

BAB II

GAMBARAN UMUM/ PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Profil Perusahaan



MAY MAY
hair · nail · make up

Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT Mayindo Tritunggal
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

May May Salon adalah perusahaan yang bergerak di bidang kecantikan berfokus untuk layanan perawatan rambut termasuk *beauty treatment*. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1976 oleh tiga bersaudara yaitu Yayang Tanie, Mei Mei Tanie, dan Lily Tanie. Dari awalnya berdirinya perusahaan ini, May May Salon berkomitmen untuk memberikan layanan perawatan rambut yang mempunyai kualitas yang tinggi dengan adanya pendekatan yang personal untuk pelanggan.

Dalam proses menjalankan usahanya, May May Salon menyediakan berbagai layanan perawatan seperti *haircut*, *hair treatment*, *hair coloring*, *perming*, *nail treatment*, *lashes*, hingga *makeup*. May May Salon terkenal karena adanya pendekatan konsultasi dan diagnosis rambut sebelum melaksanakan perawatan, sehingga dari sini setiap pelanggan dapat memperoleh solusi yang sesuai dengan kondisi rambutnya masing-masing. Dengan adanya pengalaman yang sudah berjalan selama 50 tahun, May May Salon berkembang menjadi salah satu salon yang dikenal di industri kecantikan Indonesia. May May Salon ini mempunyai beberapa cabang yang sudah tersebar di berbagai kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Tangerang. Hingga sekarang, May May Salon mempunyai sekitar total 13 cabang yang sedang beroperasi di pusat perbelanjaan dan lokasi yang strategis untuk mendapat jangkauan pelanggan secara luas.

Pada awal berdirinya perusahaan ini pada tahun 1976, May May Salon dimulai dari layanan *home service* yang hanya dilakukan di rumah. Tapi seiring berjalannya waktu dan banyak pelanggan yang merasa kualitas layanan May May Salon sangat memuaskan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan para pelanggan, May May Salon kemudian mulai dikenal lebih luas setelah membuka salon di Ruko Harmoni di Jakarta. Lokasi ini menjadi salah satu titik awal hingga dapat mengembangkan May May Salon sehingga menjadi lebih dikenal oleh masyarakat sekitar.



Gambar 2.2 Ruko Harmoni

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (1988)

Gambar di atas merupakan dokumentasi lama dari cabang Harmoni yang menunjukkan perkembangan awal May May Salon sebelum perusahaan melakukan ekspansi ke cabang-cabang lainnya. Dokumentasi tersebut menjadi bagian dari perjalanan dan sejarah perkembangan May May Salon dalam membangun identitas *brand* di industri Kecantikan. Cabang Harmoni ini menjadi

salah satu awal perkembangan May May Salon dalam membangun reputasi di Industri kecantikan dan hair salon.



Gambar 2.3 Outlet Central Park Mall

Sumber: Dokumentasi Penulis (2026)

Dengan berjalannya waktu beroperasi di Ruko Harmoni, May May Salon memutuskan untuk menutup operasional di Ruko Harmoni dan mulai untuk mengembangkan bisnisnya dengan membuka cabang di pusat perbelanjaan (*mall*). Dengan adanya perpindahan ini dilakukan supaya menjadi bentuk strategi dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan dapat mengikuti perkembangan gaya yang sedang *tren* di masyarakat. Salah satu cabang yang dikenal oleh pelanggan berada di Central Park Mall, yang dapat menjadi salah satu outlet dengan tingkat kunjungan pelanggan yang tinggi. Dapat dilihat bahwa May May Salon dapat berkembang menjadi layanan rumah hingga menjadi salon yang memiliki berbagai cabang di kota.



Gambar 2.4 Head Office PT Mayindo Tritunggal

Sumber: May May Academy (2020)

Selain mempunyai berbagai cabang salon yang tersebar di beberapa kota, May May Salon juga mempunyai kantor pusat (*head office*) yang digunakan sebagai tempat operasional perusahaan. Kantor ini menjadi fungsi sebagai pusat kegiatan administrasi untuk menjadi koordinasi antara tim untuk menjalankan aktivitas perusahaan. Tidak hanya itu, *head office* May May Salon juga digunakan untuk rapat, *trainee stylist*, *briefing* dan hal-hal yang berkaitan dengan operasional salon dan pengembangan perusahaannya. Selama pelaksanaan kerja magang, penulis juga pernah melakukan WFO di kantor May May Salon. Namun, penulis sendiri lebih sering bekerja di outlet salon yang sudah ditentukan yaitu Central Park Mall dan Mal Taman Anggrek.

2.2 Visi Misi PT Mayindo Tritunggal

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang kecantikan dan perawatan rambut, May May Salon juga memiliki visi dan misi yang harus dijadikan sebagai landasan untuk menjalankan kegiatan usaha dan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

VISI

Menjadi salon kecantikan yang terpercaya dengan menghadirkan layanan perawatan yang berkualitas serta juga inovatif.

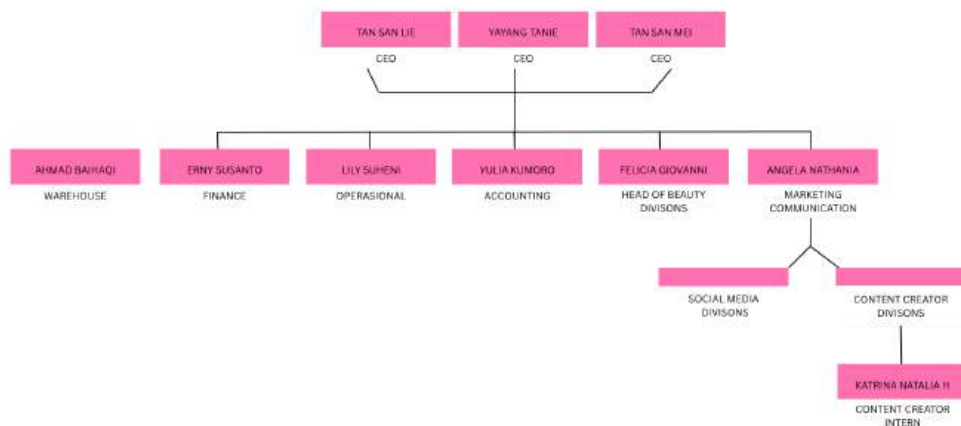
MISI

1. Memberikan pelayanan *hair* dan *beauty treatment* dengan kualitas yang terbaik kepada setiap pelanggan.
2. Mengembangkan inovasi dalam layanan *hair* dan *beauty treatment* agar tetap mengikuti perkembangan dari *tren* kecantikan.
3. Menjaga profesionalitas tim *stylist* dan karyawan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan.

4. Menjadi tempat perawatan kecantikan yang dapat memberikan pengalaman pelayanan yang nyaman untuk pelanggan dari berbagai kalangan.
5. Menghadirkan konsultasi dan solusi untuk perawatan rambut yang dapat disesuaikan dengan adanya kebutuhan untuk masing-masing pelanggan.

2.3 Struktur Organisasi PT Mayindo Tritunggal

Struktur organisasi pada PT Mayindo Tritunggal dirancang secara lebih terstruktur supaya dapat memastikan adanya kelancaran operasional dan koordinasi antar satu divisi. PT Mayindo Tritunggal sendiri mempunyai struktur organisasi yang jelas. Dengan adanya struktur ini yang telah terorganisir dapat untuk memastikan bahwa setiap bagian dalam perusahaan ini mempunyai tanggung jawab dan peran yang spesifik. Pada periode di magang, penulis berkesempatan untuk masuk ke dalam divisi *Marketing Communication* yang dipecah lagi menjadi *Content Creator*. Berikut merupakan struktur organisasi dari PT Mayindo Tritunggal:



Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT Mayindo Tritunggal

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

A. CEO (Chief Executive Officer)

Dalam perusahaan May May Salon, posisi *Chief Executive Officer (CEO)* dijabat oleh tiga orang yaitu Tan San lie, Yayang Tanie, Tan San Mei. Sebagai pemimpin tertinggi pada perusahaan PT Mayindo Tritunggal, CEO memiliki tanggung jawab untuk menentukan arahan dan strategi bisnis perusahaan secara keseluruhannya. Selain itu, CEO juga mempunyai peran dalam pengambilan keputusan yang strategis, pengembangan bisnis, dan memastikan bahwa operasional perusahaan dapat berjalan sesuai dengan visi dan misi May May Salon.

B. Warehouse

Divisi *Warehouse* dijabat oleh Ahmad Baihaqi yang memiliki tanggung jawab di bagian pengelolaan penyimpanan produk dan kebutuhan operasional salon. Divisi ini memastikan bahwa stok produk perawatan rambut dan kecantikan akan selalu tersedia dan terdistribusi dengan baik ke setiap cabang May May Salon supaya operasional salon dapat berjalan dengan lancar.

C. Finance

Divisi *Finance* dikelola oleh Erny Susanto yang memiliki tanggung jawab atas pengelolaan keuangan perusahaan. Tugasnya meliputi pengelolaan laporan keuangan, pengaturan anggaran perusahaan, dan memastikan bahwa kondisi keuangan perusahaan dapat tetap stabil untuk mendukung operasional dan pengembangan bisnis dari May May Salon.

D. Operational

Divisi *Operational* dipimpin oleh Lily Suheni yang memiliki tanggung jawab untuk mengawasi kegiatan operasional sehari di setiap cabang May May Salon. Divisi ini memastikan bahwa ada standar pelayanan, kualitas layanan, dan kinerja karyawan di setiap cabang supaya berjalan dengan baik dan sesuai dengan standar perusahaan.

E. Accounting

Divisi *Accounting* dipimpin oleh Yulia Kumoro yang memiliki tugas untuk mengelola pencatatan keuangan perusahaan secara lebih rinci dan *detail*.

Divisi ini mempunyai tanggung jawab dalam proses untuk pencatatan transaksi, laporan keuangan perusahaan tersusun secara akurat, dan pengelolaan administrasi keuangan.

F. Head Of Beauty Divisions

Divisi *Head of Beauty Division* dipimpin oleh Felicia Giovanni yang memiliki tanggung jawab dalam mengawasi dan mengembangkan layanan *beauty treatment* di May May Salon. Divisi ini memiliki peran untuk memastikan kualitas pelayanan *beauty treatment* seperti *nail art*, *eye extension* dan layanan kecantikan lainnya dapat berjalan sesuai dengan standar perusahaan. Selain mengawasi operasional *beauty division*, Felicia Giovanni memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan media sosial Instagram May May Beauty Bar sebagai sarana promosi dan untuk bagian *branding* layanan *beauty treatment* perusahaan. Dengan adanya media sosial tersebut, berbagai konten mengenai *nail art* dan *beauty treatment* dipublikasikan untuk menjangkau audiens lebih luas dan untuk meningkatkan *awareness*.

G. Marketing Communication

Divisi *Marketing Communication* dipimpin oleh Angela Nathania yang memiliki tanggung jawab untuk merancang strategi komunikasi pemasaran dan mengelola promosi May May Salon kepada masyarakat. Divisi ini mempunyai peran yang penting untuk meningkatkan *brand awareness* untuk membangun citra perusahaan melalui berbagai media dari komunikasi, terutama media digital. Di dalam divisi *Marketing Communication* ada beberapa bagian yang mendukung kegiatan dari pemasaran digital di perusahaan, yaitu *Social Media* dan *Content Creator*. Bagian *Social Media* bertugas untuk mengelola berbagai platform dari media sosial May May Salon seperti Instagram dan TikTok, yang termasuk dalam perencanaan konten, monitoring performa konten, dan interaksi dengan audiens di media sosial.

Sementara di divisi *Content Creator* lebih memiliki tanggung jawab dalam membuat berbagai konten yang kreatif berupa video maupun foto yang akan digunakan untuk kebutuhan promosi di media sosial. Konten yang dibuat

memiliki tujuan untuk memperkenalkan layanan yang terdapat di perusahaan, seperti menampilkan hasil karya rambut, hasil treatment, serta meningkatkan daya tarik dari audiens untuk May May Salon. Dalam struktur organisasi tersebut, penulis berada di posisi *Content Creator Intern* yang ada di bawah divisi *Marketing Communication*. Di posisi ini, penulis terlibat dalam proses pembuatan konten media sosial yang akan digunakan untuk kebutuhan promosi di May May Salon, mulai dari perencanaan ide konten, proses produksi video dan foto, dan sampai ke proses eksekusi konten yang kemudian akan diserahkan kepada tim *social media* untuk dipublikasikan pada platform digital seperti TikTok dan Instagram.

Selain itu, penulis juga memiliki tanggung jawab tambahan dalam program Instagram *trial* yang dibuat khusus untuk beberapa cabang di May May Salon, yaitu Central Park, Lippo Mall Puri, Summarecon Mall Serpong. Program ini mempunyai tujuan untuk meningkatkan visibilitas dari masing-masing cabang melalui pemasaran di media sosial secara lebih spesifik. Dalam program ini, penulis yang ditempatkan di cabang Central Park memiliki tanggung jawab untuk pembuatan dan eksekusi konten untuk akun Instagram di cabang tersebut. Konten yang dibuat akan lebih berfokus pada aktivitas salon, hasil *before* dan *after* karya rambut, serta suasana cabang May May Salon di Central Park. Namun, pengelolaan konten pada akun cabang ini tidak sekompleks akun utama May May Salon yang dipegang oleh divisi *Social Media*, karena akun cabang ini cakupan kontennya akan lebih sederhana dan lebih berfokus pada promosi outlet.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A