

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Natura Pesona Mandiri

Dari hasil wawancara dengan HRD mengenai penjelasan perusahaan, penulis mendapatkan informasi bahwa PT Natura Pesona Mandiri (NPM) merupakan perusahaan terpadu yang bergerak di bidang barang dan jasa, dengan lini usaha mencakup destinasi wisata, kuliner, manufaktur, serta kosmetik. Didirikan pada tahun 2016 oleh Billy Hartono Salim. Perusahaan berkantor pusat di dua lokasi: Bali (Jl. Raya Denpasar–Bedugul, Baturiti) dan Jakarta (Sentra Niaga Puri Indah, Jakarta Barat). Unit usaha dan merek unggulan NPM meliputi Secret Garden Village, Oemah Herborist, Secret Garden, Bali Dancer, dan Bali Boat.

Secret Garden Village (SGV) lahir dengan visi melestarikan sekaligus merayakan kekayaan warisan budaya Indonesia. Sebagai destinasi, SGV menghadirkan perpaduan harmonis antara nilai tradisi dan pengalaman modern di Bali. Lebih dari sekadar tempat berkunjung, SGV mengundang pengunjung menyelami warisan Nusantara melalui pengalaman yang imersif dan produk-produk berkualitas.

Oemah Herborist berfokus pada produk berbasis bahan alami dan herbal. “Oemah” berarti “rumah”, sehingga Oemah Herborist dimaknai sebagai rumah bagi keajaiban herbal dengan menggabungkan kearifan pengobatan tradisional dengan pendekatan yang modern.

Secret Garden, Bali Dancer, dan Bali Boat merupakan lini kosmetik utama PT Natura Pesona Mandiri, masing-masing dengan keunggulan yang berbeda. Secret Garden mengembangkan rangkaian perawatan tubuh dan wellness yang merefleksikan kekayaan botani Bali. Bali Dancer terinspirasi dari keindahan alam pulau tersebut, menawarkan produk yang menghadirkan pengalaman relaksasi. Sementara itu, Bali Boat berfokus pada perawatan tubuh dan wajah untuk

melindungi kulit dari paparan sinar matahari, dengan penekanan pada penggunaan bahan-bahan alami.

Penulis melakukan aktivitas magang di PT Natura Pesona Mandiri selama lebih dari 640 jam dalam divisi *KOL & Affiliate Specialist Intern*. Pada kerja magang ini penulis membantu dalam mengurus serta mencari *KOL* dan *affiliate* untuk kerjasama digital marketing, dengan berfokus pada unit bisnis kecantikan mereka yaitu Secret Garden, Bali Dancer, dan Bali Boat.

1) Secret Garden

Secret Garden lahir di Bali pada 2016 dengan misi menghadirkan perawatan tubuh dan wellness yang memanfaatkan kekayaan botanical pulau untuk menyeimbangkan kesehatan tubuh dan ketenangan jiwa. Secret Garden memiliki logo yang berisikan nama merek dan tagline mereka, logo simple yang mudah diingat dan menunjukkan *image brand*. Tagline “*Inspired by Earth, Made for You*” menegaskan komitmen pada formulasi bernuansa alami yang relevan dengan kebutuhan kulit, sekaligus estetika modern untuk segmen SES A–B. Sejak awal, Secret Garden menekankan self-care yang menyenangkan sekaligus mindful, serta konsisten pada praktik keberlanjutan, mulai dari seleksi bahan hingga kemasan agar pengalaman merawat diri tetap selaras dengan alam.



Gambar 2.1 Logo Secret Garden

Sumber: Data Perusahaan (2025)

Secret Garden mencakup tiga lini yang saling melengkapi yaitu *body care & wellness*, *home & living*, serta *parfum*. Untuk *body care*, varian utamanya meliputi Frangipani, Balinese Oryza, Geranium,

Bergamot, Lemongrass, Rose, Lavender, dan Peppermint, dirancang menghadirkan manfaat fungsional sekaligus sensorial dalam ritual harian. *Lini home & living*, seperti reed diffuser dan linen/room spray dengan membawa nuansa Bali ke ruangan. Sementara koleksi parfum dikembangkan secara terpisah dengan karakter wangi elegan yang nyaman dipakai harian maupun untuk momen spesial.

Produk Secret Garden dipasarkan melalui toko *offline*, *pop up* dan *E-commerce*. Toko permanen yang menjual produk Secret Garden adalah di Secret Garden Village, Seminyak Square, Ubud Market, Barawa, Kota Kasablanka Mall, Lippo Mall Puri, dan Grand Indonesia. Selain itu, Secret Garden juga banyak membuka *Pop Up Store* diantaranya Soekarno Hatta Airport, Lippo Mall Nusantara, Living World Alam Sutera dan berbagai lokasi lainnya. Produk Secret Garden juga tersedia di gerai Watsons dan Guardian di Indonesia. Untuk pembelian online, konsumen dapat mengakses e-commerce resmi melalui Shopee @secretgardenofficial, Tokopedia @secretgardenofficialshop, dan TikTok Shop @secretgarden.ofc.

2) Bali Dancer

Bali Dancer adalah *brand* perawatan tubuh dan aroma yang mengangkat ketenangan sebagai esensi utama, terinspirasi dari kekayaan budaya serta tradisi Bali. Terinspirasi dari keindahan tarian bali yang penuh energi positif, Bali Dancer menghadirkan berbagai produk seperti aromatherapy oil, hair oil, reed diffuser, dan massage oil yang ditujukan bagi segmen SES B–C. Mengusung tagline “*Balinese Heritage Bliss*” setiap produk dikembangkan dengan memadukan kearifan lokal Bali dan teknologi modern, menggunakan bahan-bahan alami berkualitas untuk memberikan manfaat optimal bagi tubuh dan pikiran. Logo Bali Dancer memiliki gambar nama *brand* dan wanita yang sedang menari dengan

pakaian khas bali menunjukkan bahwa *brand* Bali Dancer berasal dari Bali, Indonesia.



Bali Dancer menerapkan prinsip keberlanjutan melalui proses produksi yang ramah lingkungan serta kepedulian terhadap tanggung jawab sosial. Dengan pendekatan ini, setiap produk tidak hanya memberikan perawatan yang menyenangkan, tetapi juga mencerminkan komitmen dalam menjaga kelestarian alam dan budaya. Produk Bali Dancer tersedia melalui e-commerce shopee @baliboatofficial dan dapat ditemukan di jaringan ritel seperti Watsons dan Miniso Indonesia.

3) Bali Bali

Bali Boat merupakan brand yang berfokus pada produk perlindungan dan perawatan kulit dari paparan sinar matahari, dengan sasaran konsumen di segmen SES A-B. Terinspirasi oleh nuansa pantai dan laut Bali, Bali Boat menawarkan rangkaian sunscreen dengan berbagai macam produk dan tingkat SPF serta kemasan yang praktis untuk dibawa saat berpergian. Tagline “*Love Your Skin, Enjoy The Sun*” merefleksikan tujuan merek untuk melindungi kulit agar konsumen bebas beraktivitas di luar ruang tanpa rasa khawatir, sekaligus tetap menikmati momen di bawah matahari. Logo Bali Boat melambungkan suasana tropis dan simbol kapal layar yang merepresentasikan perlindungan dan petualangan di bawah sinar matahari khas Bali. Perpaduan warna kuning dan biru

menggambarkan kehangatan matahari serta ketenangan laut, mencerminkan karakter *brand* yang ceria, segar, dan dapat dipercaya.



Gambar 2.3 Logo Bali Boat
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Produk Bali Boat terbagi ke dalam dua kategori utama, yaitu sun protection dan after-sun. Kategori sun protection berfungsi memberikan perlindungan terhadap paparan UV-A dan UV-B, meliputi Sun Protection Lotion SPF 30, Sun Protection Lotion SPF 50, Sun Protection Spray SPF 30, Protection Spray SPF 50, Sunscreen Kids, dan Face & Body Sunscreen. Sementara itu, kategori after-sun diformulasikan untuk menenangkan dan melembabkan kulit setelah beraktivitas di bawah sinar matahari, terdiri dari After Sun Soothing Gel dan After Sun Soothing Lotion. Mengusung semangat petualangan khas bali, Bali Boat mendorong siapa pun untuk menikmati aktivitas luar ruangan dengan aman dan nyaman. Dengan semangat petualangan khas Pulau Bali, Bali Boat mengajak siapapun menikmati aktivitas outdoor dengan rasa aman dan nyaman. Produk Bali Boat bisa dibeli melalui pembelian online di Shopee @baliboatofficialstore.

2.2 Visi Misi PT Natura Pesona Mandiri

PT Natura Pesona Mandiri sebagai salah satu perusahaan kecantikan di Indonesia yang terinspirasi dari keindahan alam Bali. Informasi mengenai visi misi

didapatkan dari informasi yang diberikan oleh HRD. Berikut visi dan misi dari PT Natura Pesona Mandiri:

a. Visi

Untuk membangun destinasi pariwisata edukasi terbesar di Indonesia.

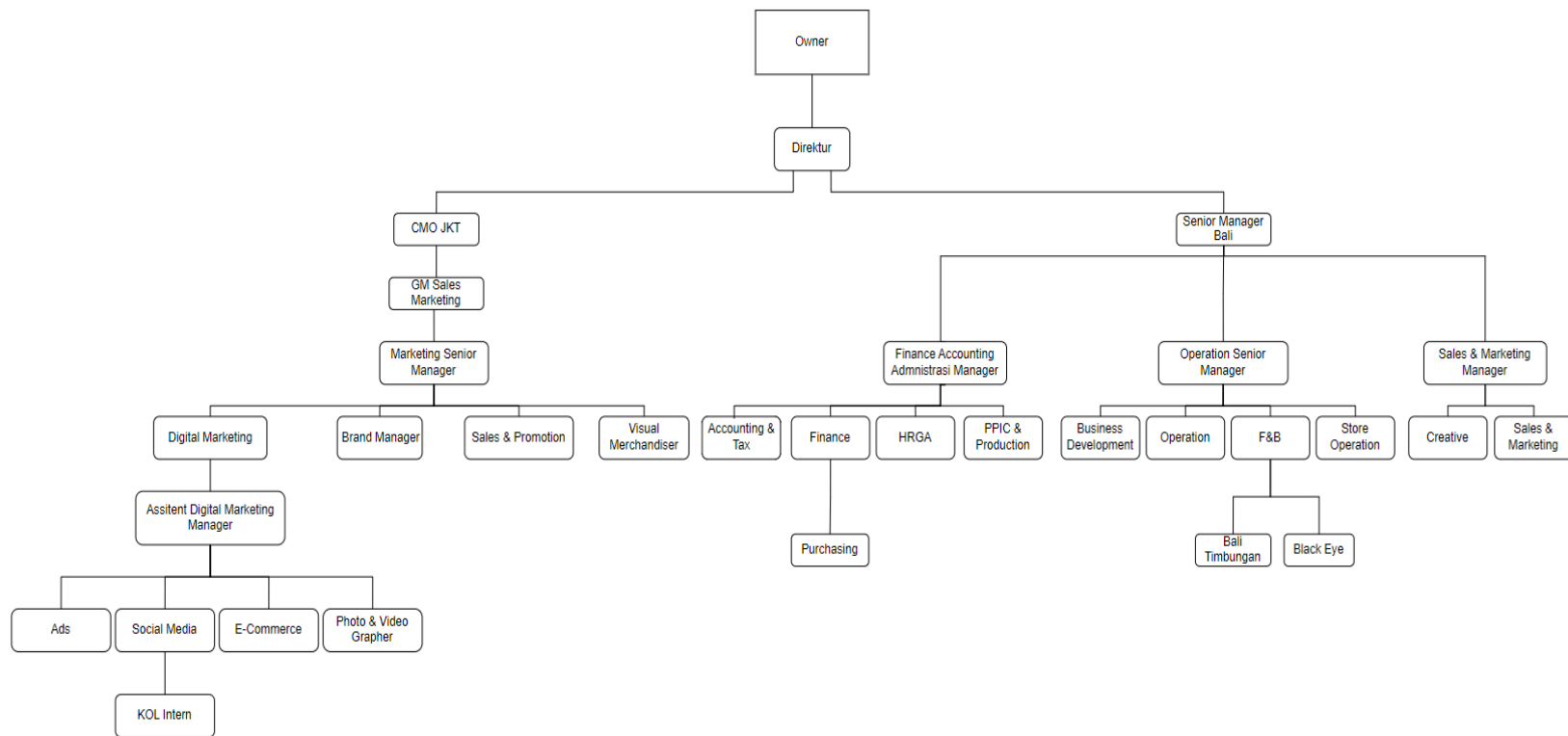
b. Misi

Untuk memastikan kreativitas dan inovasi generasi muda dalam menghadapi masa depan, sekaligus menjaga keseimbangan dalam melestarikan warisan dan budaya Indonesia

2.3 Struktur Organisasi PT Natura Pesona Mandiri

Untuk mendukung operasional perusahaan secara efektif, PT Natura Pesona Mandiri menerapkan pembagian tugas yang terstruktur pada setiap divisi. Masing - masing departemen memiliki peran penting dalam menjaga kelancaran bisnis mulai dari manajemen, pemasaran, operasional, hingga keuangan. Melalui koordinasi yang baik antar divisi, perusahaan mampu mencapai tujuan dan target serta memberikan pengalaman belajar yang maksimal bagi peserta magang. Berikut merupakan struktur organisasi PT Natura Pesona Mandiri.





Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Natura Pesona Mandiri
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Struktur organisasi PT Natura Pesona Mandiri menempatkan *Owner* sebagai pemegang kendali tertinggi yang menetapkan visi serta arah strategis perusahaan, dengan diawasi langsung oleh Direktur. Di bawah kepemimpinan Direktur, berbagai fungsi bisnis dijalankan oleh beberapa kunci utama, yaitu *Chief Marketing Officer (CMO)* Jakarta, *Senior Manager* Bali, *Finance*, *General Manager Sales Marketing*, *Marketing Senior Manager*, *Accounting & Admin Manager*, *Operation Senior Manager*, serta *Sales & Marketing Manager*. Setiap posisi memegang peran strategis dalam memastikan kelancaran operasional, pengembangan bisnis, pengelolaan keuangan, serta eksekusi strategi pemasaran dan penjualan sehingga perusahaan terus bertumbuh dan mencapai sasarnya. Uraian tugas tiap jabatan utama disajikan berikut ini.

1) ***Owner***

Sebagai otoritas tertinggi, *Owner* menetapkan visi-misi serta arah dan implementasi strategi PT Natura Pesona Mandiri. *Owner* memastikan seluruh fungsi bisnis bergerak sejalan dengan sasaran jangka panjang dan menjaga daya saing perusahaan. Keputusan strategis pada level ini mencakup ekspansi, investasi, kemitraan, serta penetapan kebijakan korporat yang berdampak luas. *Owner* juga mengarahkan prioritas inisiatif dan alokasi sumber daya utama agar eksekusi berjalan efektif. Dalam pelaksanaannya, *Owner* berkolaborasi dengan Direktur dan jajaran manajemen untuk menyelaraskan rencana lintas divisi, memantau kinerja dan risiko, serta memastikan setiap langkah tetap konsisten dengan nilai dan tujuan perusahaan.

2) ***Direktur***

Direktur bertindak sebagai penggerak utama yang menerjemahkan visi dan strategi *Owner* ke dalam rencana dan target yang dapat dieksekusi. *Direktur* memimpin, mengawasi, dan mensinergikan kerja lintas divisi operasional, pemasaran, sehingga keuangan agar koordinasi antar tim efektif dan proses bisnis berjalan stabil serta efisien. Pada saat

yang sama, *Direktur* memegang kewenangan atas keputusan kunci terkait alokasi anggaran, prioritas inisiatif pemasaran, penguatan operasional, dan pengembangan peluang bisnis baru. Melalui pemantauan indikator kinerja dan telaah laporan manajemen, *Direktur* melakukan evaluasi berkala untuk mengidentifikasi risiko dan area perbaikan. Temuan tersebut menjadi dasar penetapan kebijakan serta strategi yang adaptif terhadap dinamika pasar, sehingga perusahaan mampu mempertahankan pertumbuhan dan keberlanjutan.

3) ***Chief Marketing Officer (Jakarta)***

Chief Marketing Officer (CMO) Jakarta memimpin perumusan dan pelaksanaan strategi pemasaran end-to-end agar positioning merek, arah komunikasi, dan ekspansi pasar konsisten dengan visi perusahaan. Ia menyusun roadmap jangka panjang lintas kanal digital, media konvensional, hingga experiential serta mengatur anggaran dan menetapkan KPI untuk mengukur efektivitas kampanye. Berbasis data, CMO memantau performa (*awareness*, konversi, retensi), mengoptimalkan ROI, dan menyesuaikan bauran kanal sesuai dinamika pasar. Di sisi kolaborasi, CMO bekerja erat dengan jajaran eksekutif serta tim penjualan, produk, dan layanan pelanggan supaya inisiatif marketing terintegrasi dengan tujuan bisnis dan pipeline revenue. Dengan wawasan atas tren industri dan perilaku konsumen, CMO menjaga keunggulan kompetitif perusahaan sekaligus mendorong akuisisi pelanggan baru dan peningkatan retensi.

4) ***Senior Manager (Bali)***

Senior Manager Bali memimpin operasional dan strategi pemasaran untuk wilayah Bali yang memiliki karakter pasar tersendiri. Posisi ini membawahi *Finance Accounting & Administration Manager*, *Operation Senior Manager*, serta *Sales & Marketing Manager*, sekaligus menyelaraskan rencana wilayah dengan strategi perusahaan. Tanggung

jawab utamanya mencakup orkestrasi koordinasi antar tim operasional, pemasaran, dan pengembangan bisnis agar proses berjalan efisien dan target tercapai. Selain itu, *Senior Manager* Bali menetapkan KPI regional, mengelola anggaran dan peramalan penjualan, serta melakukan tinjauan kinerja berkala. Di sisi eksternal, ia membangun dan memelihara kemitraan dengan mitra lokal, memantau regulasi setempat, menganalisis peluang ekspansi (segmen, kanal, atau area baru), dan memastikan portofolio produk/layanan tetap kompetitif serta relevan bagi pasar Bali.

5) ***General Manager Sales Marketing***

General Manager Sales & Marketing bertanggung jawab merancang dan mengeksekusi strategi pemasaran terpadu yang mendorong pertumbuhan penjualan serta pencapaian sasaran bisnis. Berada di bawah supervisi *CMO* dan membina langsung *Marketing Senior Manager*, peran ini memimpin tim penjualan dan pemasaran, menetapkan strategi akuisisi pelanggan, serta mengoptimalkan funnel dari *awareness* hingga *conversion* untuk meningkatkan rasio konversi. *General Manager Sales & Marketing* juga membangun kemitraan strategis dengan distributor/mitra, menata strategi harga yang kompetitif, dan mengelola program loyalitas guna memperkuat retensi. Di sisi kinerja, *General Manager Sales & Marketing* menganalisis performa penjualan dan efektivitas kampanye, menyusun laporan berkala kepada manajemen, serta menyesuaikan arah pemasaran secara berbasis data sesuai dinamika pasar.

6) ***Marketing Senior Manager***

Marketing Senior Manager mengorkestrasi eksekusi kampanye secara *end-to-end* mulai dari rencana kerja, linimasa, hingga pengendalian anggaran agar setiap inisiatif berjalan sesuai target. Fokus peran ini pada implementasi strategi *branding*, promosi, dan komunikasi pemasaran lintas kanal (digital, *event*, dan media sosial). Jabatan ini membawahi unit *Digital Marketing*, *Brand Manager*, *Sales & Promotion*, serta Visual

Merchandiser, sekaligus memastikan kolaborasi lintas tim dan konsistensi identitas merek pada seluruh materi. Di sisi analitik, *Marketing Senior Manager* memimpin riset pasar dan pemantauan kinerja kampanye (mis. jangkauan, *engagement*, konversi), mengevaluasi efektivitas, dan mengidentifikasi peluang baru untuk memperkuat visibilitas merek. Dengan pelaksanaan yang disiplin dan berbasis data, peran ini membantu perusahaan menjangkau audiens yang tepat dan meningkatkan daya saing.

7) ***Accounting & Admin Manager***

Accounting & Admin Manager mengelola fungsi keuangan dan administrasi secara menyeluruh, memastikan seluruh transaksi tercatat akurat, tepat waktu, dan patuh pada regulasi. Posisi ini membawahi unit *Accounting & Tax, Finance, HRGA*, serta *PPIC & Production*. Tanggung jawabnya meliputi penyusunan laporan keuangan berkala, perencanaan dan pengendalian anggaran, manajemen arus kas, pengawasan perpajakan, serta kepatuhan terhadap standar akuntansi yang berlaku. Pada ranah administrasi, peran ini menata tata kelola dokumen, pengurusan legalitas, pengarsipan, dan operasional administratif lainnya agar tertib dan efisien. Dengan fondasi keuangan dan administrasi yang kuat, perusahaan dapat menjaga stabilitas finansial sekaligus menopang pertumbuhan berkelanjutan.

8) ***Operation Senior Manager***

Operation Senior Manager memimpin pengelolaan end-to-end proses operasional mencakup rantai pasok, produksi, dan layanan pelanggan. Peran ini membawahi tim *Business Development, Operation, F&B*, serta *Store Operation*, sekaligus memastikan orkestrasi kerja yang efisien dari sisi perencanaan sumber daya, produktivitas produksi, hingga penegakan standar layanan. Selain mengawal kinerja harian, *Operation Senior Manager* proaktif mengidentifikasi hambatan operasional dan mengeksekusi perbaikan untuk mencegah turunnya produktivitas. Dengan

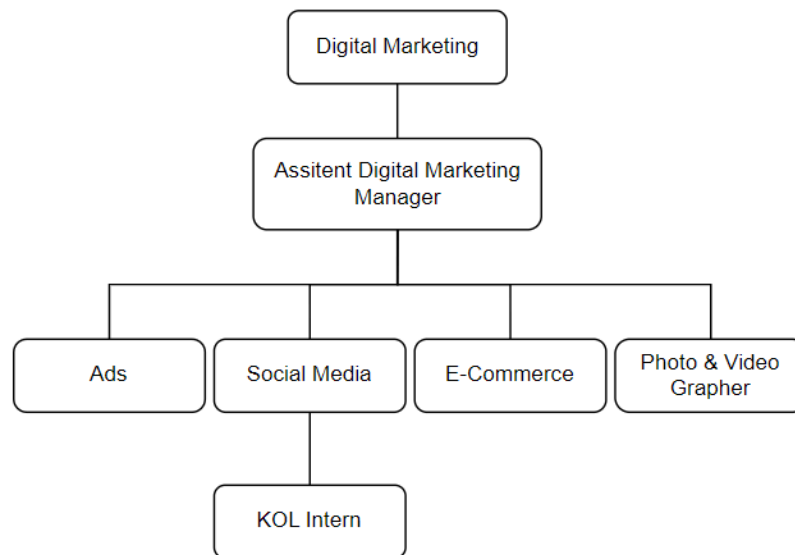
strategi operasi yang efektif, perusahaan dapat menekan biaya, mempercepat siklus kerja, dan menghadirkan pengalaman layanan yang unggul bagi pelanggan.

9) ***Sales & Marketing Manager***

Sales & Marketing Manager bertanggung jawab merancang dan mengeksekusi strategi pemasaran dan penjualan untuk mendorong pertumbuhan omset. Di bawah koordinasinya, divisi *Creative* serta *Sales & Marketing* menyiapkan dan menjalankan kampanye terintegrasi digital maupun offline dengan pesan yang konsisten dengan identitas merek. Peran ini mencakup perencanaan promosi, analisis perilaku konsumen dan kompetitor, serta penyelarasan kerja dengan tim penjualan agar target tercapai. *Sales & Marketing Manager* juga membangun hubungan dengan pelanggan kunci, mengelola anggaran kegiatan pemasaran, dan memantau indikator kinerja utama untuk perbaikan berkelanjutan. Dengan pendekatan berbasis data dan eksekusi yang disiplin, posisi ini memastikan perusahaan tetap kompetitif di pasar dan mampu menarik sekaligus mempertahankan pelanggan.

2.4 Struktur Organisasi Digital Marketing

Divisi *Digital Marketing* PT Natura Pesona Mandiri berfokus membangun merek dan mendorong penjualan melalui strategi serta eksekusi kampanye di kanal digital utama. Tim ini memadukan kreativitas dan data untuk merancang pesan, menjaga kehadiran online, dan mengoptimalkan pengalaman belanja agar hasilnya terukur dan berkelanjutan. Seluruh pekerjaan dijalankan secara terkoordinasi dengan unit terkait sehingga komunikasi tetap konsisten di setiap pekerjaan yang dilakukan. Berikut struktur organisasi Divisi Digital Marketing PT Natura Pesona Mandiri.



Gambar 2.5 Struktur Organisasi Departemen Marketing PT Natura Pesona Mandiri
Sumber: Olahan Pribadi dari Data Perusahaan (2025)

Berikut penjelasan pekerjaan dari lingkup divisi *Digital Marketing*

1) ***Assistant Digital Marketing Manager***

Assistant Digital Marketing Manager di PT Natura Pesona Mandiri bertanggung jawab mengatur kerja tim digital (iklan, media sosial, e-commerce, konten, dan *KOL*) dengan menentukan target, jadwal, dan anggaran, lalu memastikan semua eksekusi tepat waktu. Tugas ini mendukung kampanye berbagai produk dari Secret Garden, Bali Dancer, dan Bali Boat agar tiap kanal bergerak satu arah. Selain itu, memimpin meeting mingguan, memantau hasil di dashboard, membuat evaluasi, dan menjadi penghubung antar tim internal serta mitra luar (agensi, *KOL*, marketplace).

2) ***Ads Specialist***

Ads Specialist berperan mengelola iklan di Meta, Google, TikTok, dan iklan marketplace, menyusun target audiens, mengatur anggaran

harian, memilih materi iklan, serta mencoba beberapa versi untuk melihat mana yang paling efektif. Peran ini membantu promosi Secret Garden, Bali Dancer, dan Bali Boat pada setiap periode kampanye untuk menargetkan audience yang lebih spesifik dan menyeluruh. Kinerja iklan dipantau harian dan dirangkum mingguan supaya biaya lebih efisien dan dampaknya ke penjualan semakin kuat.

3) ***Social Media***

Social Media bertanggung jawab dalam Merencanakan dan membuat konten untuk Instagram dan TikTok seperti menulis caption, menjadwalkan posting, serta membalas komentar/DM untuk menjaga interaksi. Saat mengelola konten Secret Garden, Bali Dancer, dan Bali Boat, peran ini memastikan gaya bahasa dan tampilan tetap konsisten. Social Media juga menjadi kontak harian dengan *KOL & Affiliate Specialist Intern* untuk urusan brief, jadwal, kebutuhan materi, dan amplifikasi (misalnya repost atau boosting).

4) ***E-commerce***

Tim *Digital Marketing* bertanggung jawab Mengelola toko di Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop seperti memperbarui foto, judul, deskripsi, harga, promo, *bundling*, serta menjalankan live shopping. Pekerjaan ini memastikan pengalaman belanja untuk Secret Garden, Bali Dancer, dan Bali Boat berjalan lancar, mulai dari stok, pengiriman, hingga rating toko. Kinerja dipantau setiap hari dan dikoordinasikan dengan CS, gudang, serta tim iklan dan media sosial.

5) ***Photo & Video Grapher***

Divisi *Photo & Video Grapher* berfokus pada Membuat foto dan video produk maupun lifestyle sesuai panduan merek dengan menyiapkan ide dan daftar pengambilan gambar, melakukan shooting, lalu mengedit sampai siap dipakai. Materi yang dihasilkan mendukung kampanye Secret

Garden, Bali Dancer, dan Bali Boat di media sosial, iklan, dan e-commerce. Fokusnya adalah visual yang rapi, warna konsisten, dan file siap dipakai di berbagai ukuran rasio

6) *KOL & Affiliate Specialist Intern*

Membantu program *KOL* dari awal sampai selesai dengan mencari kandidat, menghubungi, mengirim paket produk yang akan dipromosikan, mengumpulkan bukti posting, dan menyusun laporan. Selain itu, ikut mengurus *affiliate* dengan membantu melakukan seleksi *affiliate*, menentukan produk yang diterima *affiliate* dan memastikan mereka memposting video sesuai *timeline* yang ditentukan. Tugas ini mendukung aktivitas Secret Garden, Bali Dancer, dan Bali Boat, dan berjalan dekat dengan Social Media sebagai kontak harian untuk menyelaraskan materi dan jadwal.

