

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Jacquelle Beaute

Jacquelle Beaute adalah perusahaan lokal Indonesia di bidang kosmetik dan produk perawatan diri yang berpusat di Pantai Indah Kapuk (PIK), Jakarta Utara. Didirikan pada tahun 2015, perusahaan ini mendeskripsikan diri sebagai *Indonesia's 1st multitasking beauty brand* karena portofolio produknya yang multifungsi dan inovatif. Jacquelle Beaute hadir dengan misi memberikan pengalaman pelayanan terbaik kepada pelanggan, dengan komitmen untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk yang tidak hanya menunjang penampilan, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang bagi kesehatan kulit penggunanya.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan Jacquelle Beaute

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Konsep *multitasking* yang diusung Jacquelle memiliki tujuan utama untuk menghemat waktu dan usaha dalam rutinitas kecantikan sehari-hari penggunanya, sekaligus meminimalkan penggunaan kemasan plastik yang berlebihan. Produk-produk Jacquelle Beaute sengaja dipasarkan dengan harga yang tidak terlalu murah dan tidak pula terlalu mahal, guna memastikan standar kualitas tetap terjaga

meskipun persaingan di pasar kosmetik semakin ketat dengan hadirnya berbagai produk berharga sangat terjangkau.

Sejak awal berdiri, Jacqueline Beaute konsisten menghadirkan berbagai inovasi produk yang mencerminkan komitmennya terhadap konsep *multitasking*. Identitas ini tercermin dalam sejumlah produk yang menggabungkan dua fungsi atau lebih dalam satu kemasan, antara lain *Two Way Cake* (bedak lengkap dengan cermin dan kuas bawaan), *Tinted Lipcloud* (*lip cream* sekaligus *lip care*), hingga *Eyessentials 2 in 1 Eyebrow and Eyeliner* (pensil alis sekaligus *eyeliner*). Inovasi tersebut terus berlanjut dengan hadirnya Eyetractive 2.0, versi terbaru dari lini *eyeliner 2-in-1* Jacqueline yang menggabungkan *eyeliner gel* dan *eyeliner pencil* dalam satu produk, serta Simplicity Travel Brush 4-in-1 yang mengintegrasikan empat jenis kuas riasan esensial dalam satu gagang ringkas dengan sistem *magnetic lock*. Keberadaan produk-produk ini menegaskan bahwa konsep *multitasking* bukan sekadar *tagline*, melainkan filosofi yang tertanam secara konsisten dalam pengembangan lini produk Jacqueline dari waktu ke waktu.



Gambar 2.2 Koleksi Produk Multifungsi Jacqueline Beaute

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Sejalan dengan popularitasnya yang terus meningkat, Jacqueline Beaute juga membangun *brand image* yang kuat melalui strategi kolaborasi dengan berbagai merek dan *intellectual property* (IP) global ternama. Pada tahun 2021, Jacqueline mencatat sejarah sebagai merek kecantikan lokal pertama yang memperoleh lisensi resmi untuk berkolaborasi dengan Disney Indonesia. Kolaborasi ini melahirkan berbagai produk eksklusif yang menampilkan karakter ikonik Disney seperti

Mickey & Minnie Mouse dan Winnie The Pooh, sekaligus mengukir rekor Museum Rekor Dunia Indonesia (MURI) sebagai *brand* kecantikan pertama di Indonesia yang berkolaborasi dengan Disney.

Selain Disney, Jacquelle juga menjadi merek kosmetik pertama di Indonesia yang berkolaborasi dengan *anime* populer *Spy x Family*, yang diumumkan pada Desember 2022. Kolaborasi ini menghasilkan rangkaian produk makeup bertema *Spy x Family* meliputi *eyeshadow*, *lip tint*, parfum, dan berbagai produk lainnya dengan kemasan eksklusif, sekaligus memperluas jangkauan target pasar Jacquelle ke segmen penggemar budaya pop Jepang dan pecinta *anime* (Marici, 2022).

Memasuki tahun 2026, Jacquelle Beaute kembali menunjukkan kemampuannya merespons tren global melalui kolaborasi eksklusif dengan *The Devil Wears Prada 2* yang diluncurkan pada 17 April 2026. Koleksi ini menghadirkan berbagai produk bertema eksklusif, termasuk Lash Obsession Devil Wears Prada Edition, maskara 2-in-1 yang menggabungkan fungsi *lengthening* dan *volumizing*. Kolaborasi ini memperluas jangkauan merek Jacquelle sekaligus menegaskan konsistensi konsep *multitasking* dalam setiap inovasi produknya.



Gambar 2.3 Produk Lash Obsession Kolaborasi Jacquelle Beaute x *The Devil Wears Prada 2*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Momen peluncuran kolaborasi *The Devil Wears Prada 2* ini juga sekaligus menjadi ajang Jacquelle Beaute untuk memperkenalkan *sub-brand* terbarunya, yaitu HRM by House of Jacquelle (dibaca: /'hōr.mōnc/). HRM merupakan lini parfum (*fragrance*) yang lahir dari rumah Jacquelle, menandai ekspansi perusahaan

ke kategori wewangian premium. Debut perdana HRM dilakukan melalui kolaborasi dengan *The Devil Wears Prada 2*, menghadirkan Hormonc Fragrance Intense Eau de Parfum Devil Wears Prada Edition dalam dua varian karakter yang masing-masing terinspirasi dari Andy dan Miranda sebagai tokoh sentral film tersebut.



Gambar 2.4 Parfum Hormonc dari Jacquelle Beaute

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Kehadiran HRM by House of Jacquelle menandai babak baru dalam perjalanan perusahaan, membuktikan bahwa Jacquelle Beaute tidak hanya berkembang sebagai merek kosmetik, tetapi juga mulai merambah ekosistem kecantikan yang lebih luas. Strategi kolaborasi yang konsisten dengan berbagai IP global dari Disney hingga *The Devil Wears Prada 2* semakin mengukuhkan posisi Jacquelle sebagai pionir *brand* lokal Indonesia yang berdaya saing internasional.

Jacquelle Beaute juga dikenal memiliki strategi pemasaran yang kuat dengan memanfaatkan pemasaran digital dan keterlibatan media sosial secara aktif melalui Instagram, TikTok, dan YouTube. Salah satu strategi yang sangat efektif adalah melalui penggunaan KOL dan *beauty influencer* yang memiliki basis pengikut besar, guna memperkenalkan produk kepada khalayak yang lebih luas dan meningkatkan *brand awareness* secara signifikan.

2.2 Visi Misi Jacquelle Beaute

Jacquelle Beaute sebagai salah satu merek kecantikan lokal Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut,

2.2.1. Visi Jacquelle Beaute

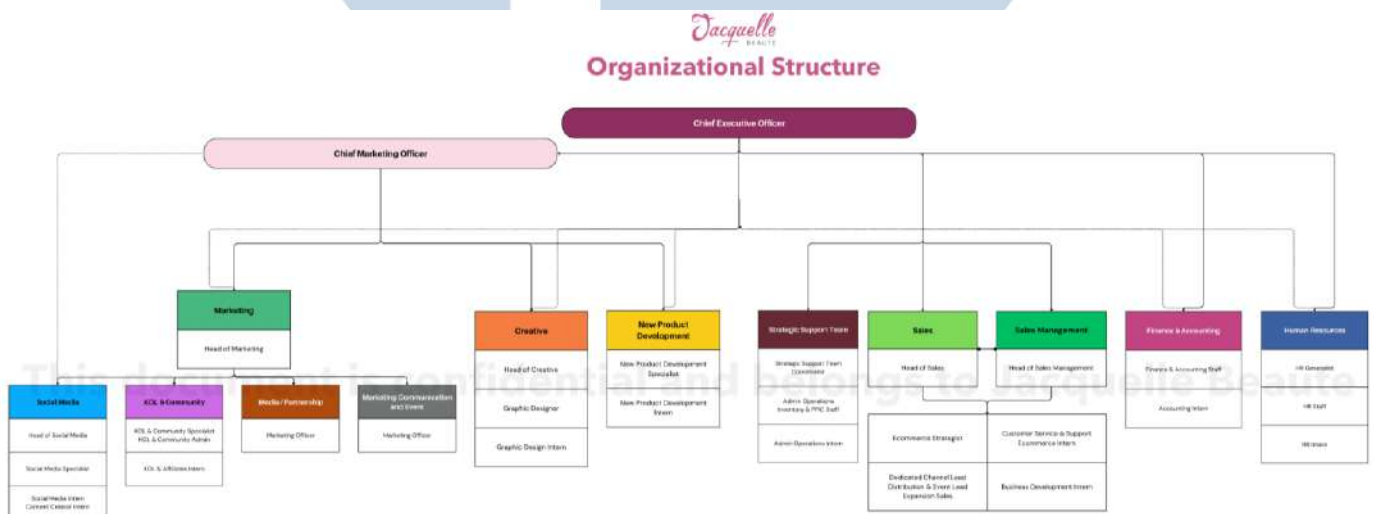
Menjadi *brand* kecantikan yang membanggakan Indonesia serta menginspirasi, berinovasi, dan melayani industri kecantikan Indonesia.

2.2.2. Misi Jacquelle Beaute

Memberikan pengalaman pelayanan terbaik kepada pelanggan dan menjadi bagian yang memberikan manfaat bagi masyarakat melalui produk kecantikan berkualitas tinggi.

2.3 Struktur Organisasi Jacquelle Beaute

Jacquelle Beaute merupakan salah satu *brand* kecantikan lokal Indonesia yang berkembang pesat. Dalam operasionalnya, Jacquelle Beaute memiliki struktur organisasi yang mendukung berbagai fungsi bisnis sebagai berikut,



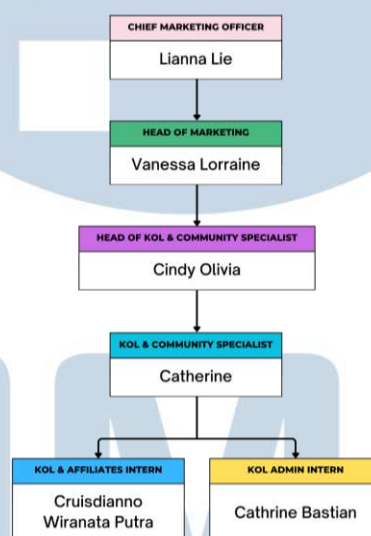
Gambar 2.5 Struktur Organisasi Jacquelle Beaute

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Jacquelle Beaute memiliki struktur organisasi yang tersusun secara hierarkis untuk memastikan setiap fungsi operasional dan strategis berjalan dengan efektif. Pada tingkatan tertinggi terdapat *Chief Executive Officer* (CEO) yang memegang kendali utama dalam arah kebijakan perusahaan, kemudian didukung oleh *Chief Marketing Officer* (CMO) yang bertanggung jawab atas keseluruhan strategi pemasaran. Di bawahnya, terdapat beberapa divisi utama seperti Marketing,

Creative, New Product Development, Strategic Support Team, Sales, Sales Management, Finance & Accounting, dan Human Resources. Masing-masing divisi memiliki peran yang saling berkaitan dalam mendukung kegiatan perusahaan, mulai dari pengembangan produk, pelaksanaan strategi komunikasi dan promosi, pengelolaan penjualan, hingga pengaturan administrasi, keuangan, dan sumber daya manusia. Dalam divisi Marketing sendiri, terdapat beberapa sub bagian seperti Social Media, KOL & Community, Media/Partnership, serta Marketing Communication and Event yang berfokus pada pelaksanaan strategi pemasaran digital dan pembangunan hubungan dengan audiens maupun mitra. Struktur ini menunjukkan bahwa Jacqueline Beaute menerapkan pembagian kerja yang jelas agar seluruh aktivitas perusahaan dapat berjalan secara terarah dan terkoordinasi.

DEPARTMENT STRUCTURE



Gambar 2.6 Bagan Struktur Divisi KOL & Community

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Departemen KOL & Community di Jacqueline Beaute berada di bawah naungan *Chief Marketing Officer* (CMO), Lianna Lie. Departemen ini berperan dalam mengelola hubungan dengan KOL, kreator, maupun *influencer*, serta komunitas yang terlibat dengan *brand*. Selain itu, departemen ini juga bertanggung jawab dalam mengembangkan program afiliasi, *partnership*, dan kampanye yang berbasis komunitas untuk meningkatkan *brand awareness*, *engagement*, serta

pertumbuhan penjualan. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing posisi di departemen ini,

A. Head of Marketing

Vanessa Lorraine sebagai Head of Marketing dari Jacquelle Beaute bertugas untuk memimpin dan mengarahkan seluruh fungsi pemasaran *brand*. Tugas dan tanggung jawabnya mencakup pengembangan dan implementasi strategi pemasaran yang komprehensif, mulai dari perencanaan kampanye, pengelolaan identitas *brand*, hingga pengawasan seluruh aktivitas komunikasi pemasaran. Vanessa juga bertanggung jawab dalam melakukan koordinasi lintas departemen untuk memastikan konsistensi pesan *brand* di semua kanal, menganalisis tren pasar dan perilaku konsumen sebagai dasar pengambilan keputusan strategis, serta memastikan seluruh tim di bawah naungan *marketing* bergerak selaras dengan target dan visi perusahaan. Sebagai penghubung antara CMO dan tim operasional *marketing*, Vanessa memastikan eksekusi strategi berjalan efektif dan terukur sesuai KPI yang telah ditetapkan.

B. Head of KOL & Community Specialist

Cindy Olivia sebagai Head of KOL & Community Specialist dari Jacquelle Beaute memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab yang berfokus pada arah strategis program afiliasi secara menyeluruh. Cindy bertugas mendefinisikan strategi kampanye mingguan dan bulanan, termasuk penentuan fokus produk dan arahan untuk para kreator. Ia juga bertanggung jawab menganalisis data performa seperti GMV (*Gross Merchandise Value*), ROAS (*Return on Ad Spend*), *output* kreator, dan efektivitas konten, serta mengidentifikasi kreator, produk, dan sudut konten yang memiliki performa terbaik. Selain itu, Cindy berwenang dalam mengalokasikan dan menyetujui anggaran untuk *paid endorsement*, dan kerja sama agensi. Ia pula yang menetapkan target performa tim mencakup pertumbuhan GMV, jumlah kreator, dan efisiensi operasional, sekaligus

memberikan arahan strategis kepada *Affiliate Operations* di bawahnya. Cindy hanya terlibat dalam keputusan berdampak besar, dan tidak bertanggung jawab atas operasional harian maupun logistik rutin.

C. KOL & Community Specialist

Catherine sebagai KOL & Community Specialist dari Jacqueline Beaute bertanggung jawab atas pengelolaan sistem eksekusi afiliasi secara menyeluruh, mulai dari tahap *outreach* hingga tercapainya penjualan. Tugas-tugasnya mencakup peninjauan dan persetujuan seleksi kreator, pengajuan kreator berbayar kepada Lead dan CMO, persetujuan sampel produk, serta finalisasi *product sheet*. Catherine juga bertugas membuat dan mengembangkan *brief* kreator guna meningkatkan performa konten, sekaligus memantau seluruh tahap afiliasi dari *outreach*, *deal*, *posting*, hingga penjualan. Ia mengawasi kinerja harian tim Cruisdianno (akuisisi kreator) dan Cathrine (operasional kreator), mengidentifikasi celah dalam eksekusi, serta menerapkan perbaikan proses yang diperlukan. Catherine juga bertanggung jawab menyusun laporan performa mingguan yang disertai *insight* dan rekomendasi untuk memastikan keselarasan antara strategi kampanye dan pelaksanaannya di lapangan.

D. KOL & Affiliates Intern

Cruisdianno Wiranata Putra sebagai KOL & Affiliates Intern dari Jacqueline Beaute memegang peran sebagai *Affiliates & KOL Acquisition*. Tugasnya berfokus pada pencarian dan penutupan kerja sama dengan kreator secara masif guna memperluas jaringan afiliasi. Cruisdianno bertanggung jawab mengidentifikasi dan melakukan *sourcing* kreator baru setiap harinya di berbagai platform yang relevan, menghubungi kembali kreator yang sebelumnya pernah dihubungi, serta melakukan *outreach* dan komunikasi aktif. Ia juga bertugas menegosiasikan dan menyelesaikan perjanjian kerja sama, baik dalam bentuk barter maupun kolaborasi, termasuk mengelola hubungan dengan MCN dan agensi. Setelah *deal*

terkonfirmasi, Cruisdianno memastikan seluruh kesepakatan terdokumentasi dengan baik dan diserahkan kepada tim operasional. Tanggung jawabnya berakhir di titik “*deal confirmed*” dan tidak mencakup logistik maupun pemantauan performa pasca-*deal*.

E. KOL Admin Intern

Cathrine Bastian sebagai KOL Admin Intern dari Jacqueline Beaute menjalankan peran sebagai *KOL Admin* yang bertanggung jawab atas eksekusi, pelacakan, dan optimalisasi performa kreator agar konsisten dalam menghasilkan GMV. Tugasnya mencakup pengelolaan permintaan produk dan sampel melalui sistem Shopee dan TikTok, pencatatan dan pemantauan pemenuhan SOW (*Scope of Work*), serta pembaruan status kreator secara berkala mulai dari pengiriman produk hingga penayangan konten. Cathrine juga aktif melakukan *follow-up* kepada kreator yang belum membuat konten, mengirimkan *brief* kepada kreator, serta menjaga komunikasi berkelanjutan dengan kreator aktif untuk memastikan terjadinya kolaborasi ulang bagi kreator berperforma tinggi. Tanggung jawab Cathrine dimulai sejak “*deal confirmed*” hingga tercapainya GMV dari kreator tersebut.

