

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Priskila Prima Makmur merupakan pelopor dalam industri wewangian (*fragrance*) dan perawatan diri (*personal care*) di Indonesia. Perusahaan ini didirikan oleh Liong Juen Fat pada tahun 1980 [18]. Perusahaan ini berawal dari industri dengan skala kecil yang diinisiasi oleh Bapak Liong dan sang istri dengan toko pertama berada di daerah Pasar Pagi, Jakarta. Perusahaan ini memiliki brand parfum pertama yang mereka luncurkan pada tahun 1984, yang bernama Camellia. Seiring dengan pertumbuhannya, perusahaan yang mulanya berbentuk *Commanditaire Vennootschap* (CV) dan bertransformasi menjadi Perseroan Terbatas (PT) Priskila Prima Makmur pada tahun 1990. Pada tahun 1993, perusahaan meluncurkan brand parfum kedua mereka, yang bernama Casablanca. Perusahaan menunjukkan ketangguhan ekonomi yang tinggi ditunjukkan ketika krisis moneter tahun 1997, perusahaan mengalami lonjakan aktivitas ekspor produk. Demikian hal tersebut juga terjadi pada krisis pandemi tahun 2020, perusahaan tetap mampu untuk menghasilkan penjualan yang positif. Transformasi pada perusahaan terus terjadi, mulai dari kemitraan dengan ritel modern pada tahun 2002, peresmian pabrik di Sentul pada tahun 2013, integrasi dengan e-commerce pada 2016, pemindahan kantor pusat ke Cengkareng Business City (CBC) pada 2018, hingga restrukturisasi titik distribusi berskala masif, dari 29 operasi cabang menjadi 101 titik distribusi pada tahun 2021.



Gambar 2.1 Gedung Priskila Tower

### 2.1.1 Visi

Menjadi merek dan produsen produk perawatan pribadi terkemuka di Indonesia, yang menghadirkan produk-produk berkualitas tinggi, inovatif, dan berkelanjutan.

### 2.1.2 Misi

Untuk memproduksi dan menyediakan produk perawatan pribadi berkualitas tinggi, aman, dan terjangkau bagi masyarakat luas, dengan memadukan inovasi, teknologi, dan keberlanjutan, serta berupaya agar produk-produk ini dapat diakses oleh semua orang sambil tetap menjunjung tinggi standar keamanan dan keunggulan tertinggi.



Gambar 2.2 Logo Perusahaan PT Priskila Prima Makmur

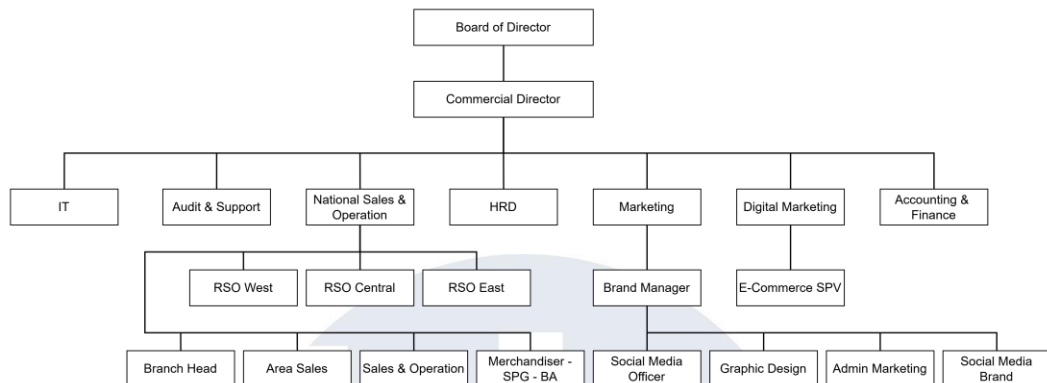
PT Priskila Prima Makmur berkomitmen untuk menyediakan serta mendistribusikan produk perawatan diri dan parfum yang berkualitas unggul dan terjamin keamanannya bagi masyarakat luas. Identitas visual dan logo perusahaan mencerminkan komitmen mereka dalam “inovasi yang berkelanjutan” yang dilaksanakan dari produk-produk yang mereka kembangkan. Perusahaan ini telah melahirkan berbagai merek unggulan di dalam pasar kosmetik nasional. Produk tersebut mencakup Camellia (1984) sebagai produk pertama Priskila, Casablanca sebagai merek kedua (1993), Bellagio (2008), Regazza (2012), hingga inovasi terbaru di produk pewarna rambut Excello pada tahun 2024. PT Priskila Prima Makmur telah memproyeksikan kesiapan penuhnya dalam menghadapi dinamika dan tantangan masa depan di industri perawatan diri nasional dan global.



Gambar 2.3 Lini masa Perusahaan PT Priskila Prima Makmur (sumber: priskila.co.id)

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Priskila Prima Makmur tersaji pada gambar 2.3 yang tersusun dalam sistem hierarki fungsional dan pembagian wewenang kerja yang diterapkan perusahaan.



Gambar 2.4 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan  
Sumber: Nama Belakang Penulis/Dokumentasi Perusahaan (Tahun)

Struktur perusahaan PT Priskila Prima Makmur dipimpin oleh *Board of Director* (Dewan Direksi) sebagai pemimpin tertinggi perusahaan. Di bawah dewan direksi terdapat *Commercial Director* (Direktur Komersial) yang menjembatani dari direksi ke pelaksana teknis dan mengoordinasikan seluruh aktivitas operasional dari beberapa departemen perusahaan. Direktur Komersial membawahi tujuh divisi utama yang bertanggung jawab untuk mendukung kegiatan bisnis perusahaan. Ketujuh divisi tersebut terdiri dari *Audit & Support*, *Information Technology* (IT), *National Sales & Operation*, *Human Resources Department* (HRD), *Marketing*, *Digital Marketing*, serta *Accounting & Finance*. Setiap divisi memiliki tugas dan fungsinya masing-masing, di mana setiap departemen fokus pada area keahliannya untuk memastikan kinerja perusahaan berjalan secara efektif, efisien, dan terintegrasi dalam mencapai target komersial. Penulis ditempatkan untuk melaksanakan kegiatan praktik kerja pada divisi *Information Technology* (IT) yang bertugas untuk mengelola teknologi dan segala sistem yang berkaitan dengan pengelolaan data di perusahaan.

### 2.3 Portfolio Perusahaan

Berikut merupakan merek-merek (*brand*) yang berada di bawah naungan PT Priskila Prima Makmur.



Gambar 2.5 Merek dan Produk Priskila (sumber: smesta.umkm.go.id)

### 2.3.1 Camellia

Camellia merupakan salah satu merek yang menjadi fondasi awal bagi PT Priskila Prima Makmur. Merek ini diperkenalkan pada tahun 1984 yang berfokus pada produk pewangi wanita. Camellia berasal dari tanaman hias yang berasal dari Asia Timur dan selatan, sehingga produk-produk Camellia memiliki karakter aroma floral yang klasik, manis, dan feminim. Produk-produk Camellia mencakup berbagai varian *body spray*, *body mist*, dan parfum yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pasar akan wewangian harian yang menyegarkan [19].

### 2.3.2 Casablanca

Casablanca merupakan merek kedua yang diluncurkan pada tahun 1993 yang telah menjadi salah satu merek paling ikonik dan sebagai pemimpin global di sektor wewangian. Merek ini menyasar segmen pasar yang lebih luas dengan menyediakan rangkaian produk perawatan diri bagi Pria (*Homme*) dan Wanita (*Femme*). Lini produk Casablanca lebih beragam daripada Camellia, seperti *eau de toilette* (EDT), *eau de parfum* (EDP), *spray cologne*, *body mist*, *body spray*, deodoran *roll-on*, hingga produk penata rambut seperti *pomade* dan *hair cream* [20].

### 2.3.3 Bellagio

Bellagio diluncurkan pada tahun 2008 untuk memenuhi segmentasi pasar pada perawatan diri bagi pria. Merek ini memiliki identitas yang merepresentasikan aura kemewahan, energik, maskulinitas dan elegan di setiap produk-produknya. Bellagio memiliki lini produk, seperti *eau de toilette* (EDT), *eau de parfum* (EDP), *body spray*, *body roll-on*, dan penataan rambut yang dapat meningkatkan kepercayaan diri seorang pria. Kualitas dan desain kemasan Bellagio dirancang secara khusus untuk memberikan proposisi nilai premium bagi konsumen pria modern dan berkelas [21].

### 2.3.4 Regazza

Regazza dirilis pada tahun 2012 sebagai identitas untuk merek perawatan diri eksklusif untuk wanita. Merek ini memiliki kedudukan yang sama dengan Bellagio dengan citra merek yang memancarkan aura feminin yang elegan, anggun dan mewah. Lini produk Regazza meliputi *eau de toilette* (EDT), *eau de parfum* (EDP), dan *body spray* dengan ragam varian aroma *fruity* dan *floral* untuk merepresentasikan kemewahan dan kesegaran. Merek Regazza diekspektasikan untuk dapat memenuhi segmen wewangian wanita premium dengan ketahanan aroma yang optimal [22].

### 2.3.5 Marie Jose

Marie Jose merupakan merek wewangian klasik yang memadukan kualitas produk dengan tingkat aksesibilitas harga yang terjangkau. Merek ini melayani segmen konsumen pria dan wanita melalui lini produk *eau de parfum* (EDP) dan *body mist*. Terdapat beberapa varian aroma yang ditawarkan untuk *body mist* yang dapat disesuaikan dengan kepribadian dan suasana hati pengguna dalam beraktivitas setiap harinya [23].

### 2.3.6 Excello

Pada tahun 2024, PT Priskila Prima Makmur meluncurkan segmentasi yang berbeda dari merek dan produk-produk sebelumnya. Perusahaan meluncurkan

merek Excello (*Excellent Hair Color*) yang berada pada segmentasi kosmetik rambut. Peluncuran merek dan produk Excello memperluas cakupan segmen perusahaan yang sudah identik di produk-produk wewangian dan perawatan tubuh [24].

