

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Multi Indocitra Tbk merupakan perusahaan yang didirikan pada tanggal 11 Januari 1990 dan bergerak di bidang distribusi serta manufaktur produk perlengkapan bayi, ibu hamil, dan menyusui. Seiring perkembangan bisnisnya, perusahaan memperluas lini produk dengan memproduksi dan mendistribusikan berbagai kebutuhan seperti produk kesehatan bayi, kosmetik, aksesoris ibu dan bayi, serta produk perawatan kulit. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, PT Multi Indocitra Tbk berkomitmen untuk terus berkembang melalui inovasi produk dan ekspansi bisnis. Perusahaan juga menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik guna mendukung pencapaian tujuan bisnis serta menjaga keberlanjutan usaha. Selain itu, perusahaan didukung oleh struktur manajemen yang terdiri dari direksi dan komisaris yang berperan dalam mengarahkan strategi perusahaan, serta telah memperoleh berbagai penghargaan sebagai bentuk pengakuan atas kinerja dan kontribusinya di industri barang konsumsi (Pt Multi Indocitra Tbk, 2022).



Gambar 2.1 Logo PT Multi Indocitra Tbk

Sumber: *Website MIC* (2022)

Pada tahun 2017, PT Multi Indocitra mendirikan dua perusahaan anak, yaitu PT Digital Niaga Indonesia (DNI Comercio) dan PT Sinergi Multi Distrindo. Selanjutnya, pada tahun 2018, PT Multi Indocitra memperluas kegiatan usahanya dengan membuka cabang PT Sinergi Multi Distrindo di Bandung serta mulai mendistribusikan berbagai produk, termasuk produk perawatan tubuh merek FEIRA dan mainan anak seperti Hot Wheels, Barbie, serta Thomas & Friends.

Di tahun 2019, PT Multi Indocitra Tbk melakukan akuisisi sebesar 51% saham PT Nusapangan Sukses Makmur yang bergerak di bidang layanan makanan siap konsumsi dengan merek Popso. Pada awal tahun yang sama, perusahaan juga melakukan pemisahan (*spin-off*) bisnis distribusi secara nasional kepada entitas anak, yaitu PT Sinergi Multi Distrindo, dengan tujuan agar kegiatan distribusi dapat lebih terfokus dalam memasarkan produk afiliasi maupun prinsipal lainnya. Selain itu, pada tahun 2019 PT Multielok Cosmetic (MEC) turut meresmikan pembukaan kantor dan fasilitas pabrik baru sebagai bagian dari pengembangan operasional perusahaan.



Gambar 2.2 Logo PT Digital Niaga Indonesia (DNI COMMERCIO)

Sumber: *Website DNI COMMERCIO* (2024)

PT Digital Niaga Indonesia (DNI Comercio) merupakan salah satu anak perusahaan PT Multi Indocitra Tbk yang didirikan pada tahun 2017. Perusahaan ini beroperasi di bidang *e-commerce enabler* dan *marketing agency*, dengan fokus menyediakan berbagai layanan bagi *brand* yang membutuhkan dukungan dalam mengembangkan dan mengelola bisnisnya di ranah *digital*. Kegiatan usaha perusahaan meliputi pengelolaan penjualan pada *platform e-commerce*, layanan *digital marketing*, serta penyediaan solusi terpadu untuk operasional bisnis *digital*. Dengan konsep *one-stop digital commerce*, perusahaan membantu *brand* dalam meningkatkan performa penjualan dan pengembangan bisnis di ekosistem *digital*.



Gambar 2.3 Klient PT Digital Niaga Indonesia (DNI COMMERCIO)

Sumber: Website DNI COMMERCIO (2024)

Berdasarkan gambar 2.3 diatas, Kepercayaan yang diberikan oleh berbagai *brand* ternama kepada PT Digital Niaga Indonesia (DNI Comercio) terlihat dari banyaknya klien yang telah menjalin kerja sama dengan perusahaan sejak tahun 2017. Selain itu, PT Digital Niaga Indonesia (DNI Comercio) juga berhasil memperoleh sertifikasi *Shopee Certified Enablers*, yaitu program sertifikasi yang diselenggarakan oleh Shopee sebagai bentuk pengakuan atas kompetensi perusahaan dalam mendukung pengelolaan bisnis di *platform e-commerce*. Program ini merupakan bentuk penghargaan bagi perusahaan enabler yang mampu menyediakan layanan operasional secara optimal serta berkontribusi aktif dalam mendukung perkembangan mitra bisnis di *platform* Shopee.

Penilaian dalam program tersebut dilakukan berdasarkan evaluasi performa enabler selama periode tiga bulan. Enabler dengan kinerja terbaik dikategorikan sebagai “Premium”, sedangkan enabler dengan performa yang belum memenuhi standar akan masuk kategori “Below Expectation”. Secara keseluruhan, program sertifikasi ini terdiri dari 4 kategori, yaitu “Premium”, “Certified”, “Certified (Operations Only)”, dan “Certified (Engagement Only)” yang diurutkan berdasarkan tingkat performa. Berdasarkan hasil evaluasi kuartal I tahun 2022, PT Digital Niaga Indonesia (DNI COMMERCIO) berhasil memperoleh kategori “Certified (Operations Only)” dalam program tersebut.

Selain itu, terdapat 3 layanan yang ditawarkan oleh PT Digital Niaga Indonesia (DNI COMMERCIO) diantaranya ialah *enabler fulfillment*, *digital marketing*, *creative content social media* layanan *enabler fulfillment* berfokus pada pengelolaan stok dan inventaris produk secara menyeluruh, mulai dari

penyimpanan barang, pembaruan data persediaan, pemrosesan pesanan, hingga proses pengemasan dan distribusi produk kepada konsumen. Lalu terdapat juga layanan *digital marketing* yang berperan dalam merancang strategi pemasaran produk atau jasa milik *brand* dengan memanfaatkan *platform digital* atau *daring*. Perusahaan juga menyediakan layanan *creative content social media* yang bertanggung jawab dalam pembuatan serta pengelolaan konten harian pada media sosial beberapa *brand*.

Di antara berbagai *brand* yang bekerja sama dengan perusahaan, penulis berperan sebagai KOL *Affiliate* untuk beberapa *brand*, yaitu Philips, Pigeon Teens, MamyPoko, dan Charm. Philips merupakan *brand* yang menyediakan berbagai produk elektronik rumah tangga dan kebutuhan gaya hidup. Pigeon Teens merupakan lini produk dari Pigeon yang difokuskan pada kebutuhan perawatan remaja. MamyPoko merupakan *brand* yang bergerak di kategori popok bayi dan anak, sedangkan Charm merupakan *brand* yang menyediakan produk pembalut dan kebutuhan kebersihan wanita. Melalui kerja sama tersebut, penulis terlibat dalam pengelolaan program *affiliate* berbasis kreator untuk mendukung strategi pemasaran digital masing-masing *brand*.

2.1.1 Visi Misi

Berikut adalah visi misi dari PT Digital Niaga Indonesia (DNI COMMERCIO).

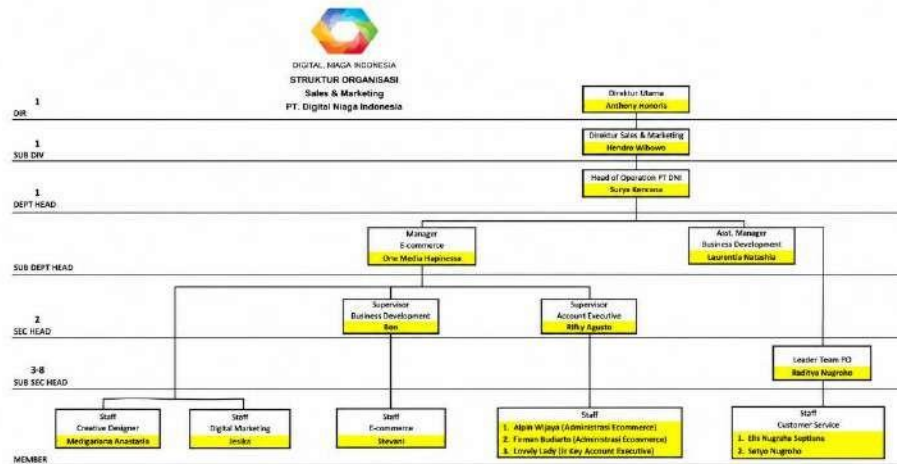
VISI

To be an established one stop digital business commerce in Indonesia with technology and business innovation as the key driver of the business.

MISI

Our commitment to deliver the best services and always make things easy to our customer and partner through the best user experiences we delivered

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4 Struktur Organisasi DNI COMMERCIO

Sumber: Data Perusahaan (2026)

PT Digital Niaga Indonesia (DNI COMMERCIO) memiliki 8 departemen yaitu *Sales Department*, *Operations Department*, *IT Department*, *Customer Service Department*, *Warehouse Department*, *Supply Chain Department*, *Finance Department*, *Human Resources Department*.

2.2.1 Sales Department

Sales Department bertanggung jawab untuk mengelola seluruh kegiatan penjualan produk perusahaan, termasuk perencanaan strategi, menetapkan target, dan membangun relasi dengan klien.

2.2.2 Operations Department

Operations Department mempunyai peran untuk berkoordinasi pada kelancaran proses bisnis sehari-hari. Mereka memastikan semua aktivitas perusahaan berjalan secara efisien, termasuk pengawasan proses internal, alur kerja antar departemen, serta implementasi kebijakan perusahaan agar berjalan sesuai standar operasional.

2.2.3 IT Department

Selanjutnya IT Department bertugas mengelola infrastruktur teknologi dan sistem informasi dari perusahaan. Tim IT pada departemen ini memiliki tanggung jawab seperti memelihara jaringan, pengembangan dan monitoring *software* internal, keamanan data, serta dukungan teknis bagi seluruh departemen untuk memastikan sistem perusahaan berjalan stabil dan aman.

2.2.4 Customer Services Department

Customer Service Department berperan dalam menangani interaksi langsung dengan pelanggan. Penulis sendiri merupakan orang yang terlibat langsung dalam interaksi dengan KOL untuk menjawab pertanyaan, memberikan panduan, dan melakukan negosiasi terkait kampanye *affiliate*.

2.2.5 Warehouse Department

Warehouse Department bertugas mengelola penyimpanan, pengaturan stok, dan distribusi produk. Tugas utama termasuk penerimaan barang dari supplier, penyimpanan sesuai standar, pengendalian inventaris, dan memastikan pengiriman produk tepat waktu serta dalam kondisi baik.

2.2.6 Supply Chain Department

Supply Chain Department bertugas mengatur alur logistik dan rantai pasok produk mulai dari supplier hingga ke konsumen. Tanggung jawabnya meliputi koordinasi distribusi, perencanaan logistik, efisiensi alur produk, dan pengelolaan hubungan dengan pihak ketiga terkait transportasi dan pengiriman barang.

2.2.7 Finance Department

Selanjutnya ada *Finance Department* yang mengelola seluruh aspek keuangan perusahaan, termasuk pencatatan transaksi, pengelolaan anggaran, pembayaran dan penerimaan, pelaporan keuangan, serta pengawasan biaya operasional. Tujuan utama departemen ini adalah menjaga stabilitas dan transparansi keuangan perusahaan.

2.2.8 Human Resources Department

Human Resources Department bertanggung jawab atas manajemen sumber daya manusia perusahaan. Kegiatan utamanya meliputi rekrutmen, pelatihan dan pengembangan karyawan, administrasi gaji dan tunjangan, penilaian kinerja, serta memastikan kesejahteraan dan kepuasan karyawan agar mendukung produktivitas perusahaan.

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis ditempatkan pada *Sales Department* dengan posisi sebagai *KOL Affiliate Intern*. Pada posisi tersebut, penulis bertanggung jawab mendukung pelaksanaan program *affiliate marketing* melalui proses pencarian, seleksi, dan koordinasi dengan *affiliate creator* untuk berbagai campaign yang dijalankan perusahaan. Selain itu, penulis juga membantu kegiatan operasional yang berkaitan dengan pengelolaan kerja sama *affiliate* dan monitoring performa campai