

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

PT Digi Herba Nusantara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang digital marketing dengan fokus utama pada distribusi dan promosi produk-produk herbal kesehatan, kecantikan, dan perawatan tubuh. Didirikan pada tanggal 13 Juli 2021, perusahaan ini telah berdiri selama lebih dari empat tahun dan dibentuk sebagai respon terhadap meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya gaya hidup sehat berbasis bahan alami. Sejak awal, perusahaan memanfaatkan pendekatan digital untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efisiensi dalam pelayanan konsumen.

PT Digi Herba Nusantara didirikan oleh Andi Hijrian, yang saat ini menjabat sebagai *CEO*. Beliau merupakan staf sekaligus rekan dari Amin Sudarsono, pemilik PT Kuantum King Sulaiman, perusahaan yang bergerak di industri serupa. Atas inisiatif Bapak Amin Sudarsono, PT Digi Herba Nusantara didirikan sebagai entitas mandiri dengan misi memperluas pengaruh dan penetrasi produk herbal melalui platform digital. Dalam struktur perusahaan, Amin Sudarsono menjabat sebagai Komisaris Utama dan turut berperan penting dalam pengembangan arah strategis bisnis. Dalam kurun waktu empat tahun, perusahaan menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dengan membentuk unit-unit kerja strategis untuk pengelolaan *marketplace*, produksi konten, layanan konsumen, serta pengelolaan data dan logistik. Produk-produk andalan seperti Generos, Ukhtiy Collagen, Ginela, Fluba Anaba, Arfa Baby Oil, dan Urra telah mendapat tempat di hati konsumen, dengan distribusi yang tersebar melalui *marketplace* besar seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Dengan seluruh produknya yang telah tersertifikasi BPOM dan halal, PT Digi Herba Nusantara terus berkomitmen untuk menjadi pelopor di bidang pemasaran produk herbal secara digital di Indonesia.

2.1.1 Visi dan Misi PT. Digi Herba Nusantara

Sebagai perusahaan yang tumbuh di era digital dan bergerak di industri kesehatan berbasis herbal, PT Digi Herba Nusantara memiliki arah dan tujuan strategis yang tertuang secara jelas dalam visi dan misi perusahaan. Pernyataan visi dan misi ini menjadi pedoman utama dalam seluruh kegiatan operasional, pengambilan keputusan, serta pengembangan produk dan layanan. Dengan visi yang kuat dan misi yang terstruktur, perusahaan berupaya untuk terus relevan dan berdaya saing di tengah dinamika industri yang kompetitif.

Visi Perusahaan:

“Menjadi perusahaan herbal terkemuka di Indonesia yang menyediakan produk-produk herbal berkualitas tinggi, serta memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan melalui platform digital yang inovatif.”

Misi Perusahaan:

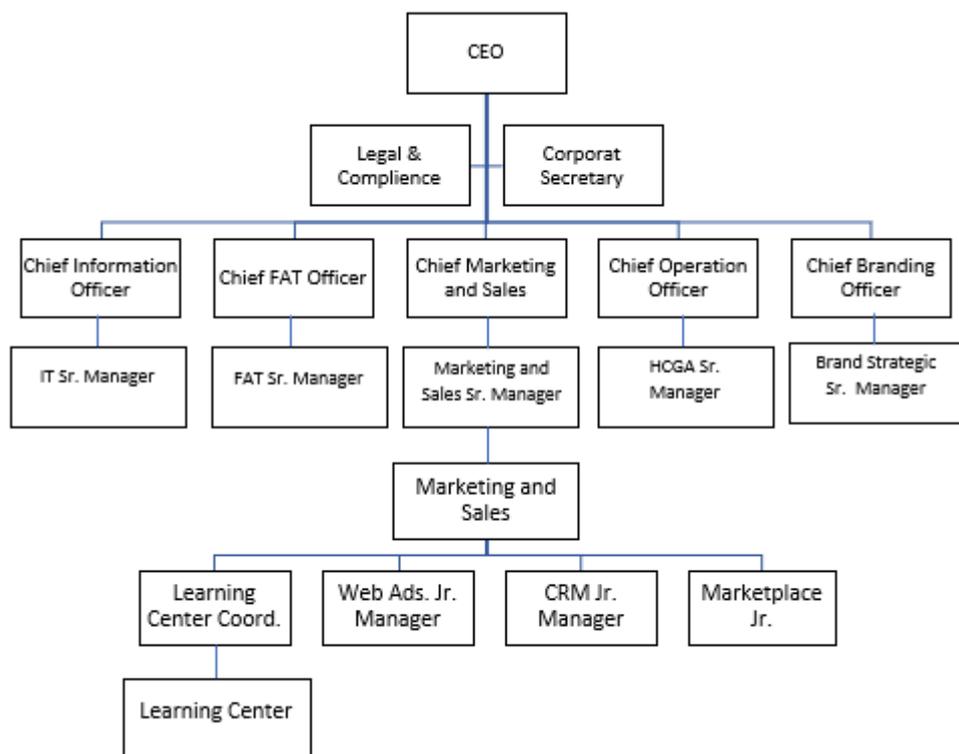
1. Menyediakan produk-produk herbal berkualitas tinggi.
2. Meningkatkan kesadaran kesehatan alami.
3. Membangun komunitas masyarakat yang peduli kesehatan.
4. Menyediakan pelayanan yang prima.
5. Mengembangkan bisnis yang berkelanjutan.

2.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan komponen penting dalam menciptakan tata kelola perusahaan yang efektif dan efisien. Di PT Digi Herba Nusantara, struktur ini dirancang secara sistematis untuk memperjelas alur koordinasi, pembagian tanggung jawab, serta fungsi kerja antarbagian agar selaras dengan visi dan strategi perusahaan secara menyeluruh. Pada tingkat tertinggi, posisi kepemimpinan dipegang oleh *Chief Executive Officer (CEO)* yang memiliki wewenang utama dalam pengambilan keputusan strategis serta mengawasi jalannya seluruh aktivitas operasional organisasi.

Di bawah koordinasi langsung *CEO*, terdapat lima posisi struktural penting dengan kedudukan sejajar yang memimpin bidang fungsional

berbeda namun saling mendukung. Posisi tersebut antara lain: *Chief Information Officer (CIO)* yang bertanggung jawab atas pengelolaan teknologi informasi dan pengembangan sistem digital perusahaan; *Chief FAT Officer*, yang menangani aspek keuangan, akuntansi, dan perpajakan; *Chief Operation Officer (COO)*, yang mengatur jalannya kegiatan operasional harian dan distribusi produk; *Chief Branding Officer*, yang mengelola citra perusahaan dan strategi identitas merek; serta *Chief Marketing and Sales*, yang memimpin seluruh aktivitas pemasaran dan penjualan untuk mencapai target bisnis perusahaan. Seluruh posisi ini menjalankan perannya masing-masing dalam kerangka kolaboratif yang terintegrasi untuk memastikan keberhasilan operasional dan pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan. Berikut merupakan bagan struktur organisasi PT Digi Herba Nusantara:



Gambar 2.1 Struktur PT Digi Herba Nusantara

Sumber: Supervisor HCGA PT Digi Herba Nusantara

1. Chief Executive Officer (CEO)

CEO merupakan pimpinan tertinggi di perusahaan yang bertugas menetapkan visi, misi, dan arah strategi bisnis. Selain itu, CEO juga

bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan utama dan menjaga hubungan dengan seluruh pemangku kepentingan eksternal seperti investor, mitra usaha, dan lembaga pemerintah. Dalam pelaksanaannya, *CEO* membawahi langsung unit penting seperti *Legal & Compliance* dan *Corporate Secretary*, serta mengoordinasikan jalannya seluruh fungsi operasional melalui jajaran *Chief* di bawahnya.

2. Chief Marketing and Sales

Jabatan ini bertanggung jawab atas perencanaan dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran dan penjualan perusahaan. Peran utamanya mencakup penyusunan strategi pemasaran jangka panjang, alokasi anggaran, serta pemantauan efektivitas kampanye promosi. *Chief Marketing and Sales* menjadi pengarah utama bagi tim *Marketing and Sales Sr. Manager*, yang bertugas mengeksekusi strategi melalui beberapa sub-divisi seperti *Marketplace*, *Web Advertising*, dan *CRM*.

3. Divisi Marketing dan Sales

Posisi ini menjadi penghubung antara arahan strategis *Chief Marketing and Sales* dan pelaksanaan operasional di lapangan. Tugasnya meliputi pembagian kerja, *monitoring* performa, dan penyelarasan target tiap divisi pemasaran. Ia bertanggung jawab atas pencapaian indikator kinerja tim dan menjaga sinergi antara tim *Marketplace Jr.*, *Web Ads Jr. Manager*, *CRM Jr. Manager*, dan *Learning Center Coordinator*.

4. Divisi Marketplace

Praktikan ditempatkan di divisi ini sebagai Admin *Inputter Marketplace*. Divisi *Marketplace* memiliki peran strategis dalam mengelola toko daring perusahaan di berbagai platform *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia. Tugas-tugasnya meliputi *penginputan* dan pembaruan data produk, pemrosesan pesanan, pelaporan penjualan, pengelolaan retur, serta komunikasi teknis dengan tim gudang dan ekspedisi. Divisi ini memastikan proses transaksi digital berjalan lancar dan data penjualan terdokumentasi secara tepat untuk mendukung evaluasi kinerja perusahaan.

5. Divisi Pendukung Lainnya

Web Ads Jr. Manager bertugas menjalankan kampanye iklan digital di berbagai platform seperti *Google Ads*, *Meta Ads*, dan *TikTok Ads*. Ia bertanggung jawab merancang konten iklan, menentukan anggaran, serta

menganalisis performa iklan untuk mencapai target jangkauan dan konversi.

CRM Jr. Manager mengelola hubungan pelanggan dengan fokus pada loyalitas dan kepuasan konsumen. Ia menggunakan pendekatan berbasis data untuk strategi komunikasi, termasuk email marketing, promosi retensi, dan analisis perilaku pelanggan.

Learning Center Coordinator bertugas menyelenggarakan program pelatihan dan pengembangan SDM internal, seperti pelatihan sistem kerja, *onboarding* karyawan baru, serta modul pengembangan keterampilan untuk mendukung adaptasi digital dan produktivitas kerja.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

PT Digi Herba Nusantara merupakan perusahaan yang mengombinasikan fokus pada distribusi produk herbal berkualitas tinggi dan pemasaran digital modern. Perusahaan tetap berinovasi untuk menghadirkan produk herbal berkualitas tinggi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern, sambil tetap mempertahankan standar profesionalisme dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi di era digital. Sebagai entitas yang bergerak di bidang kesehatan dan perawatan tubuh, perusahaan ini bertujuan untuk memberikan solusi kesehatan alami kepada masyarakat Indonesia melalui pendekatan berbasis digital.

1. Pengelolaan Produk

Kegiatan perusahaan dimulai dari pengelolaan produk, yang mencakup seleksi bahan baku herbal berkualitas, pengujian produk untuk memastikan sertifikasi BPOM dan halal, hingga distribusi produk melalui berbagai kanal digital. Proses ini bertujuan untuk menjaga kualitas produk yang konsisten dan sesuai standar.

2. Pemasaran Digital

Dalam aspek pemasaran, perusahaan memanfaatkan platform *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada sebagai sarana utama untuk mempromosikan produk dan memudahkan transaksi pelanggan. Selain itu, perusahaan juga mengadakan sesi *live shopping* yang terjadwal secara intensif melalui platform *TikTok Live* dan *Shopee Live*, guna meningkatkan interaksi langsung dengan pelanggan.

3. Pengelolaan Marketplace

Pengelolaan data dan administrasi transaksi dilakukan secara cermat oleh divisi yang bertugas, termasuk admin *marketplace* yang bertanggung jawab atas pencatatan pesanan, laporan stok, dan pengelolaan retur produk. Divisi ini memastikan bahwa proses administrasi berjalan lancar dan efisien.

4. Teknologi dan Digitalisasi

Meskipun teknologi yang digunakan tergolong standar, perusahaan tetap memanfaatkan sistem manajemen *marketplace* dan *spreadsheet* terintegrasi untuk mendukung efisiensi kerja. Hal ini membantu meminimalkan kesalahan dalam pencatatan data dan mempercepat proses operasional.

5. Komitmen pada Keberlanjutan dan Komunitas

Sebagai bagian dari visi dan misinya, PT Digi Herba Nusantara tidak hanya berfokus pada digitalisasi proses bisnis, tetapi juga pada pengembangan bisnis berkelanjutan. Perusahaan aktif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat berbasis herbal serta membangun komunitas pelanggan yang loyal melalui strategi komunikasi yang konsisten.