

## BAB II

### TINJAUAN UMUM PT BIOSPHERE INDONESIA COSMETICS

#### 2.1 Sejarah Perusahaan

PT Biosphere Indonesia Cosmetics pertama kali didirikan di tahun 2012 dan terletak di Guangzhou Baiyun, China yang kemudian mendirikan pabrik di Tangerang, Indonesia pada tahun 2022. PT Biosphere Indonesia Cosmetics memiliki nomor izin berusaha (NIB) 2402220047981 dan sudah terdaftar sebagai Perseroan Terbatas dalam Ditjen AHU. PT Biosphere Indonesia Cosmetics merupakan perusahaan yang bergerak di bidang maklon perawatan kulit dan juga kosmetik.

Maklon atau yang biasa dikenal sebagai *maklon* merupakan kata yang berasal dari bahasa Belanda (makloon) yang diartikan sebagai biaya produksi, yang kemudian diadaptasi menjadi bahasa Indonesia yaitu *maklon* dan menurut KBBI yaitu maklun (Suminar, 2024). Maklun dapat diartikan sebagai bentuk kerja sama kontrak yang dilakukan dengan pihak mitra yang dapat melakukan produksi barang dengan perusahaan.

PT Biosphere Indonesia Cosmetics merupakan salah satu perusahaan maklon *skincare* dan kosmetik yang dapat melakukan jasa tersebut. Melalui pesatnya perkembangan industri perawatan kulit dan kosmetik di Indonesia, PT Biosphere Indonesia Cosmetics berhasil dipercaya untuk memproduksi beberapa merek ternama di Indonesia. Selain itu berhasil menarik pengusaha yang berkeinginan untuk memiliki merek kosmetik dan *skincare* sendiri. Setelah berjalan beberapa tahun PT Biosphere berhasil mendapatkan sertifikasi GMP (*Good Manufacturing Practice*) Class 100,000 yang menjadi sebuah tanda bahwa PT Biosphere Indonesia Cosmetics memiliki tata cara manajemen yang baik dalam menghasilkan produk yang berkualitas serta proses manufaktur yang sesuai dan juga protokol. Pada tahun 2017 PT Biosphere berhasil mendapatkan sertifikasi GMPC dan diikuti dengan SGS (*Société Générale de Surveillance*) yang merupakan sertifikasi terkemuka di dunia yang berguna bagi standar kualitas, pengujian produk, peningkatan citra merek, konsultasi dan audit terutama berguna bagi perusahaan guna sertifikasi dan ISO (PT Biosphere Indonesia Cosmetics, 2024).

Bentuk layanan yang dilakukan oleh PT Biosphere Indonesia Cosmetics yaitu model kerjasama produksi yang dikategorikan dalam OEM/ODM produk kecantikan global. Model kerjasama produksi akan menentukan bagaimana sistem produksi yang akan dilakukan antara perusahaan dan PT Biosphere Indonesia Cosmetics. OEM atau *original equipment manufacturer* merupakan proses produksi yang akan ditentukan sesuai dengan permintaan klien yang mana dimulai dari formulasi, bentuk, warna, dan kemasan. Sedangkan ODM atau *original design manufacturer* merupakan sistem produksi yang membuat pihak perusahaan akan lebih banyak keterlibatannya seperti melakukan perencanaan formulasi yang sudah berhasil dilakukan sebelumnya, sehingga klien tidak perlu memikirkan formulasi yang sesuai untuk produk yang akan dibuat. Perbedaan kedua model layanan hanya terletak pada bagaimana formulasi disusun (PT Biosphere Indonesia Cosmetics, 2024).

Proses produksi akan dimulai melalui permintaan klien terhadap jenis produk yang akan di produksi, permintaan tersebut kemudian akan disesuaikan dengan jumlah minimum pemesanan atau MOQ dalam 1 jenis produk akan memiliki jumlah minimal pemesanan 10.000 produk dan untuk *sheet mask* berjumlah minimal 100.000 pemesanan. Dilanjutkan dengan penandatanganan MoU (Memorandum of Understanding) mengenai perjanjian yang memuat persetujuan antara dua belah pihak yaitu klien dan produsen. Setelah penandatanganan MoU, dilanjutkan dengan menentukan jumlah minimal pemesanan produk dan *stock keeping unit* (SKU) untuk masing-masing produk dan varian yang akan produksi. Dilanjutkan dengan mendiskusikan bahan baku yang akan digunakan dalam masing-masing produk dan kemudian dilanjutkan dengan pemesanan *sample* untuk mengetahui apakah bahan baku dan hasil yang diberikan sudah sesuai atau belum, apabila telah sesuai maka akan dilanjutkan pada proses PO atau *pre-order* untuk *batch* pertama dari produk yang akan dipasarkan. Kemudian setelahnya akan melanjutkan dengan penentuan kemasan hingga harga jual yang akan didistribusikan (PT Biosphere Indonesia Cosmetics, 2024).

Sejak awal berdirinya PT Biosphere, perusahaan ini menjunjung tinggi komitmen yang ditunjukkan untuk mencapai keinginan pasar dengan mengutamakan kualitas dan tingkat efisiensi yang tinggi untuk meningkatkan kepercayaan serta loyalitas konsumen dari PT Biosphere. PT Biosphere Indonesia

Cosmetics memiliki filosofi manajemen yaitu ada untuk mencapai tujuan. Selain itu prinsip & nilai utama dari PT Biosphere Indonesia Cosmetics yaitu menjunjung tinggi rasa syukur, kepedulian tinggi, ketekunan dan saling menguntungkan (PT Biosphere Indonesia Cosmetics, 2024).

## **2.2 Visi dan Misi PT Biosphere Indonesia Cosmetics**

PT Biosphere Indonesia Cosmetics memiliki visi yang bertujuan untuk mengejar kualitas yang sangat baik dan menciptakan merek yang dapat mendunia. Serta memiliki fokus untuk memenuhi keinginan pada berbagai wilayah dan kelompok sehingga dapat menyediakan produk dan layanan yang disesuaikan untuk pelanggan agar dapat menciptakan *platform* yang saling menguntungkan dan terus berkembang. Serta menciptakan lingkungan produksi yang penuh makna dalam suka dan duka bersama. PT Biosphere Indonesia Cosmetics juga memiliki misi untuk selalu mendengarkan, memandu dan juga memenuhi kebutuhan pelanggan. Meningkatkan citra merek untuk menanamkan rasa bangga pada karyawan, serta mendorong pengembangan industri OEM kosmetik yang ramah lingkungan, bertumbuh bersama dengan mitra dan mendapatkan rasa hormat dari industri. Memprioritaskan tanggung jawab perusahaan dan memberikan layanan yang tulus untuk mendapatkan rasa hormat dari masyarakat dan karyawan (PT Biosphere Indonesia Cosmetics, 2024).

### 2.3 Logo Perusahaan

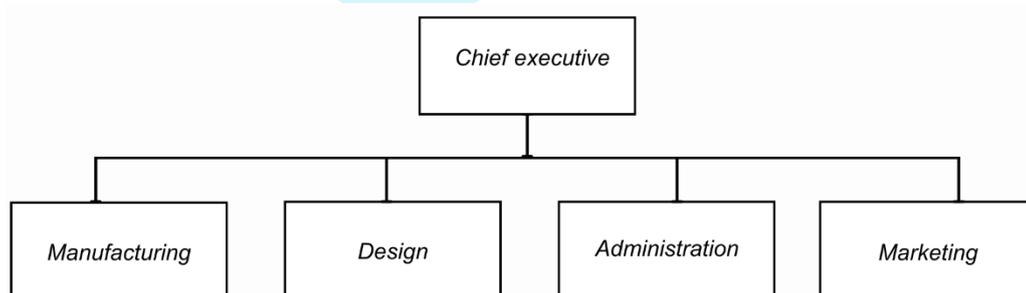


Gambar 2.1 Logo PT Biosphere Indonesia Cosmetics (2024)

Logo perusahaan PT Biosphere Indonesia Cosmetics tidak memiliki arti yang spesifik, hal ini disampaikan melalui wawancara singkat yang dilakukan dengan Kepala Departemen HRGA (D. Nur, wawancara pribadi, 16 Oktober 2024). Sama halnya dengan logo, disampaikan oleh Kepala Operasional Pabrik bahwa logo Biosphere tidak memiliki arti khusus (D. Ma, wawancara pribadi, 15 November 2024).

### 2.4 Struktur Organisasi

McShane dan Glinow (2024) menjelaskan bahwa struktur organisasi menjadikan pola koordinasi, komunikasi, alur bekerja hingga *formal power* yang mengarahkan keseluruhan kegiatan organisasi. Salah satu bentuk struktur organisasi yang dijelaskan yaitu *functional structure* yang ditampilkan pada gambar 2.2. Struktur ini menjadikan karyawan difokuskan pada kegiatan spesifik yang dikuasai sehingga kegiatan perusahaan dapat berjalan secara efektif.



Gambar 2.2 Functional Organizational Structure (McShane & Glinow, 2024)

PT Biosphere Indonesia Cosmetics menggunakan struktur organisasi fungsional seperti pada gambar 2.2. Hal ini dilakukan agar keseluruhan proses

dengan pihak luar perusahaan berjalan dengan efektif, selain itu disampaikan oleh McShane & Glinow (2024) bahwa penggunaan struktur organisasi ini dapat meningkatkan identitas karyawan sesuai dengan profesinya masing-masing, sehingga dapat memudahkan berjalannya proses produksi maupun kegiatan perusahaan lainnya. Berikut merupakan tugas serta tanggung jawab pada masing-masing posisi yang berada dalam struktur organisasi PT Biosphere Indonesia Cosmetics (2024).

**1. Direktur**

Direktur bertanggung jawab atas keberlangsungan perusahaan dan memastikan bahwa pelayanan jasa manufaktur kosmetik dan *skincare* dapat memuaskan klien.

**2. Divisi HR&GA**

Posisi HR bertanggung jawab dalam membuat perencanaan SDM, seleksi dan rekrutmen, mengurus kompensasi dan gaji, mengelola data karyawan, kebijakan, SOP, seleksi dan rekrutmen dan juga pengadaan barang yang dibutuhkan oleh perusahaan. Divisi HR&GA terbagi menjadi dua yaitu HR yang bertugas dalam melakukan rekrutmen serta personalia dan *general affair* (GA) yang bertugas dalam melakukan pengadaan barang, pemeliharaan aset dan serta menjalin kerjasama dengan vendor-vendor terkait pengadaan.

**3. Divisi Finance, Accounting & Tax (FAT)**

Bertugas dalam mendata, merekap dan memantau pergerakan masuk dan keluarnya dana dalam perusahaan.

**4. Divisi Sales**

Memiliki tugas untuk mencari, berkoordinasi dan juga menjalin kerja sama dengan klien yang akan menggunakan jasa dari perusahaan.

**5. Divisi Marketing**

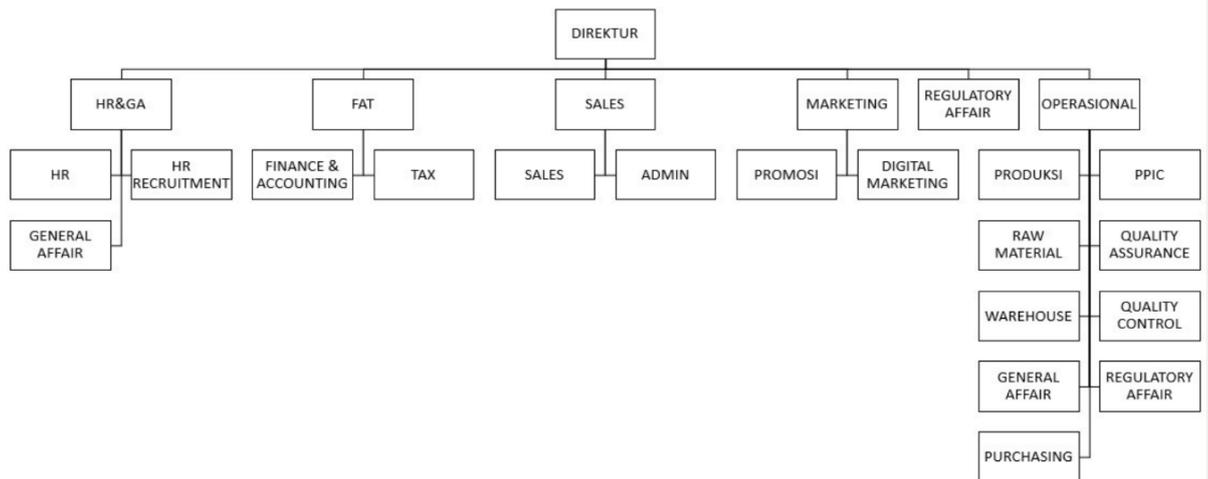
Bertugas dalam mempromosikan dan juga membangun citra perusahaan serta membantu penyebaran informasi mengenai bidang usaha perusahaan yang dapat membantu untuk menggaet calon konsumen.

**6. Divisi Regulatory Affair**

Bertanggung jawab atas memastikan keseluruhan legalitas produk yang diproduksi dan memastikan bahwa produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan regulasi yang berlaku pada pemerintah.

## 7. Divisi Operasional

Bertanggung jawab atas bahan baku yang akan digunakan untuk formulasi yang sudah ditentukan, kemasan yang akan digunakan dalam masing-masing produk yang dihasilkan, memastikan bahwa produksi dalam pabrik berjalan sesuai dengan SOP yang berlaku dan berkoordinasi langsung dengan tim pabrik China.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Biosphere Indonesia Cosmetics (2024)

## 2.5 Kegiatan Umum Perusahaan

PT Biosphere Indonesia Cosmetics bergerak dibidang maklun *skincare* dan juga kosmetik. Produk yang dihasilkan yaitu berupa *personal care*, *body care*, *skincare* dan *makeup*. Beberapa produk yang dihasilkan di PT Biosphere Indonesia Cosmetics terdiri atas pasta gigi, obat kumur, losion tubuh, sabun mandi, sabun cuci wajah, sampo, tabir surya, *foundation*, *cushion*, serum, *eyeshadow*, *lipstick*, *eyeliner* dan maskara. Produk-produk tersebut di produksi

sesuai dengan formulasi yang disesuaikan dengan kebutuhan klien serta melalui diskusi dengan tim Sales, Regulatory Affair dan juga tim Operasional Pabrik (PT Biosphere Indonesia Cosmetics, 2024).

PT Biosphere Indonesia Cosmetics selain bekerja sama dengan perusahaan yang sudah memiliki merek sebelumnya, juga bekerja sama dengan beberapa pengusaha yang ingin memproduksi merek sendiri, hal ini dapat diwujudkan melalui model layanan yang disediakan oleh PT Biosphere Indonesia Cosmetics. Selain memproduksi, PT Biosphere Indonesia Cosmetics juga berusaha untuk menjaga kualitas dan serta pengembangan yang dilakukan yang bertujuan dalam mengikuti tren yang sedang berjalan, hal ini dilakukan agar keberlangsungan perusahaan maupun mitra dapat berjalan sesuai dengan dengan visi dan misi yang dijunjung tinggi oleh PT Biosphere Indonesia Cosmetics (PT Biosphere Indonesia Cosmetics, 2024).

Beberapa merek yang di produksi di PT Biosphere Indonesia Cosmetics yang mencakup formulasi produk hingga proses legalitas, berikut beberapa nama merek tersebut:

**Tabel 2.1 Merek-merek yang diproduksi oleh PT. Biosphere Indonesia Cosmetics, 2024)**

<b>Merek</b>	<b>Jenis Produk</b>
Bio Aqua	<i>Makeup &amp; Skincare</i>
Bee Me	<i>Baby care</i>
MIISOO	<i>Personal Care</i>
GO SMILE	<i>Personal Care</i>
NPURE	<i>Skincare</i>
<i>CeraCode</i>	<i>Skincare</i>
ELFORMULA	<i>Skincare</i>
Dabe Beaute	<i>Skincare &amp; Make Up</i>
Haloca beauty	<i>Skincare</i>

## **2.6 Kegiatan Umum Divisi HR&GA**

Divisi HR&GA pada PT Biosphere Indonesia Cosmetics memiliki kegiatan yang meliputi seleksi, rekrutmen, personalia serta pengadaan barang maupun pemeliharaan aset. Proses seleksi dan rekrutmen meliputi perencanaan *manpower* yang didasari oleh permintaan *user*, yang kemudian akan disesuaikan

dengan kebutuhan dari perusahaan. Setelah penyesuaian tersebut berjalan, berikutnya akan dilanjutkan dengan penyusunan *job description*, dikarenakan divisi HR&GA dari PT Biosphere Indonesia Cosmetics juga melakukan proses rekrutmen untuk empat *group company* lainnya yaitu PT Bugar Bersama Selalu, PT Stars Metro Management, PT Sepatu Kreatif Indonesia dan juga PT Mobile Internet Indonesia, maka penyusunan *job description* akan terus disesuaikan tergantung dari kebutuhan masing-masing PT.

Setelah melakukan penyesuaian hal berikutnya yang dilakukan yaitu membuat dan memublikasikan lowongan pekerjaan dengan menggunakan laman lowongan pekerjaan. Apabila sudah dipublikasikan maka dilanjutkan dengan melakukan sortir CV pelamar yang telah didapatkan melalui beberapa laman yang digunakan yaitu Jobstreet, Pintarnya, Job.Id, LinkedIn dan juga *e-mail*. Kemudian jika sudah menemukan kandidat yang sesuai dengan kualifikasi perusahaan maka pelamar tersebut akan diundang untuk melakukan wawancara. Apabila kandidat tersebut lolos pada tahapan wawancara yang pertama maka akan dilanjutkan dengan psikotes dan tahapan terakhir yaitu melakukan wawancara dengan *user*. Setelah melakukan wawancara dengan *user* terkait, kemudian divisi HR akan melakukan *follow up* terkait dengan kandidat yang bersangkutan kepada *user* mengenai bagaimana kandidat saat wawancara berlangsung dan apakah kandidat tersebut sudah sesuai dengan yang dibutuhkan oleh *user*, apabila *user* sudah klik atau menyukai keseluruhan kandidat yang bersangkutan, maka berikutnya akan dilakukan negosiasi gaji dan konfirmasi tanggal bergabung ke perusahaan, jika kandidat sudah menyetujui terkait dengan gaji dan tanggal masuk pada perusahaan, maka kemudian kandidat akan diberikan surat penawaran bekerja dan kandidat akan melakukan *on boarding* sesuai dengan tanggal yang sudah ditentukan.

Divisi HR&GA juga meliputi personalia, yang berkaitan dengan pendataan karyawan, mengurus dokumen yang berkaitan dengan perusahaan, melakukan pelaporan BPJS ketenagakerjaan, penyusunan absensi karyawan, merapihkan data kekaryawanan, menyusun surat penawaran bekerja, dan menuliskan PKWT. Posisi praktikan selama melakukan kerja profesi yaitu berada dibawah posisi kepala departemen Dian Nur Sukma Piriyanti dan *recruitment specialist* Erdhia Yuliastuti selaku pembimbing kerja selama kerja profesi dalam divisi HR&GA yaitu divisi HR Recruitment.

Sedangkan bagi divisi GA atau *general affairs* kegiatan umum meliputi pengelolaan, pemeliharaan barang dan pengadaan barang. Pengelolaan dan pemeliharaan barang dilakukan dengan melakukan pencatatan mengenai masuk dan keluarnya barang yang baru maupun yang sudah rusak. Pencatatan dilakukan pada seluruh barang yang berada dalam perusahaan yaitu kursi, meja, laptop, HP, kartu elektronik, kartu parkir, kabel terminal, lemari, ATK, RTK, mobil operasional, STNK, dan termasuk dengan barang yang harus diganti dikarenakan rusak. Pergantian aset yang dibutuhkan akan masuk dalam pencatatan yang akan dimasukkan dalam pengadaan barang melalui *form* permintaan. Pendataan dan pengarsipan data karyawan juga menjadi tanggung jawab dalam divisi *general affairs*. Selain keseluruhan barang GA juga mengurus terkait dengan pemeliharaan AC, penyewaan gedung, pembayaran listrik, melakukan servis AC, TV, gedung, menjalin kerja sama dengan vendor-vendor pengadaan barang dan juga menjalin komunikasi dengan pihak-pihak eksternal lainnya. Divisi *general affairs* juga mengelola aset yang dimiliki oleh *group company* dari PT Biosphere Indonesia Cosmetics.