

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

CARESO adalah perusahaan lokal Indonesia yang beroperasi di bawah merek CARESO, yang berfokus terutama pada produk perawatan pribadi, khususnya parfum dan wewangian. Merek ini didirikan pada tahun 2019 ketika para pendirinya bertujuan untuk berinovasi dan menghadirkan nilai baru bagi industri kecantikan dan perawatan pribadi yang sangat kompetitif (CARESO Company Profile, 2026). Sejak didirikan, CARESO telah berfokus pada produksi produk yang terbuat dari bahan-bahan berkualitas tinggi yang aman dan terjangkau bagi berbagai kalangan konsumen. Perusahaan terus mengembangkan lini produknya dan memperkuat kehadirannya di pasar perawatan pribadi melalui inovasi dan strategi yang berorientasi pada konsumen.

2.1.1 Visi & Misi

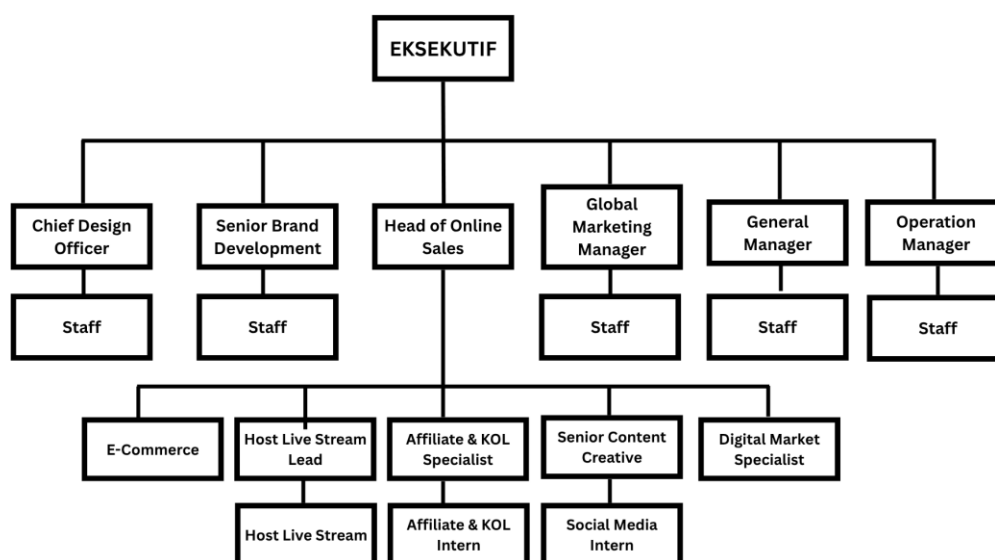
Visi CARESO tercermin dalam komitmennya untuk menciptakan dampak yang bermakna melalui kepedulian dan tanggung jawab terhadap masyarakat (CARESO Company Profile, 2026). Perusahaan ini bercita-cita untuk berkontribusi positif kepada konsumen dengan mempromosikan praktik kebersihan yang lebih baik dan meningkatkan akses ke produk perawatan pribadi yang aman dan andal. CARESO bertujuan untuk tumbuh sebagai merek terpercaya yang tidak hanya berfokus pada kualitas produk tetapi juga menekankan kepedulian terhadap konsumen, lingkungan, dan komunitas (CARESO Company Profile, 2026). Melalui visi ini, perusahaan berupaya untuk memantapkan dirinya sebagai peserta yang bertanggung jawab dan berdampak dalam industri perawatan pribadi.

Misi CARESO berpusat pada prinsip "untuk peduli," yang memandu operasi dan pengembangan produk perusahaan (CARESO Company Profile, 2026). Perusahaan berkomitmen untuk peduli terhadap konsumen dengan menyediakan produk perawatan pribadi yang aman dan berkualitas tinggi yang memenuhi

kebutuhan mereka. Selain itu, CARESO menekankan kepedulian terhadap produknya dengan mempertahankan standar kualitas, kepedulian terhadap lingkungan dengan mempromosikan praktik yang bertanggung jawab, dan kepedulian terhadap komunitas yang memiliki akses terbatas terhadap kebersihan yang layak (CARESO Company Profile, 2026). Nilai-nilai yang didorong oleh misi ini membentuk arah jangka panjang perusahaan dan memperkuat perannya dalam mendukung gaya hidup yang lebih sehat bagi masyarakat.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

CARESO merupakan perusahaan yang secara organisasi dipimpin oleh Eksekutif. Eksekutif ini menaungi banyak bagian atau divisi didalam perusahaan, seperti *Design, Brand Development, Online Sales, Global Marketing Manager, General Manager, dan Operation Manager* (CARESO Company Profile, 2026). Masing-masing divisi ini dipimpin oleh kepala bagian yang bertanggung jawab langsung kepada eksekutif terhadap kinerja divisi mereka. Secara khusus penulis berada dalam naungan Kepala Divisi *Online Sales* atau *Head of Online Sales*.



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: CARESO Company Profile (2026)

Divisi *Online Sales* di CARESO dipimpin oleh *Head of Online Sales*, yang bekerja langsung di bawah manajemen tingkat eksekutif perusahaan. Kepala *Online Sales* bertanggung jawab untuk mengawasi semua aktivitas yang terkait dengan operasi *Online Sales*, promosi digital, dan manajemen *marketplace*. Di bawah kepemimpinan ini, divisi tersebut didukung oleh beberapa peran khusus yang berkontribusi pada kinerja keseluruhan kehadiran *online* dan saluran penjualan perusahaan. Setiap peran memiliki tanggung jawab spesifik yang mendukung alur kerja divisi dan memastikan koordinasi di berbagai bidang pemasaran dan penjualan digital.

Pada divisi ini, staff *E-commerce* bertanggung jawab untuk mengelola daftar produk, mengoperasikan *marketplace*, dan memastikan kelancaran transaksi di berbagai *Platform online*. Pemimpin *Host Live Stream* mengawasi tim personel *Host Live Stream* yang melakukan sesi penjualan langsung untuk mempromosikan produk dan berinteraksi langsung dengan pelanggan secara *real-time*. Selain itu, *Affiliate Specialist & KOL* mengelola hubungan dengan afiliasi dan *Key Opinion Leaders* (KOL), dan didukung oleh dua intern yang membantu dalam mengkoordinasikan kampanye dan menjaga komunikasi dengan mitra. Peran-peran ini berkontribusi secara signifikan untuk memperluas jangkauan pemasaran perusahaan dan memperkuat keterlibatan *online*-nya.

Proses pengelolaan konten di dalam divisi diawasi oleh Senior Content Creative, yang mengelola pengembangan materi kreatif yang digunakan di berbagai *Platform* digital (CARESO Company Profile, 2026). Di bawah Senior Content Creative, seorang Content Creator bertanggung jawab untuk memproduksi konten visual dan multimedia yang selaras dengan strategi *branding* dan pemasaran perusahaan. Content Creator juga mengawasi Social Media Intern, yang dalam hal ini adalah penulis, yang membantu mengelola konten media sosial dan mendukung aktivitas penerbitan harian. Selain itu, Digital Marketing Specialist memainkan peran penting dalam merencanakan dan melaksanakan kampanye digital, menganalisis data kinerja, dan mengoptimalkan strategi pemasaran. Bersama-sama,

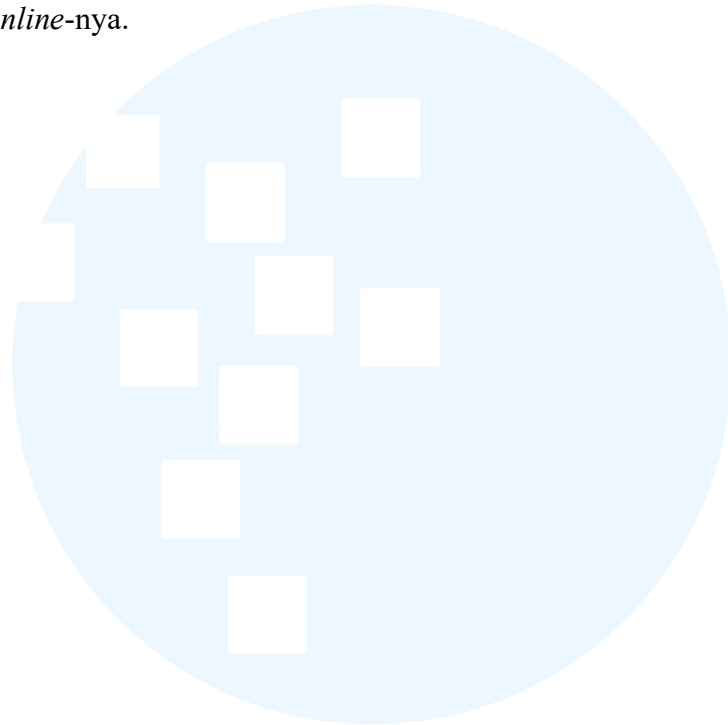
peran-peran ini membentuk alur kerja terstruktur yang mendukung tujuan pemasaran digital dan penjualan *online* perusahaan.

2.3 Portofolio Perusahaan

CARESO memposisikan dirinya sebagai merek perawatan pribadi lokal yang menargetkan konsumen yang aktif secara digital, khususnya Generasi Z dan Milenial, yang sangat terlibat dengan media sosial dan *Platform* belanja *online*. Untuk menjangkau audiens ini, perusahaan menerapkan strategi pemasaran digital yang berpusat pada *Platform* media sosial seperti Instagram dan TikTok, yang berfungsi sebagai saluran utama untuk meningkatkan kesadaran merek, mendidik konsumen, membangun keterlibatan, dan mengarahkan audiens ke saluran pembelian. Aktivitas media sosial ini diintegrasikan dengan berbagai *Platform* e-commerce, termasuk Shopee, TikTok Shop, Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Zalora, menciptakan saluran pemasaran digital yang memandu konsumen dari penemuan konten dan interaksi merek hingga pertimbangan dan pembelian produk (Profil Perusahaan CARESO, 2026). Melalui ekosistem digital terintegrasi ini, CARESO memperkuat kehadiran merek *online*-nya sambil mempertahankan komunikasi yang erat dengan konsumen targetnya di sepanjang perjalanan pelanggan.

Implementasi strategi pemasaran digital CARESO didukung oleh aktivitas pemasaran konten yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi dan pemasaran tertentu. Bergantung pada prioritas kampanye, konten media sosial dibuat untuk meningkatkan kesadaran merek dengan memperkenalkan produk kepada audiens baru, meningkatkan keterlibatan melalui konten interaktif dan berbasis tren, mendorong konversi dengan mempromosikan produk dan mengarahkan konsumen ke toko *marketplace*, serta mendukung peluncuran produk atau kampanye promosi. Untuk memastikan konsumen dapat menyelesaikan pembelian mereka dengan mudah, perusahaan menyediakan berbagai metode pembayaran melalui layanan keuangan digital seperti OVO dan Akulaku, saluran pembayaran ritel termasuk Alfamart, bank-bank besar di Indonesia, dan jaringan pembayaran internasional seperti VISA, JCB, dan Mastercard (Profil Perusahaan

CARESO, 2026). Dengan mengintegrasikan pemasaran konten strategis dengan saluran pembelian yang mudah diakses, CARESO menciptakan pengalaman konsumen digital yang mulus yang mendukung tujuan *branding* dan kinerja penjualan *online*-nya.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA