

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Tentang PT Teguh Pesona

PT Teguh Pesona merupakan perusahaan distribusi produk kosmetik di Indonesia yang telah memiliki pengalaman panjang dalam menghadirkan produk-produk kecantikan impor berkualitas dengan harga yang tetap terjangkau bagi masyarakat Indonesia. Sejak awal berdirinya, PT Teguh Pesona ini sudah berkomitmen untuk menjadi jembatan antara brand kosmetik internasional dengan konsumen lokal yang menginginkan produk berkualitas, aman, dan sesuai dengan tren global. PT Teguh Pesona ini didirikan pada bulan Mei 1991 oleh dua orang yang memiliki pemahaman mendalam tentang pasar kosmetik impor, yaitu Bapak Andy Susila dan Bapak Handoyo.



Gambar 2.1 Logo PT Teguh Pesona

Sumber: *LinkedIn* Perusahaan

Dengan latar belakang pengalaman yang kuat di industri ini, keduanya berhasil membangun fondasi perusahaan yang kokoh dan mampu bertahan serta berkembang di era persaingan industri kecantikan yang dinamis dan luas ini. Seiring berjalannya waktu, PT Teguh Pesona terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, baik dari sisi portofolio merek yang dikelola maupun jangkauan distribusinya. Meskipun produk impor dari PT Teguh Pesona belum terkenal dengan brand lokal lainnya. Namun, PT Teguh Pesona terus

membangun *brand awareness* serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk kosmetik impor.

Kantor pusat PT Teguh Pesona berlokasi di jantung kota Jakarta, yang menjadi pusat aktivitas operasional perusahaan. Lokasi strategis ini memungkinkan perusahaan untuk menjalankan distribusi secara efisien ke berbagai wilayah di Indonesia. Saat ini, PT Teguh Pesona didukung oleh tim profesional yang terdiri dari 112 karyawan, yang terbagi menjadi 58 karyawan Office dan 54 Beauty Advisor yang tersebar di berbagai titik penjualan. PT Teguh Pesona sudah memegang 6 brand, namun saat ini tersisa 3 brand impor yang diproduksi oleh PT Teguh Pesona.

PT Teguh Pesona selalu mengutamakan kualitas produk yang didistribusikan. Seluruh produk yang telah dikelola telah memenuhi standar keamanan dan memiliki izin resmi, sehingga aman digunakan oleh konsumen. Selain itu, perusahaan juga terus mengikuti perkembangan tren kecantikan global untuk memastikan produk yang ditawarkan tetap relevan dengan kebutuhan pasar. Tidak hanya fokus pada produk, PT Teguh Pesona juga berupaya untuk terus meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen. PT Teguh Pesona memahami bahwa kepuasan konsumen adalah kunci utama dalam mempertahankan loyalitas dan membangun hubungan jangka panjang. Oleh karena itu, berbagai strategi dilakukan untuk memberikan pelayanan terbaik, mulai dari pelatihan bagi *Beauty Advisor* hingga peningkatan sistem distribusi terbaik.

Saat ini, PT Teguh Pesona mengelola tiga brand kosmetik impor ternama, yaitu *BYS*, *theBalm*, dan *Absolute New York*. Ketiga brand ini memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga mampu menjangkau berbagai segmen pasar, mulai dari konsumen muda hingga pengguna profesional yang membutuhkan kualitas tinggi.



Gambar 2.2 Logo BYS

Sumber: Dokumen Perusahaan

PT Teguh Pesona merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan pemasaran produk kecantikan, khususnya *makeup* dan *beauty products* dari berbagai brand internasional, salah satunya adalah *BYS Cosmetics*. Selama melaksanakan kegiatan magang di PT Teguh Pesona, penulis ditempatkan untuk memegang dan menangani pemasaran *online brand BYS*, sehingga kegiatan kerja hanya berfokus pada pengelolaan konten untuk brand *BYS*. *BYS* sendiri dikenal sebagai brand kosmetik yang berasal dari *Australia* yang menghadirkan berbagai produk dengan konsep yang trendy, modern, dan fun. *BYS* juga memiliki value, yaitu *on-trend cosmetics*, *good quality & affordable price*, dan *fun & fashionable cosmetics*.

*BYS* juga memiliki beragam produk makeup mulai dari kategori *complexion*, *eye makeup*, *eyebrow*, *eyeliner*, *mascara*, hingga *lip products* yang dirancang untuk tampilan makeup dari natural hingga *bold*. *BYS* merupakan brand satu-satunya di bawah PT Teguh Pesona yang memiliki produk *skincare*. Selain menawarkan kualitas produk yang baik dengan formula *long-lasting* dan *comfortable to wear*, *BYS* juga menghadirkan berbagai inovasi produk dengan berbagai macam pilihan produk sehingga dapat digunakan oleh berbagai kalangan, baik pemula maupun *professional makeup artist*. *BYS* juga

merupakan satu-satunya brand yang sudah tidak memiliki *offline store*, sehingga brand *BYS* hanya berfokus pada penjualan online.



Gambar 2.3 Logo *theBalm*

Sumber: Dokumen Perusahaan

*theBalm* merupakan brand kosmetik asal *Amerika Serikat* yang dikenal dengan konsep makeup *fun, playful, dan multifunctional* dengan ciri khas *packaging* bergaya *retro vintage*. *theBalm* menghadirkan berbagai produk makeup berkualitas tinggi, sama seperti *BYS*. Produk *theBalm* juga memiliki produk untuk *complexion, eyes, lips*, hingga *palette multifungsi*. Produk-produk *theBalm* memiliki keunggulan seperti *high pigmentation, long-lasting, smudge-proof*, serta tekstur yang lembut dan mudah dibaurkan sehingga nyaman digunakan sehari-hari. Selain menawarkan hasil makeup yang menarik, *theBalm* juga menghadirkan berbagai inovasi produk multifungsi, seperti *eyeshadow* yang dapat digunakan dalam kondisi basah maupun kering, *lip & cheek products*, hingga *palette all-in-one* yang praktis dibawa bepergian.

**ABSOLUTE**  
**NEW YORK**

Gambar 2.4 Logo *Absolute New York*

Sumber: Dokumen Perusahaan

*ANY* atau *Absolute New York* merupakan brand kecantikan yang menghadirkan berbagai produk makeup berkualitas dengan konsep *bold*, *creative*, dan *on tren*, sehingga mendorong konsumen untuk berani mengekspresikan diri melalui makeup. *ANY* adalah brand makeup berasal dari *New York* yang didirikan pada tahun 2014 oleh Alex Chung. Produk *ANY* sendiri memiliki konsep sendiri yaitu “*Absolute Individual Beauty*” yang berarti produk *ANY* memberikan kecantikan sesuai dengan kebutuhan karakter masing-masing. Brand *ANY* merupakan brand besar yang dipegang oleh PT Teguh Pesona. *ANY* sudah hadir di 75 wilayah maupun negara. Sedangkan *ANY* masuk ke Indonesia pada tahun 2017 dan memiliki beberapa *offline store* baik di Jakarta, maupun di luar kota.

Dengan pengalaman lebih dari tiga dekade, PT Teguh Pesona terus berusaha untuk berkembang dan mempertahankan perusahaan sebagai salah satu distributor kosmetik impor di Indonesia. Komitmen terhadap kualitas, pelayanan, serta pemahaman terhadap kebutuhan konsumen menjadi landasan utama dalam setiap langkah perusahaan ke depan.

## **2.2 Visi Misi PT Teguh Pesona**

PT Teguh Pesona sebagai salah satu perusahaan distribusi produk kosmetik impor memiliki visi dan misi sebagai berikut:

### **VISI**

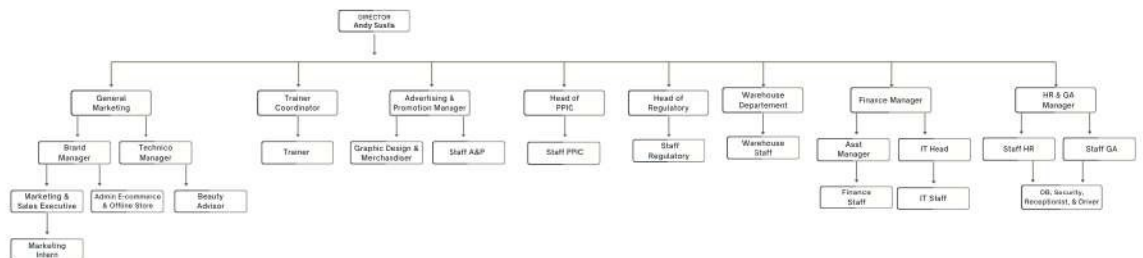
Menjadi perusahaan distributor terkemuka yang menyediakan beragam pilihan produk kosmetik..

### **MISI**

1. Memenangkan hati pelanggan dengan menyediakan produk untuk menunjang gaya hidup.
2. Memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

## 2.3 Struktur Organisasi PT Teguh Pesona

PT Teguh Pesona sudah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1991, meliputi layanan kosmetik yang diimpor dari luar negeri dan memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT Teguh Pesona

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Struktur organisasi PT Teguh Pesona dipimpin oleh seorang Director yang membawahi divisi utama, seperti *Marketing*, *Trainer*, *Advertising & Promotion*, *PPIC*, *Regulatory*, *Warehouse*, *Finance*, serta *HR & GA*. Kemudian dilanjut dengan *manager* dan *coordinator* setiap divisi yang berada di bawah *Director*. *Manager* bertanggung jawab atas setiap divisi yang dipegangnya.

Berhubung laporan magang ini membahas mengenai praktik kerja magang dalam posisi *Marketing Intern* yang merupakan bagian dari departemen *Marketing*, berikut adalah struktur departemen *Marketing* di PT Teguh Pesona:



Gambar 2.6 Struktur Divisi

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Departemen *Marketing* memiliki tanggung jawab yang besar dalam seluruh kegiatan pemasaran, baik pemasaran *offline* maupun *online* dan divisi ini diawasi oleh *Marketing General Manager*. Dalam departemen ini, tugas-tugas dan jabatannya terbagi lagi. Berikut masing-masing *job description* pada departemen marketing dan hubungannya dalam proses kerja magang:

#### A. *Brand Manager*

Jabatan ini bertanggung jawab atas seluruh brand dan menentukan strategi promosi serta konsep *campaign* atau *event* yang akan dijalankan. Posisi ini juga memastikan seluruh kegiatan pemasaran sesuai dengan identitas dan target market.

#### B. *Technico Manager*

Posisi ini bertanggung jawab terhadap edukasi dan informasi teknis produk kecantikan. Serta memberikan arahan terkait penggunaan produk kepada tim

maupun konsumen. Posisi ini juga membantu dalam memantau penjualan *offline store brand ANY* dan *brand theBalm*.

#### C. *Marketing & Sales Executive*

*Marketing & Sales Executive* adalah posisi yang menjalankan aktivitas pemasaran dan penjualan untuk masing-masing brand. Posisi ini juga yang menjadi supervisor setiap anak magang. Posisi ini juga membuat perencanaan promosi dan *campaign* produk serta berkoordinasi dengan *KOL* dan memperhatikan *insight* media sosial. Terakhir, posisi ini juga membantu dalam memantau perkembangan tren dan meriset kebutuhan audiens sebagai bahan evaluasi untuk strategi pemasaran.

#### D. *Beauty Advisor*

Posisi ini memberikan pelayanan dan konsultasi produk kepada konsumen di *offline store*. Posisi ini juga membantu konsumen dalam memilih produk sesuai kebutuhan dan mendukung peningkatan penjualan produk di *offline store* maupun di *event* tertentu.

#### E. *Admin E-commerce & Offline Store*

Posisi Admin ini membantu mengelola aktivitas penjualan pada *marketplace* dan toko *offline*. Untuk admin *offline store*, biasanya membantu menyiapkan produk untuk *KOL* dan *event* tertentu. Posisi ini juga memastikan stok produk dan *display* berjalan dengan baik. Serta, membantu proses administrasi penjualan dan pelaporan data penjualan.

#### F. *Marketing Intern*

Posisi *marketing intern* adalah membantu dan terlibat langsung dalam pengelolaan media sosial dan aktivitas pemasaran *digital brand* *BYS Cosmetics*. Dalam praktiknya, penulis berada di posisi marketing intern pada *brand* *BYS Cosmetics*. Tugas utama yang dilakukan dalam posisi intern ini adalah

membantu menyusun content plan dan mencari referensi ide konten untuk media sosial. Serta membantu melakukan *competitor analysis*, sekaligus membantu proses produksi konten dan berkoordinasi dengan *marketing executive* dalam aktivitas promosi digital. Posisi ini juga biasanya membantu memonitoring perkembangan konten media sosial sebagai bahan evaluasi strategi komunikasi brand.

