

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Ravalindo Megah Perkasa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan pemasaran produk, khususnya dalam kategori *beauty tools* dan *personal care*. Perusahaan ini dikenal sebagai distributor resmi beberapa brand internasional di Indonesia, seperti Repit, Tescom, dan Smoothskin. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan tidak hanya berfokus pada distribusi produk, tetapi juga memanfaatkan strategi pemasaran digital untuk menjangkau konsumen secara lebih luas.



RAVALINDO MEGAH PERKASA

Gambar 2.1 Logo Perusahaan

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari situs resmi perusahaan, PT Ravalindo Megah Perkasa didirikan dengan tujuan untuk menghadirkan produk-produk berkualitas tinggi yang dapat memenuhi kebutuhan perawatan diri masyarakat modern. Seiring dengan perkembangan industri kecantikan di Indonesia, perusahaan ini terus berkembang dengan menambah portofolio brand serta menyesuaikan strategi pemasaran dengan tren digital yang terus berubah (Ravalindo.com).

Dalam operasionalnya, PT Ravalindo Megah Perkasa memanfaatkan konten digital sebagai salah satu strategi utama dalam membangun *brand awareness* dan meningkatkan keterlibatan konsumen. Konten yang dibuat disesuaikan dengan karakter masing-masing brand serta target audiensnya, sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih efektif dan tepat sasaran.

Visi dari PT Ravalindo Megah Perkasa adalah menjadi perusahaan distribusi dan pemasaran produk kecantikan dan *personal care* yang terpercaya serta mampu menyediakan produk berkualitas tinggi bagi masyarakat. Untuk mencapai visi tersebut, perusahaan memiliki beberapa misi, yaitu menyediakan produk dengan kualitas terbaik, menghadirkan inovasi baik dari sisi produk maupun strategi pemasaran, serta membangun hubungan yang baik dengan konsumen melalui komunikasi yang efektif.

Logo PT Ravalindo Megah Perkasa mencerminkan identitas perusahaan yang modern dan profesional. Desain logo yang sederhana menunjukkan komitmen perusahaan dalam memberikan kualitas dan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Secara umum, bidang usaha PT Ravalindo Megah Perkasa meliputi distribusi dan pemasaran produk *beauty tools* serta *personal care devices*. Produk yang dipasarkan antara lain alat styling rambut seperti *hair dryer*, catokan, dan *curling iron*, serta perangkat perawatan seperti *IPL hair removal device*. Selain itu, perusahaan juga menjalankan aktivitas pemasaran digital yang meliputi pembuatan konten, pengelolaan media sosial, serta kerja sama dengan influencer untuk meningkatkan *brand awareness* dan penjualan produk.

2.2 Portofolio Perusahaan

PT. Ravalindo Megah Perkasa bukan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa kreatif atau *agency* yang menangani klien eksternal, melainkan perusahaan yang berfokus pada distribusi dan pemasaran *brand* yang dimiliki atau dikelola secara langsung. Oleh karena itu, portofolio perusahaan tidak berupa daftar klien, melainkan berupa *brand* yang dikelola serta aktivitas pemasaran yang telah dilakukan.

PT. Ravalindo Megah Perkasa berdiri pada tahun 2012 dan kini telah memiliki lebih dari 120 karyawan serta 60 gerai penjualan yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Dalam menjalankan operasionalnya, perusahaan mengelola dan mendistribusikan sejumlah merek internasional ternama yang masing-masing memiliki keunggulan, karakter, serta segmen pasar yang berbeda. Secara keseluruhan, PT. Ravalindo Megah Perkasa menaungi delapan merek, yaitu GlamPalm, JMW, Remington, Repit, Russell Hobbs, SmoothSkin, Tescom, dan Winix.

Dalam pelaksanaan Program Magang ini, penulis secara khusus berfokus pada pengelolaan konten media sosial untuk lima merek utama yang aktif dipasarkan secara digital, yaitu **Repit, Smoothskin, Tescom, Remington, dan Russel Hobbs**. Berikut adalah penjelasan singkat mengenai kelima merek tersebut :

4. Repit (Korea)

The image shows the logo for the brand 'Repit'. The word 'Repit' is written in a large, elegant, black serif font. The letters are closely spaced, and the overall style is clean and professional. The logo is centered on the page.

Gambar 2.1.1 Logo Repit

Repit merupakan merek dari Create Ion Korea yang berdiri sejak tahun 2000. Pada tahun 2005, merek Repit diluncurkan bersama sistem *volume straight permanent* yang telah mendapatkan penilaian paten teknologi. Repit terus berkembang dengan meluncurkan berbagai inovasi produk, termasuk *natural ion permanent* dan *Repit Brush Iron*. Repit dikenal sebagai merek alat penataan rambut profesional dengan teknologi ion asal Korea yang menyasar konsumen yang peduli terhadap kesehatan dan penampilan rambut.

5. SmoothSkin (Inggris)



Gambar 2.2.2 Logo Smoothskin

SmoothSkin merupakan merek yang telah berpengalaman lebih dari 30 tahun di industri penghilang rambut berbasis teknologi IPL (*Intense Pulsed Light*). Produk SmoothSkin dibuat di Inggris dan terus dikembangkan melalui riset dan pengujian untuk menghadirkan teknologi IPL terbaik yang dapat digunakan secara mandiri di rumah. Merek ini menyasar konsumen modern yang menginginkan solusi perawatan kulit yang praktis, efektif, dan dapat dilakukan sendiri tanpa perlu mengunjungi klinik kecantikan.

6. Tescom (Jepang)



Gambar 2.2.3 Logo Tescom

Tescom adalah produsen peralatan rumah tangga asal Jepang yang berfokus pada produk kecantikan dan dapur. Sejak awal berdirinya, Tescom selalu mengembangkan produk dan teknologi baru, di antaranya menjadi yang pertama merilis *curling dryer* di dunia pada tahun 1974 dan *negative ion dryer* pertama di

Jepang pada tahun 1995. Sub-brand Nobby by Tescom merupakan merek alat salon profesional paling populer di Jepang dengan pangsa pasar mencapai 70%, dan Tescom juga menjadi merek *blender* dengan pangsa pasar nomor satu di Jepang selama 10 tahun berturut-turut.

7. Remington (Amerika Serikat)



Gambar 2.2.4 Logo Remington

Remington adalah perusahaan perawatan diri bertaraf internasional yang memproduksi berbagai produk untuk pria dan wanita, mulai dari alat cukur (*shaver*), *epilator*, hingga produk perawatan rambut. Sejarah Remington bermula sejak tahun 1937. Kini, Remington memasarkan berbagai produk seperti *hair dryer*, *curling iron*, *flat iron*, *hair clipper*, *beard trimmer*, serta berbagai aksesoris perawatan diri lainnya.

8. Russell Hobbs (Inggris)



Gambar 2.2.5 Logo Russell Hobbs

Russell Hobbs adalah produsen peralatan rumah tangga yang berbasis di Failsworth, Greater Manchester, Inggris. Didirikan pada tahun 1952 oleh Bill Russell dan Peter Hobbs, merek ini tercatat sebagai pelopor inovasi dapur, antara

lain peluncuran ketel listrik otomatis pertama di dunia pada tahun 1955. Hingga kini, Russell Hobbs merupakan merek peralatan dapur kecil nomor satu di Inggris.

Adapun portofolio PT. Ravalindo Megah Perkasa juga dapat dilihat dari berbagai aktivitas pemasaran digital yang telah dilakukan, khususnya melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok. Aktivitas tersebut meliputi pembuatan konten promosi, video edukasi produk, serta konten kreatif yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* dengan konsumen. Perusahaan juga secara konsisten memproduksi konten digital dalam bentuk video pendek yang mengikuti tren media sosial, mencakup berbagai konsep seperti tutorial penggunaan produk, *review*, serta konten berbasis tren yang disesuaikan dengan target audiens masing-masing *brand*.

Dengan demikian, meskipun PT. Ravalindo Megah Perkasa tidak memiliki portofolio dalam bentuk kerja sama dengan klien eksternal, perusahaan tetap memiliki portofolio yang kuat dalam bentuk pengelolaan *brand* serta aktivitas pemasaran digital yang dilakukan secara konsisten demi memperkuat posisi masing-masing merek di pasar Indonesia.

2.3 Visi Misi Perusahaan

Sebagai perusahaan distribusi *beauty* dan *home appliances* yang terus berkembang, PT. Ravalindo Megah Perkasa memiliki arah dan tujuan jangka 12ndustr yang tercermin dalam visi dan misi perusahaan. Visi dan misi ini menjadi landasan dalam setiap pengambilan keputusan bisnis, termasuk dalam strategi pemasaran dan pengelolaan *brand* yang dijalankan oleh seluruh departemen, termasuk Departemen *Social Media Marketing*.

Berdasarkan informasi resmi yang tercantum di situs web perusahaan (ravalindo.com), visi dan misi PT. Ravalindo Megah Perkasa adalah sebagai berikut:

Visi: *We aim to be the best company in Beauty, Kitchen & Home Appliances in Indonesia.*

Misi: *We offer the most innovative and high quality products for our customers. We deliver value for customers and also our business partners.*

(Sumber: ravalindo.com/about, diakses 2026)

Apabila diterjemahkan, visi PT. Ravalindo Megah Perkasa adalah menjadi perusahaan terbaik di bidang *Beauty, Kitchen*, dan *Home Appliances* di Indonesia. Adapun misinya adalah menghadirkan produk-produk paling inovatif dan berkualitas tinggi kepada konsumen, sekaligus memberikan nilai tambah bagi pelanggan maupun mitra bisnis perusahaan.

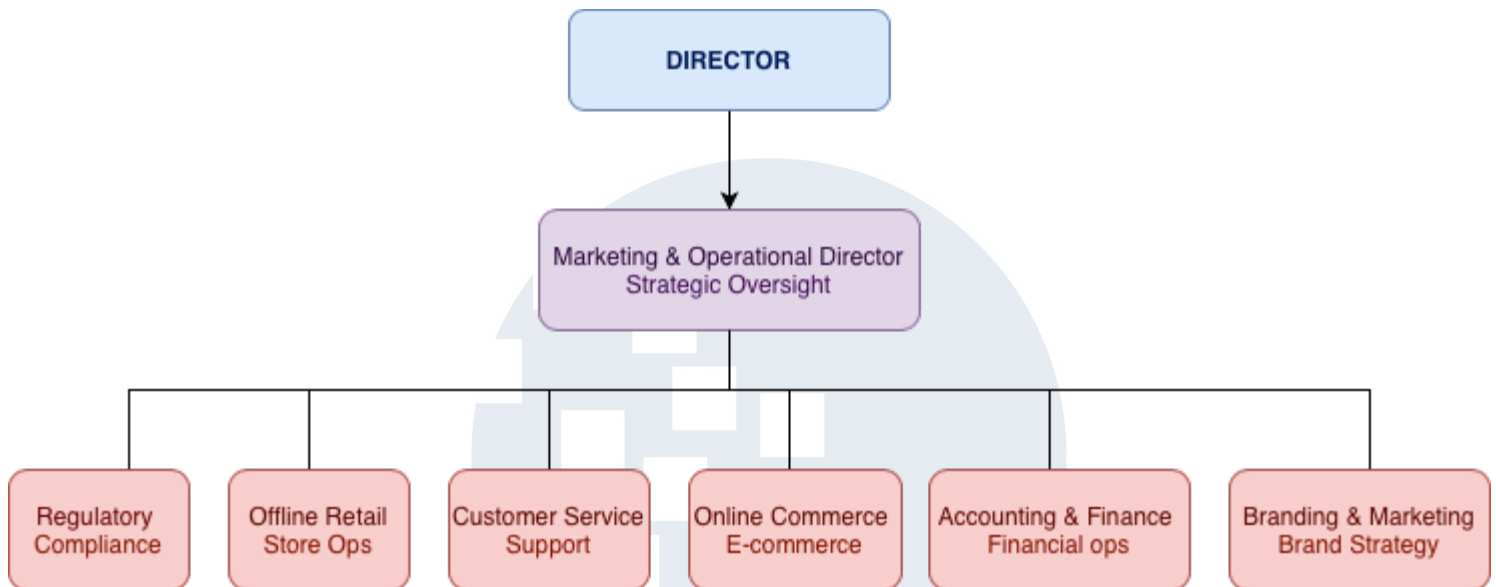
Visi tersebut mencerminkan komitmen PT. Ravalindo Megah Perkasa untuk tidak sekadar menjadi distributor biasa, melainkan menjadi pemimpin *13industry* yang dipercaya oleh konsumen Indonesia. Dalam mewujudkan visi tersebut, perusahaan secara konsisten menjalankan misinya dengan menghadirkan produk-produk dari merek internasional terpercaya yang telah terbukti kualitasnya di tingkat global, seperti Repit, SmoothSkin, Tescom, Remington, dan Russell Hobbs.

Relevansi visi dan misi ini sangat terasa dalam keseharian operasional Departemen *Social Media Marketing*, di mana setiap konten yang diproduksi dan dipublikasikan dirancang untuk mencerminkan nilai inovasi dan kualitas yang menjadi janji perusahaan kepada konsumen. Melalui pengelolaan konten digital yang kreatif dan terencana, departemen ini turut berkontribusi dalam membangun citra merek yang kuat serta memperluas jangkauan perusahaan di pasar Indonesia.

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Ravalindo Megah Perkasa menerapkan struktur organisasi fungsional yang bertujuan untuk mendukung efektivitas pengelolaan perusahaan serta memastikan setiap fungsi bisnis dapat berjalan secara optimal. Struktur organisasi perusahaan dipimpin oleh seorang Director yang berada pada posisi tertinggi dalam hierarki organisasi. Dalam menjalankan kegiatan operasional dan pengembangan bisnis perusahaan, Director dibantu oleh Marketing & Operational Director yang

berperan dalam mengawasi dan mengoordinasikan seluruh divisi agar dapat bekerja secara terintegrasi sesuai dengan tujuan perusahaan.



(Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Ravalindo Megah Perkasa)

Sumber : Dokumen Perusahaan (2026)

- **Director**

Director merupakan pemimpin tertinggi yang bertanggung jawab atas keseluruhan kegiatan perusahaan. Posisi ini memiliki peran penting dalam menentukan arah dan strategi bisnis yang akan diterapkan guna mencapai visi dan misi perusahaan. Selain itu, Director juga bertugas mengambil keputusan strategis yang berkaitan dengan pengembangan usaha, pengelolaan sumber daya, serta evaluasi terhadap kinerja perusahaan secara menyeluruh. Melalui kepemimpinannya, Director memastikan bahwa seluruh aktivitas perusahaan berjalan sesuai dengan target dan standar yang telah ditetapkan.

- **Marketing & Operational Director**

Marketing & Operational Director berperan sebagai penghubung antara perencanaan strategis perusahaan dengan pelaksanaan operasional sehari-hari. Jabatan ini bertanggung jawab dalam mengawasi berbagai aktivitas pemasaran dan

operasional yang dilakukan oleh setiap divisi di bawahnya. Selain memastikan seluruh kegiatan berjalan secara efektif dan efisien, posisi ini juga berperan dalam mengembangkan strategi pemasaran, meningkatkan kinerja operasional, serta mengoordinasikan kerja sama antar divisi untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan.

- **Regulatory Compliance**

Divisi Regulatory Compliance bertanggung jawab dalam memastikan bahwa seluruh aktivitas perusahaan telah sesuai dengan peraturan, kebijakan, dan ketentuan hukum yang berlaku. Divisi ini memiliki peran penting dalam menjaga kepatuhan perusahaan terhadap berbagai regulasi yang berkaitan dengan operasional bisnis. Selain itu, divisi ini juga membantu perusahaan dalam mengidentifikasi dan meminimalkan risiko yang dapat muncul akibat ketidaksesuaian terhadap peraturan yang berlaku.

- **Offline Retail Store Operations**

Divisi Offline Retail Store Operations berfokus pada pengelolaan operasional toko fisik perusahaan. Divisi ini bertanggung jawab untuk memastikan seluruh kegiatan penjualan secara langsung kepada pelanggan dapat berjalan dengan baik dan lancar. Pengelolaan persediaan produk, pengawasan aktivitas toko, serta pemeliharaan kualitas pelayanan kepada pelanggan menjadi bagian dari tanggung jawab divisi ini. Dengan pengelolaan yang baik, divisi ini berperan dalam mendukung peningkatan pengalaman pelanggan dan pencapaian target penjualan perusahaan.

- **Customer Service Support**

Divisi Customer Service Support berfungsi sebagai penghubung antara perusahaan dan pelanggan. Divisi ini bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan serta informasi yang dibutuhkan pelanggan terkait produk maupun layanan perusahaan. Selain itu, divisi ini juga menangani berbagai pertanyaan, masukan, maupun keluhan pelanggan sehingga dapat membantu perusahaan dalam

menjaga kepuasan pelanggan serta membangun hubungan yang baik dengan konsumen.

- **Online Commerce (E-Commerce)**

Divisi Online Commerce atau E-Commerce bertanggung jawab dalam mengelola seluruh aktivitas penjualan melalui platform digital yang dimiliki perusahaan. Divisi ini berperan dalam memastikan proses penjualan online berjalan dengan baik, mulai dari pengelolaan produk hingga pelaksanaan program promosi digital. Keberadaan divisi ini sangat penting dalam memperluas jangkauan pasar perusahaan serta meningkatkan penjualan melalui berbagai kanal digital dan marketplace yang digunakan.

- **Accounting & Finance**

Divisi Accounting & Finance memiliki tanggung jawab dalam mengelola dan mengawasi seluruh aktivitas keuangan perusahaan. Divisi ini berperan dalam melakukan pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan, serta pengelolaan anggaran perusahaan. Melalui pengelolaan keuangan yang baik, divisi ini membantu manajemen dalam mengambil keputusan yang tepat serta menjaga stabilitas dan kesehatan keuangan perusahaan.

- **Branding & Marketing**

Divisi Branding & Marketing bertanggung jawab dalam membangun citra merek perusahaan serta melaksanakan berbagai aktivitas pemasaran untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Divisi ini berperan dalam menyusun strategi komunikasi pemasaran, mengelola media promosi, serta melakukan berbagai kegiatan branding yang bertujuan untuk memperkuat posisi perusahaan di pasar. Selain itu, divisi ini juga mendukung pencapaian target penjualan melalui berbagai program promosi dan kampanye pemasaran yang dijalankan.

Penulis melaksanakan kegiatan kerja magang pada Departemen *Branding & Marketing* sebagai *Content Creator Intern* yang berada di bawah supervisi *Brand Manager*. Dalam pelaksanaan tugasnya, penulis membantu fungsi *Brand Manager* dan tim *Social Media Marketing* dalam merencanakan, memproduksi, mengelola, serta mengevaluasi konten digital untuk beberapa *brand*, yaitu Repit, Tescom, dan Smoothskin. Selama kegiatan magang, penulis juga bertanggung jawab mengelola akun *TikTok* Smoothskin, mulai dari penyusunan *content planner*, pembuatan *content brief*, produksi konten, penulisan *caption*, hingga publikasi konten.

Berdasarkan struktur organisasi PT Ravalindo Megah Perkasa, dapat diketahui bahwa perusahaan menerapkan struktur organisasi fungsional yang memungkinkan setiap divisi memiliki peran dan tanggung jawab yang spesifik sesuai bidangnya. *Director* berperan sebagai pemimpin tertinggi yang menentukan arah perusahaan, sedangkan *Marketing & Operational Director* bertugas mengawasi dan mengoordinasikan seluruh divisi operasional. Keenam divisi pendukung, yaitu *Regulatory Compliance*, *Offline Retail Store Operations*, *Customer Service Support*, *Online Commerce*, *Accounting & Finance*, serta *Branding & Marketing*, saling bekerja sama untuk memastikan kegiatan operasional perusahaan berjalan secara efektif dan mendukung pencapaian tujuan bisnis perusahaan.

No.	Bulan	Tanggal	Proyek	Keterangan
1.	Februari 2026	2–28 Februari 2026	<i>Social Media Content</i> PT. Ravalindo Megah Perkasa (Tescom, Repit & Smoothskin)	Bulan pertama magang yaitu masa pengenalan lingkungan kerja. Berkoordinasi dan bertemu dengan tim serta mendapatkan <i>briefing</i> dari <i>Brand Manager</i> selaku supervisor. Pengenalan aturan, tata tertib, budaya, dan prosedur kerja perusahaan. Mulai mengamati dan mengumpulkan referensi ide konten di media sosial Instagram dan TikTok untuk ketiga brand.
2.	Maret 2026	1–31 Maret 2026	<i>Social Media Content</i> PT. Ravalindo Megah Perkasa (Tescom, Repit & Smoothskin)	Bulan kedua magang yaitu fase merealisasikan ide konten. Mulai terlibat aktif dalam kegiatan operasional departemen. Membuat <i>content plan</i> serta memproduksi konten media sosial berupa foto <i>feeds</i> maupun video untuk diunggah di Instagram dan TikTok ketiga brand.
3.	April 2026	1–30 April 2026	<i>Social Media Content</i> PT. Ravalindo Megah Perkasa (Tescom, Repit & Smoothskin)	Bulan ketiga magang yaitu fase eksekusi dan optimalisasi konten. Terlibat penuh dalam proses <i>brainstorming</i> , pembuatan <i>content plan</i> , produksi konten, penulisan <i>caption</i> , hingga <i>video editing</i> . Memproduksi konten foto dan video untuk <i>Feeds</i> , <i>Story</i> , <i>Reels</i> , maupun TikTok.

4.	Mei 2026	1–4 Mei 2026	<i>Social Media Content</i> PT. Ravalindo Megah Perkasa (Tescom, Repit & Smoothskin)	Pekan pertama Mei sebagai penutup tanggung jawab terhadap tiga brand pertama. Menyelesaikan seluruh konten dan target yang telah ditetapkan bersama supervisor.
5.	Mei–Juni 2026	5 Mei–5 Juni 2026	<i>Social Media Content</i> PT. Ravalindo Megah Perkasa (Remington & Russell Hobbs)	Bulan terakhir masa magang. Mengelola dua brand baru yaitu Remington dan Russell Hobbs, meliputi <i>brainstorming</i> ide konten, penyusunan <i>content plan</i> , serta produksi konten digital untuk Instagram dan TikTok. Pada akhir periode ini, penulis menyelesaikan seluruh tugas dan target yang telah ditetapkan, menyerahkan kelangsungan pekerjaan kepada penerus, serta melakukan <i>mini farewell</i> bersama seluruh tim dan supervisor sebagai bentuk apresiasi dan penutup masa magang.

Tabel 2.1 Waktu Pelaksanaan Magang