

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Sumber Indah Lestari merupakan salah satu anak perusahaan di bawah naungan ALFA Group yang bergerak di bidang ritel. Perusahaan ini mengembangkan brand DAN+DAN yang berfokus pada produk health and beauty, seperti skincare, make-up, suplemen kesehatan, dan berbagai kebutuhan perawatan diri lainnya untuk memenuhi gaya hidup masyarakat modern (DAN+DAN, n.d).



Gambar 2.1 Logo DAN+DAN

Sumber: Data Perusahaan (2026)

Logo DAN+DAN didominasi warna oranye yang mencerminkan semangat, energi dan keramahan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Sementara itu, tagline Fun Healthy beauty menggambarkan komitmen perusahaan untuk menghadirkan pengalaman berbelanja produk kesehatan dan kecantikan yang menyenangkan.

DAN+DAN didirikan oleh Vania Lo dengan visi menghadirkan konsep ritel yang tidak hanya berfokus pada penjualan produk, tetapi juga memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda bagi konsumen. Latar belakang beliau yang memiliki perhatian tinggi terhadap kebersihan diri, turut memengaruhi arah pengembangan perusahaan, sehingga DAN+DAN tidak hanya menawarkan produk, namun juga mendorong kesadaran akan pentingnya kesehatan dan kebersihan.

DAN+DAN pertama kali didirikan pada tahun 2013 dengan membuka gerai perdananya di Kota Wisata, Cibubur. Sejak awal terbentuknya, DAN+DAN hadir membawa konsep ritel yang tidak hanya berfokus pada penjualan produk, namun juga memberikan pengalaman berbelanja yang terbaik bagi konsumennya (DAN+DAN, n.d).

Seiring berjalannya waktu, DAN+DAN berkembang sangat pesat dan telah memperluas jaingan gerainya ke berbagai wilayah, seperti Jabodetabek, Serang, dan kota-kota lainnya. Bahkan pada tahun 2026, DAN+DAN akan mengekspansi jaringannya ke luar pulau Jawa, yaitu ke pulau Sumatera, tepatnya di kota Palembang. Ekspansi ini menunjukkan tingginya minat dan kepercayaan masyarakat terhadap produk serta konsep yang ditawarkan oleh DAN+DAN.

Dalam perkembangannya, hingga tahun 2025, DAN+DAN telah memiliki lebih dari 300 gerai yang tersebar di berbagai lokasi strategis, serta menyediakan lebih dari 10.000 varian produk. Hal ini mencerminkan komitmen perusahaan dalam menghadirkan produk yang lengkap dan mudah diakses oleh konsumen (PT Sumber Indah Lestari, n.d).

Selain itu, DAN+DAN juga menghadirkan berbagai kegiatan seperti beauty class, personal colour analysis, dan program edukatif lainnya sebagai bentuk upaya untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Dengan demikian, DAN+DAN tidak hanya berperan sebagai tempat berbelanja, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan pengalaman bagi konsumen dalam mengenal produk kesehatan dan kecantikan (DAN+DAN, n.d).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.1.1 Visi Misi

Setiap perusahaan umumnya memiliki visi dan misi sebagai landasan dalam menentukan arah serta tujuan organisasi. Visi dan misi berperan penting dalam menggambarkan cita-cita jangka panjang perusahaan, serta Langkah-langkah strategis yang dilakukan untuk mencapainya. Dengan adanya visi dan misi, perusahaan dapat menjalankan kegiatan bisnisnya secara terarah, konsisten, serta mampu beradaptasi terhadap perubahan. Oleh karena itu, PT Sumber Indah Lestari juga menetapkan visi dan misi sebagai pedoman sebagai berikut:

2.1.1.1 Visi

Menjadi jaringan distribusi ritel terkemuka yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen tentang kesehatan, kebugaran, dan kecantikan dengan menyediakan produk dan pelayanan yang terpercaya serta mampu bersaing secara global.

2.1.1.2 Misi

1. Membangun kebahagiaan keluarga dan masyarakat dengan meningkatkan kepedulian akan kesehatan, kebugaran, dan kecantikan.
2. Selalu berusaha menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku/etika bisnis yang tinggi.
3. Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan menumbuh-kembangkan industri kesehatan dan kecantikan sesuai dengan budaya Indonesia.
4. Membangun organisasi global yang terpercaya, sehat, dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham, lingkungan hidup dan masyarakat pada umumnya.

2.1.1.3 Budaya 2I dan 3K

1. Integritas yang tinggi

Jujur, disiplin, dan konsisten dalam bekerja berlandaskan etika serta bertanggungjawab terhadap pekerjaan.

2. Inovasi untuk kemajuan yang lebih baik

Kreatif dalam bekerja, berkomitmen untuk melakukan perbaikan cara kerja secara terus menerus.

3. Kualitas dan produktivitas yang tertinggi

Mampu menjalankan tugas serta focus pada pencapaian hasil kerja yang lebih baik.

4. Kerjasama Team

Terlibat aktif serta mendorong terciptanya semangat dan kekompakan tim.

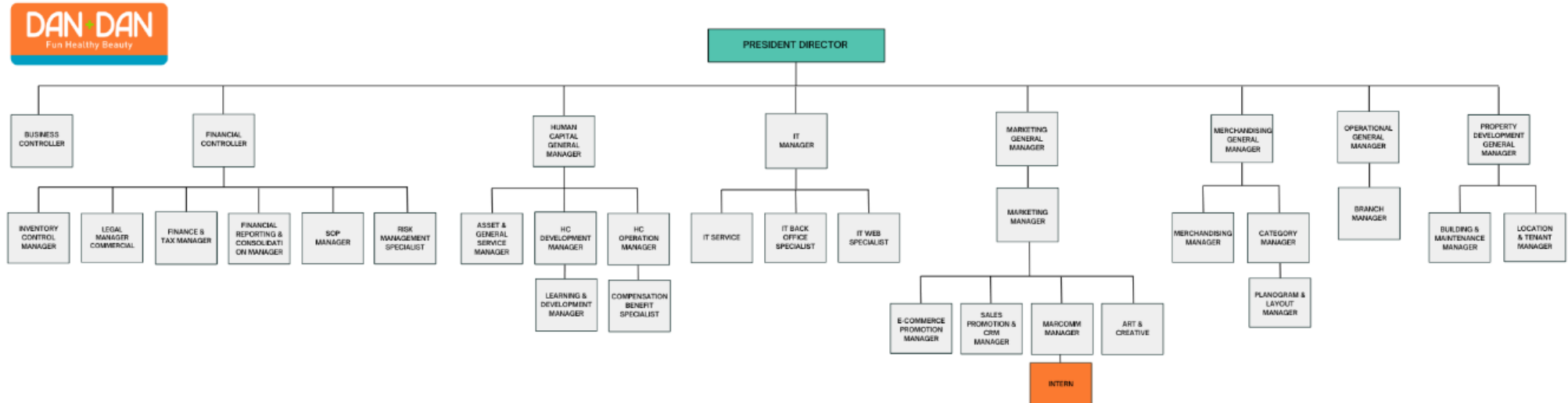
5. Kepuasan pelanggan melalui standar pelayanan yang terbaik

Berinisiasi tinggi memenuhi kebutuhan dan memastikan terciptanya kepuasan pelanggan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan susunan atau sistem yang menggambarkan pembagian tugas, tanggungjawab, serta hubungan kerja antar bagian dalam suatu perusahaan. Dalam pelaksanaannya, PT Sumber Indah Lestari memiliki struktur organisai yang tersusun secara sistematis, mulai dari tingkat manajemen hingga operasional.

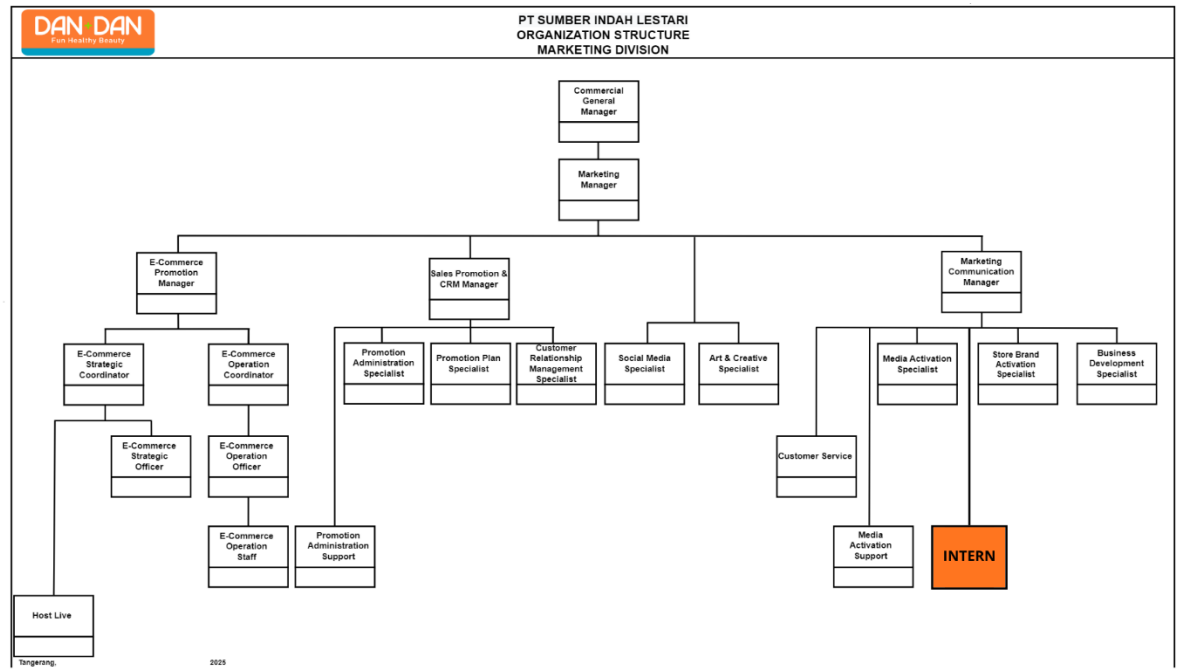
Secara umum, struktur organisasi perusahaan terdiri dari pimpinan perusahaan atau direktur yang bertanggungjawab dalam pengambilan keputusan, serta berbagai divisi yang memiliki fungsi dan tugas masing-masing, seperti divisi marketing, finance, human capital, dan lainnya. Pada tahun 2025 lalu, banyak tenaga kerja yang telah berkontribusi dalam perjalanan PT Sumber Indah Lestari hingga saat ini tercatat lebih dari 1900 karyawan aktif. Struktur organisasi PT Sumber Indah Lestari adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Sumber Indah Lestari

Sumber: Data Internal Perusahaan (2026)

Berdasarkan struktur organisasi yang ada, divisi marketing pada PT Sumber Indah Lestari memiliki susunan yang terorganisir secara fungsional. Pada Divisi Marketing, terdapat berbagai departemen yang memiliki peran dan tanggungjawab masing-masing, yaitu Marketing Communication, Art & Creative, Sales Promotion & CRM, serta E-Commerce. Berikut masing-masing peran dari tiap departemen:



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Divisi Marketing PT Sumber Indah Lestari

Sumber: Data Internal Perusahaan (2026)

1. Marketing Communication

Bertanggungjawab atas perencanaan dan pelaksanaan *strategi marketing communication* perusahaan. Fokus pada pengelolaan *campaign*, *event*, serta komunikasi *brand* agar pesan yang disampaikan konsisten dan efektif kepada target audiens.

2. E-Commerce Promotion

Bertanggungjawab dalam merancang dan mengelola strategi promosi pada platform *e-commerce*. Posisi ini fokus pada peningkatan penjualan melalui kampanye digital, pengelolaan *marketplace*, serta analisis performa promosi secara *online*.

3. *Sales Promotion & CRM (Customer Relationship Management)*

Mengelola strategi promosi penjualan serta hubungan dengan pelanggan. Berperan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui program *promo*, *membership*, dan pengelolaan *database* konsumen.

4. *Art & Creative*

Mengembangkan konsep visual dan materi kreatif untuk mendukung kebutuhan promosi dan komunikasi brand. Bertugas menghasilkan desain konten, baik untuk media sosial, *campaign*, maupun kebutuhan visual lainnya.

5. *Intern (Marketing)*

Mendukung kegiatan operasional tim *marketing*, khususnya dalam pelaksanaan *event* dan pengelolaan media sosial. Terlibat dalam koordinasi, administrasi, serta membantu proses pelaksanaan *campaign* sesuai arahan.

