dan Bien Bali merayakan perempuan yang bergerak dengan tujuan, anggun, dan percaya diri dari langkah pertama hingga sentuhan akhir.

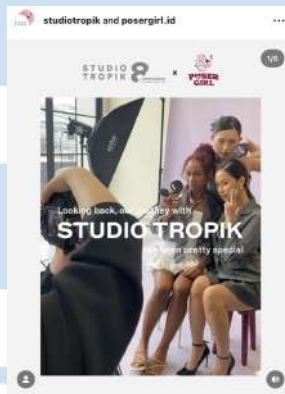


Gambar 2.8 Kolaborasi Studio Tropik X Bien Bali

Sumber: Instagram Studio Tropik (2025)

### c. Studio Tropik X Poser Girl

Studio Tropik bekerja sama dengan Poser Girl, sebuah studio fotografi. Kolaborasi ini bertujuan mendorong audiens untuk menjadi diri sendiri di depan kamera, hanya menampilkan kepercayaan diri.

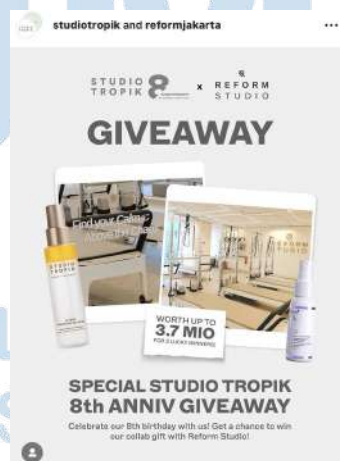


Gambar 2.9 Kolaborasi Studio Tropik X Poser Girl

Sumber: Instagram Studio Tropik (2025)

### d. Studio Tropik X Reform Studio

Studio Tropik juga menjalin kolaborasi dengan Reform Studio, sebuah studio Pilates. Melalui kolaborasi ini, Studio Tropik menekankan bahwa kecantikan tidak hanya berasal dari *skincare* atau *makeup*, tetapi juga dari keseimbangan, kepercayaan diri, dan kenyamanan dalam tubuh sendiri.



Gambar 2.10 Kolaborasi Studio Tropik X Reform Studio

Sumber: Instagram Studio Tropik (2025)