

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Natura Pesona Mandiri adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang barang dan jasa, dengan jejeran industri meliputi tempat wisata, kuliner, manufaktur, dan *personal care*. Adapun perusahaan ini pertama kali berdiri pada tahun 2016 di Bali, Indonesia, oleh Billy Hartono Salim. Terhitung dari sejak berdirinya pada 2016, PT Natura Pesona Mandiri telah memiliki total dua kantor pusat. Kedua kantor pusat berlokasi di BALI, Jl. Raya Denpasar Bedugul KM 36, Baturiti, Tabanan, dan di JAKARTA, Sentra Niaga Puri Indah, Kembangan, Jakarta Barat. Melansir Data Perusahaan (2026), PT Natura Pesona Mandiri menjalankan beberapa unit usaha, antara lain: *Secret Garden Village*, *Oemah Herborist*, *Black Eye*, Bali Timbungan, *Secret Garden*, *Bali Dancer*, dan *Bali Boat* (PT Natura Pesona Mandiri, 2026).

Secret Garden Village (SGV) merupakan sebuah unit usaha yang didirikan pada tahun 2016 di Bali. Unit usaha ini mengusung konsep sebagai sebuah destinasi wisata yang menampilkan perpaduan unik antara nilai-nilai tradisional dan pengalaman modern kebudayaan Bali. Tak hanya sebagai destinasi wisata, *Secret Garden Village* juga menjadi tempat wisata edukatif yang memberikan pengalaman pembelajaran kepada pengunjung tentang budaya, proses produksi, serta warisan Indonesia melalui konsep yang interaktif dan menarik.

Black Eye Coffee adalah unit usaha yang bergerak di bidang *food and beverage* (F&B), unit usaha ini berfokus pada penyajian minuman kopi berkualitas tinggi. Tak hanya itu, ada pula Bali Timbungan, unit usaha yang turut bergerak di bidang *food and beverage* (F&B). Bali Timbungan sendiri adalah sebuah restoran yang mengusung tema kebudayaan Bali, ciri khasnya adalah penggunaan teknik memasak “timbangan”, yaitu sebuah metode memasak daging (umumnya daging

bebek) di dalam bambu dengan memanfaatkan banyak bumbu-bumbu lokal dan rempah tradisional Indonesia.

Selanjutnya ada *Oemah Herborist* adalah unit usaha yang berfokus pada produk-produk herbal dan alami. *Oemah Herborist* sendiri berangkat dari kata “Oemah” yang berarti “rumah” dan memiliki arti “rumah bagi keajaiban herbal”.

Terakhir, *Secret Garden*, *Bali Dancer*, dan *Bali Boat* adalah unit bisnis kosmetik dan *personal care* dari PT Natura Pesona Mandiri yang menjadi tempat penulis melakukan praktik magang. Ketiga merek tersebut dibuat dengan komitmen tegas perusahaan akan penggunaan bahan-bahan alami, dengan mengangkat kearifan lokal Bali dan Indonesia dalam setiap produknya.

1) *Secret Garden*

Secret Garden merupakan merek perawatan tubuh yang terinspirasi dari kekayaan alam Bali dan mulai diperkenalkan pada tahun 2016. Produk-produk yang dikembangkan oleh merek ini memanfaatkan berbagai bahan alami yang terinspirasi dari tanaman tropis serta aroma khas yang identik dengan suasana alam Bali. Melalui pendekatan tersebut, *Secret Garden* berupaya menghadirkan pengalaman perawatan diri yang tidak hanya berfokus pada manfaat fungsional bagi tubuh, tetapi juga memberikan sensasi relaksasi dan kenyamanan bagi penggunanya.

Berbagai rangkaian produk yang ditawarkan dirancang untuk mendukung rutinitas perawatan diri sehari-hari dengan menghadirkan kombinasi antara manfaat perawatan tubuh dan pengalaman aromaterapi yang menenangkan. Inspirasi dari alam Bali menjadi elemen penting dalam pengembangan produk, mulai dari pemilihan bahan, konsep aroma, hingga filosofi yang diusung oleh merek. Selain itu, *Secret Garden* juga menaruh perhatian pada prinsip keberlanjutan dengan berupaya menjaga keseimbangan antara inovasi produk dan kepedulian terhadap lingkungan. Melalui pendekatan tersebut, *Secret Garden* tidak hanya menawarkan

produk perawatan tubuh, tetapi juga menghadirkan pengalaman *self-care* yang terinspirasi dari ketenangan dan keindahan alam Bali.

2) ***Bali Dancer***

Bali Dancer adalah sebuah merek yang hadir dengan membawa nilai-nilai budaya Bali yang kaya akan tradisi, keindahan, dan makna. Kehadirannya dilatarbelakangi oleh apresiasi mendalam terhadap warisan budaya Bali yang telah dikenal luas karena keunikan dan keanggunannya. Adapun sumber utama yang menjadi inspirasi lahirnya merek ini berasal dari sosok penari Bali, yang merepresentasikan keindahan, kelembutan, serta kekuatan ekspresi seni khas Bali.

Dalam filosofinya, *Bali Dancer* hadir sebagai merek yang memahami pentingnya kesiapan tubuh dan pikiran sebelum maupun sesudah beraktivitas. Melalui rangkaian produk yang dirancang untuk memberikan kenyamanan dan relaksasi, *Bali Dancer* berupaya mendukung keseimbangan antara aktivitas sehari-hari dengan kebutuhan tubuh untuk beristirahat dan memulihkan energi. Setiap produk dikembangkan dengan memperhatikan pengalaman penggunaan yang menyenangkan, sehingga tidak hanya berfungsi sebagai perawatan tubuh, tetapi juga sebagai bagian dari rutinitas *self-care* yang membantu menjaga kebugaran dan kesejahteraan secara menyeluruh.

3) ***Bali Boat***

Bali Boat adalah merek perawatan kulit yang hadir dari kesadaran akan pentingnya perlindungan kulit terhadap paparan sinar matahari, terutama di negara beriklim tropis seperti Indonesia. Dengan intensitas matahari yang tinggi sepanjang tahun, kulit beresiko mengalami berbagai permasalahan, termasuk kerusakan akibat sinar UV dan penuaan dini. Berangkat dari kebutuhan tersebut, *Bali Boat* hadir sebagai merek yang menyediakan perlindungan kulit praktis untuk menemani aktivitas sehari-hari, terutama bagi yang aktif beraktivitas di luar ruangan. Tidak hanya

fokus pada perlindungan sebelum terpapar sinar matahari, *Bali Boat* turut menghadirkan produk perawatan setelah aktivitas di bawah matahari untuk melembabkan, menenangkan, dan merawat kondisi kulit. Melalui rangkaian produknya, *Bali Boat* ingin mendukung gaya hidup aktif dengan tetap menjaga kesehatan dan kenyamanan kulit.

2.1.1 Visi Misi Perusahaan

Sebagai perusahaan *personal care* yang terinspirasi dari keindahan alam Bali, PT Natura Pesona Mandiri memiliki visi untuk membangun wisata edukasi terbesar di Indonesia. Adapun implementasi visi tersebut tercermin dalam pengembangan destinasi wisata edukasi *Secret Garden Village*, yang menggabungkan pengalaman wisata dengan kegiatan edukasi atau pembelajaran mengenai proses produksi, bahan alami, serta industri kecantikan berbasis herbal.

Selain itu, sebagai bagian dari upaya perusahaan mewujudkan visi tersebut, PT Natura Pesona Mandiri juga memiliki misi untuk mendorong kreativitas dan inovasi generasi muda dalam menghadapi perkembangan masa depan. Misi ini dijalankan dengan tetap menjaga keseimbangan antara pengembangan inovasi dan pelestarian warisan serta budaya Indonesia. Dengan demikian, perusahaan berupaya menciptakan produk dan pengalaman yang tidak hanya relevan dengan kebutuhan masyarakat modern, tetapi juga tetap menghargai nilai-nilai budaya serta kekayaan alam yang menjadi identitas Indonesia

2.1.2 Logo Perusahaan

Logo perusahaan adalah elemen visual yang mencerminkan identitas, nilai, serta filosofi yang diusung oleh perusahaan. Melalui bentuk dan elemen desain yang digunakan, logo PT Natura Pesona Mandiri tidak hanya berfungsi sebagai simbol pengenalan, tetapi juga merepresentasikan karakter serta visi perusahaan.



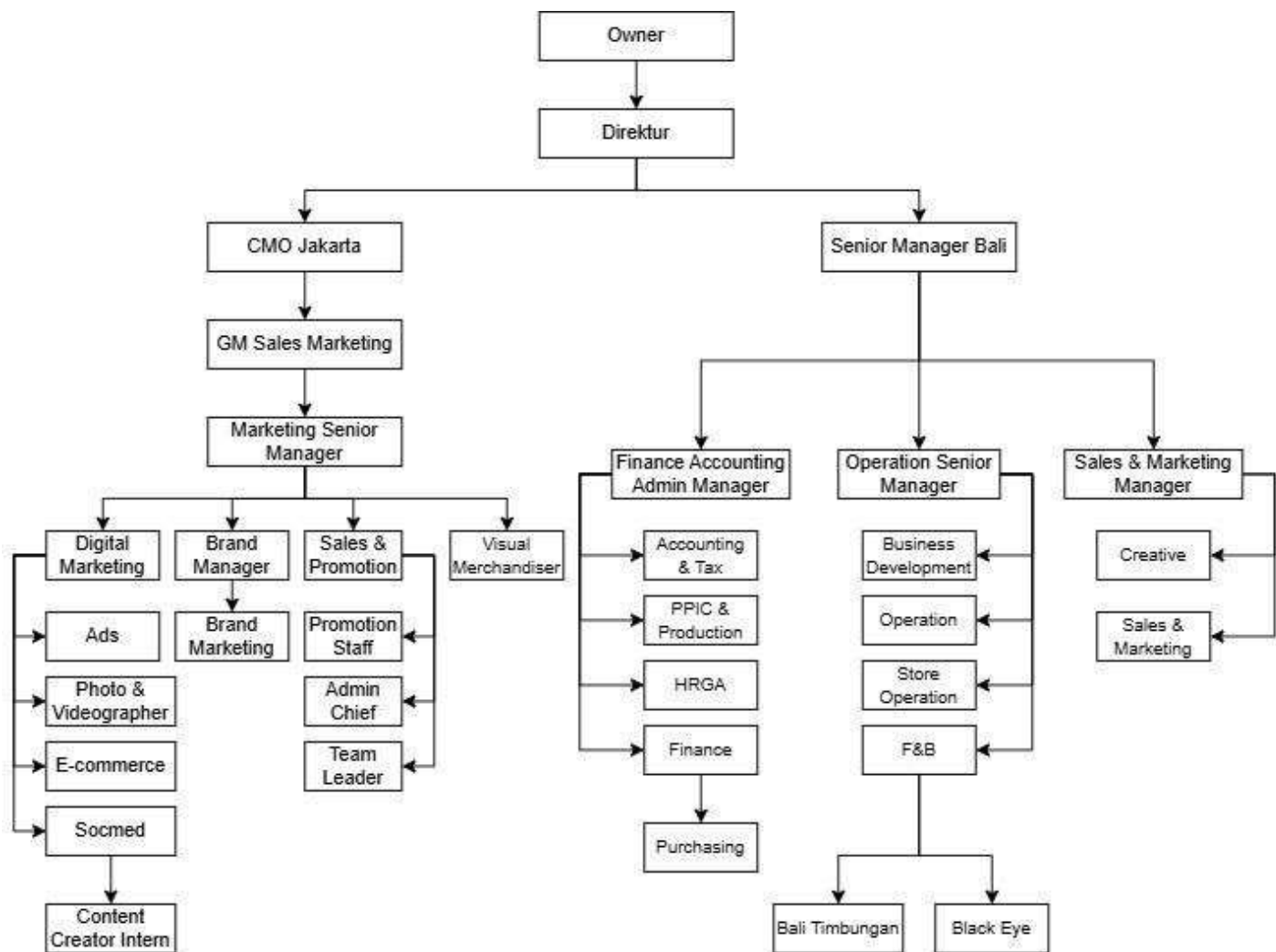
Gambar 2.1 Logo PT Natura Pesona Mandiri

Sumber: *Glints* (2026)

Logo perusahaan PT Natura Pesona Mandiri diawali dengan simplifikasi grafis yang membentuk inisial “N” yang merupakan inisial nama perusahaan yakni NATURA PESONA MANDIRI. Selanjutnya, formasi kesinambungan yang membentuk siluet daun pada bagian tengah logo mencerminkan nilai kepedulian perusahaan terhadap kelestarian alam dan lingkungan serta semua makhluk yang hidup di dalamnya. Adapun logo dirancang dengan mengambil filosofi dasar dari sebuah organisasi yaitu kerjasama yang berkesinambungan, saling memberi, dan saling menerima, hal ini tercermin melalui simbol utuh di kedua sisi yang memberikan arti bahu membahu berpegangan tangan

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Natura Pesona Mandiri dirancang dengan alur yang jelas dan tertata untuk menunjang efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan. Berikut ini adalah bagan struktur organisasi dari PT Natura Pesona Mandiri.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Data Laporan Magang (2025)

Di tingkat tertinggi, perusahaan dipimpin oleh *Owner* yang memiliki tanggung jawab penuh terhadap visi dan arah strategis perusahaan, dengan pelaksanaannya berada di bawah pengawasan langsung Direktur. Setelah Direktur, terdapat beberapa posisi penting lainnya yang turut memiliki peran strategis dalam operasional perusahaan, posisi tersebut meliputi *Chief Marketing Officer* (CMO) Jakarta dan *Senior Manager* Bali. Disusul oleh *General Manager Sales Marketing*, *Finance Accounting & Administrasi Manager*, *Operation Senior Manager*, dan

Sales & Marketing Manager. Masing-masing memiliki tanggung jawab dalam mengelola dan mengoptimalkan kinerja di bidangnya. Dalam struktur perusahaan tersebut, penulis melaksanakan kegiatan magang sebagai *Content Creator* yang berada di bawah naungan departemen *Digital Marketing*. Oleh karena itu, berikut ini adalah penjelasan lebih rinci terkait tugas dan tanggung jawab dari posisi-posisi terkait.

1) *Chief Marketing Officer (Jakarta)*

Chief Marketing Officer (CMO) Jakarta memiliki tanggung jawab utama dalam merancang dan mengawasi seluruh strategi pemasaran perusahaan agar tetap selaras dengan visi perusahaan yang telah ditetapkan. Perannya mencakup pengelolaan *brand positioning*, komunikasi, mengatur anggaran pemasaran, mengevaluasi efektivitas suatu kampanye pemasaran, serta ekspansi pasar.

2) *General Manager Sales Marketing*

Di bawah arahan CMO, *General Manager Sales Marketing* memiliki peran untuk memastikan strategi pemasaran dan penjualan berjalan efektif dan mencapai target bisnis perusahaan. Selain itu, *General Manager Sales Marketing* juga bertanggung jawab dalam menjalin kerja sama strategis dengan distributor atau mitra bisnis, menetapkan strategi harga yang kompetitif, mengelola program loyalitas pelanggan, serta menganalisis kinerja penjualan dan menyusun laporan berkala.

3) *Marketing Senior Manager*

Tanggung jawab *Marketing Senior Manager* berfokus pada pengelolaan dan pengawasan implementasi kegiatan pemasaran agar seluruh program yang dijalankan dapat terlaksana secara efektif serta selaras dengan target perusahaan. Tidak hanya sampai pada tahap perencanaan, tanggung jawab ini terus berlanjut hingga memastikan setiap strategi pemasaran dapat diwujudkan secara operasional melalui berbagai aktivitas promosi dan komunikasi merek. Dalam pelaksanaannya, posisi *Marketing*

Senior Manager membawahi beberapa fungsi kerja, antara lain tim *Digital Marketing*, *Brand Management*, *Sales & Promotion*, serta *Visual Merchandising* yang bekerja secara terintegrasi dalam menjalankan program pemasaran.

4) *Digital Marketing*

Divisi *Digital Marketing* bertanggung jawab dalam merancang dan menjalankan strategi pemasaran melalui berbagai platform digital guna meningkatkan visibilitas merek serta interaksi dengan audiens. Aktivitas yang dilakukan mencakup pengelolaan konten di media sosial, pelaksanaan kampanye digital, hingga pengelolaan kanal *e-commerce* sebagai sarana penjualan dan promosi produk secara online. Selain itu, divisi ini juga melakukan pemantauan terhadap performa konten, iklan digital, maupun aktivitas penjualan di platform online melalui analisis data dan metrik digital. Hasil evaluasi tersebut kemudian digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran agar lebih efektif dalam menjangkau target audiens, meningkatkan *engagement*, serta mendorong pertumbuhan penjualan di ekosistem digital.

5) *Ads*

Ads bertanggung jawab dalam mengelola, dan mengoptimalkan aktivitas periklanan berbayar pada berbagai *platform* digital untuk mendukung tujuan pemasaran perusahaan. Kegiatan yang dilakukan meliputi perencanaan strategi iklan, penentuan target audiens, pengelolaan anggaran iklan, hingga pemantauan performa. Selain itu, divisi ini juga melakukan analisis terhadap data performa iklan untuk mengevaluasi efektivitas kampanye yang dijalankan serta melakukan penyesuaian strategi agar hasil yang diperoleh lebih optimal. Melalui pengelolaan iklan digital yang terarah, divisi *Ads* berperan dalam meningkatkan jangkauan promosi, menarik calon konsumen yang relevan, serta mendukung peningkatan konversi dan penjualan.

6) *Photo & Videographer*

Divisi *Photographer & Videographer* bertanggung jawab dalam memproduksi materi visual berupa foto dan video yang digunakan untuk kebutuhan branding dan pemasaran perusahaan. Peran ini mencakup proses pengambilan gambar, pengaturan konsep visual, hingga memastikan hasil konten sesuai dengan arahan kreatif dan identitas *brand*. Selain itu, divisi ini juga melakukan proses *editing* dasar untuk menghasilkan konten visual yang menarik, profesional, dan sesuai dengan kebutuhan publikasi di berbagai *platform* media sosial maupun media promosi lainnya

7) *E-commerce*

E-Commerce bertanggung jawab dalam mengelola aktivitas penjualan produk perusahaan melalui *platform* digital. Peran ini mencakup pengelolaan operasional toko online, memastikan ketersediaan dan pembaruan informasi produk, serta mendukung proses promosi dan penjualan di berbagai marketplace. Selain itu, divisi ini juga berkoordinasi dengan tim terkait untuk memastikan kelancaran proses transaksi serta meningkatkan performa penjualan secara online melalui strategi yang sesuai dengan target pasar.

8) *Social Media*

Social Media bertanggung jawab dalam mengelola dan mengoptimalkan akun media sosial Instagram perusahaan, termasuk merencanakan serta menjalankan strategi konten yang sesuai dengan identitas *brand* dan target audiens. Selain itu, *Social Media* juga melakukan proses *review* dan *approval* terhadap konten TikTok yang diproduksi oleh tim *Content Creator* sebelum dipublikasikan, guna memastikan kesesuaian dengan standar visual, pesan, dan strategi komunikasi brand. Dalam pelaksanaannya, *Social Media* juga memantau performa konten serta engagement audiens sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan strategi media sosial selanjutnya

9) *Content Creator Intern*

Content Creator Intern memiliki tanggung jawab untuk mendukung proses pembuatan konten secara *end-to-end* untuk memastikan komunikasi merek berjalan konsisten dan tetap menarik bagi audiens. Posisi ini terlibat langsung dalam seluruh tahapan produksi konten, mulai dari pencarian ide kreatif melalui riset tren, menyusun konsep dan brief, membuat materi kreatif seperti foto dan video, membuat *copywriting* yang menarik dan komunikatif, hingga publikasi konten. Selain itu, *Content Creator Intern* bertanggung jawab dalam menyusun laporan mingguan untuk evaluasi performa konten yang nantinya akan dipresentasikan kepada *Social Media Executive*.

2.3 Portfolio Perusahaan

PT Natura Pesona Mandiri sebagai perusahaan *personal care* dengan jejeran produk premium dan berkualitas yang telah eksis di pasar lokal sejak 2016 aktif menjalin kerja sama dengan berbagai merek dari berbagai industri sebagai bagian dari strategi pengembangan branding dan perluasan jangkauan audiens. Adapun berbagai kolaborasi ini telah dilakukan melalui banyak bentuk. Berikut ini adalah beberapa portofolio kolaborasi yang telah dilakukan perusahaan.

- 1) Kolaborasi bersama dengan *Teazzi*, merek teh premium asal Taiwan, dalam *event Craft & Bloom*. Yang berfokus pada partisipasi *brand* dalam kegiatan kolaboratif bertema kreatif dan *lifestyle*.
- 2) Kolaborasi bersama dengan *Beauphoria* dalam program *Valentine Deals*, yang bertujuan untuk mendukung kegiatan promosi bertema *seasonal campaign*.
- 3) Kolaborasi bersama dengan Turu, sebuah merek kasur dan perlengkapan tidur, dalam bentuk promosi eksklusif bersyarat.
- 4) Kolaborasi bersama dengan *Instaperfect* dalam bentuk kerja sama antar *brand* di bidang kecantikan.

- 5) Kolaborasi bersama *Adelle Jewellery*, *brand* yang bergerak di bidang perhiasan, dalam bentuk kegiatan promosi berupa *giveaway* produk sebagai bagian dari kerja sama antar *brand* dengan segmentasi pasar premium
- 6) Kolaborasi bersama ISAGO, *brand* perhiasan, dalam bentuk kegiatan promosi berupa *giveaway* produk sebagai bagian dari kerja sama antar *brand* dengan target audiens di segmen premium.