

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT Multi Gita Packa
(Sumber: Data Internal Perusahaan MGP)

PT. Multi Gita Packa didirikan oleh Hendarti selaku komisaris utama dan juga Sari Herdansih selaku Direktur utama pada tahun 2018 di Bogor, Jawa Barat. Awalnya merupakan perusahaan penyedia berbagai macam wadah atau *Packaging* produk perawatan kulit wajah dan kecantikan, seperti botol, pot, tube dari bahan plastik, acrylic maupun kaca. Berjalan 1 tahun, terjadilah perubahan kepemilikan saham, sehingga pada 2019 PT. Multi Gita Packa berubah menjadi perusahaan keluarga dan berpindah lokasi di Tangerang Selatan. Sejak perubahan tersebut PT. Multi Gita Packa tidak lagi bergerak sebagai *supplier packaging*, namun bergerak diperawatan kulit wajah yang kemudian dinamakan HITAMI. Hal ini menjawab tantangan meningkatnya kebutuhan produk perawatan kulit wajah di Indonesia. Pergantian produk jasa yang ditawarkan oleh PT. Multi Gita Packa juga dilatar belakangi oleh meningkatnya antusias anak muda khususnya kaum perempuan terhadap produk kecantikan. Semakin banyak *brand* baru yang bermunculan dan menawarkan produk-produk menari. Sehingga PT.

Multi Gita Packa mulai beralih menjadi produsen produk perawatan kulit di Indonesia. (Mutiara, komunikasi pribadi, 15 Agustus 2022).



Gambar 2.2 Logo Hitami

(Sumber: Internal Perusahaan MGP)

Butuh waktu lebih dari satu tahun untuk melakukan riset serta pengembangan produk Hitami Lightening series yang terdiri dari Milk Cleanser, Facial Wash, Face Toner, Sunscreen Cream dan Night Cream. Tujuan dari seri ini adalah agar tampilan wajah bersih, sehat dan cerah merata. Untuk target pasarnya HITAMI menasar wanita aktif dengan usia matang 25 – 45 tahun. Dalam pengembangan dan pembuatan *Lightening Series*, PT. Multi Gita Packa menunjuk PT Sandrica Beauty Derma sebuah maklon kosmetik di daerah Cimanggu, Bogor. Pada tanggal 7 Juli 2020, pertama kalinya Brand Hitami dipasarkan di masyarakat. Setelah satu minggu sebelumnya, HITAMI mengadakan *prelaunch event* terlebih dahulu di Elza Syarief *Law Office* di daerah Menteng, bekerja sama dengan sebuah komunitas bernama Perempuan Wirausaha Indonesia (PERWIRA).

HITAMI *launching* dengan mengantongi sertifikat BPOM untuk setiap produknya dan juga telah mendaftarkan diri ke Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Indonesia. Selain itu, HITAMI meluncurkan produk yang bisa digunakan oleh ibu dengan program hamil, ibu hamil dan ibu menyusui. Karena sudah mengantongi sertifikat BPOM, bisa dipastikan HITAMI tidak mengandung zat-zat berbahaya seperti merkuri, hidroquinon dan bahan berbahaya lainnya.

Keunggulan yang dimiliki oleh HITAMI ini menjadi pendorong kesuksesan *brand* untuk dapat menyentuh seluruh sektor tanpa ada batasan kriteria yang menghambat.

Sejak awal HITAMI menerapkan promosi dan penjualan secara *online*, dengan memanfaatkan Instagram, facebook dan *marketplace*. Alasan utamanya adalah karena HITAMI diluncurkan di tengah pandemi COVID-19. Namun mulai Februari 2021 HITAMI mulai melakukan promosi dan penjualan *offline* dengan menyelenggarakan *event* ke komunitas ibu-ibu dan mengikuti berbagai pameran dengan mengadakan skin check, yaitu melakukan pemeriksaan jenis kulit dan masalah kulit wajah kepada setiap pengunjung. Mulai bulan ini pula HITAMI masuk di toko-toko kosmetik di Tangerang Selatan. Total peserta yang datang di skincheck *event* HITAMI kurang lebih 700 orang dengan 500 orang diantaranya melakukan *skincheck*. Dari *skincheck event* ini, HITAMI bisa mengetahui profil jenis kulit dan permasalahan kulit yang terjadi pada wanita Indoensia pada umumnya. Tentunya memudahkan HITAMI menentukan pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Pada Juli 2021, HITAMI terpaksa mengurangi aktivitas promosi *offline* sebab kasus COVID-19 varian delta sedang naik drastis. Dari kurang lebih 12 *event* setiap bulan, menjadi 4 *event* saja per bulan. Toko-toko juga meretur produk HITAMI sebab tidak jarang dari *brand* yang terpaksa tutup dan merugi. Karena situasi tersebut rasanya skincare tidak menjadi prioritas utama untuk dibeli masyarakat kala itu. Sehingga PT. Multi Gita Packa mulai mencari-cari alternatif bisnis lain yang sekiranya masih menjadi prioritas. PT. Multi Gita Packa melihat masyarakat yang enggan keluar rumah karena takut terjangkit virus, memutuskan untuk membuat supermarket *online* di *marketplace* bernama GITA MART. Peralihan bentuk penjualan dari *offline* ke *online* dilakukan oleh PT. Multi Gita Packa untuk tetap bertahan dalam masa pandemi yang memberikan dampak negatif terhadap perekonomian. Menjual kebutuhan pokok seperti minyak goreng, tepung, kecap, saus, sambal, dsb. GITA MART dibuka dari bulan Juli hingga Desember 2021. Sebab semenjak kasus COVID-19 mulai melandai di Bulan Oktober 2021, PT. Multi Gita Packa kembali menjalankan bisnis HITAMI hingga saat ini dan memutuskan untuk kembali melakukan promosi sepenuhnya secara *online*.

Saat ini HITAMI sedang melakukan *development* produk baru yang akan launching kuartal empat 2022 dengan seri *skin barrier*, untuk menjawab kebutuhan masyarakat Indonesia yang mulai mencari produk untuk memperkuat *skin barrier* kulit. Produk yang saat ini sudah ada yaitu ada 4 skincare, yaitu pertama ada Lightening Milk Cleanser, kedua ada Lightening facial Wash, ketiga ada Lightening Face Toner, keempat ada Lightening Sunscreen Cream, dan yang terakhir ada Lightening Night Cream. Untuk itu, saat ini aktivitas promosi secara *online* dilakukan untuk mempersiapkan *awareness* pasar terhadap brand HITAMI, selain tentunya meningkatkan penjualan. (Firda, M, komunikasi pribadi, 15 Agustus 2022).

Visi Hitami:

Membuat produk perawatan kulit dan kecantikan lokal berkualitas tinggi yang mampu menjawab kebutuhan kulit wanita Indonesia. (Mutiara, komunikasi pribadi, 15 Agustus 2022)

Misi Hitami:

1. Membuat produk skincare berkualitas tinggi .
2. Berani bersaing dengan produk skincare lainnya.
3. Memberikan pelayanan prima kepada pelanggan.
4. Memberikan edukasi pada pelanggan mengenai kesehatan dan perawatan kulit. (Mutiara, komunikasi pribadi, 15 Agustus 2022)

Value yang diterapkan pada perusahaan:

1. *Honesty*

Nilai pertama yang dijunjung oleh PT. Multi Gita Packa adalah *honesty*. Dimana perusahaan ini ingin memberikan lingkungan yang berkata dan bersikap untuk dapat dipertanggung jawabkan.

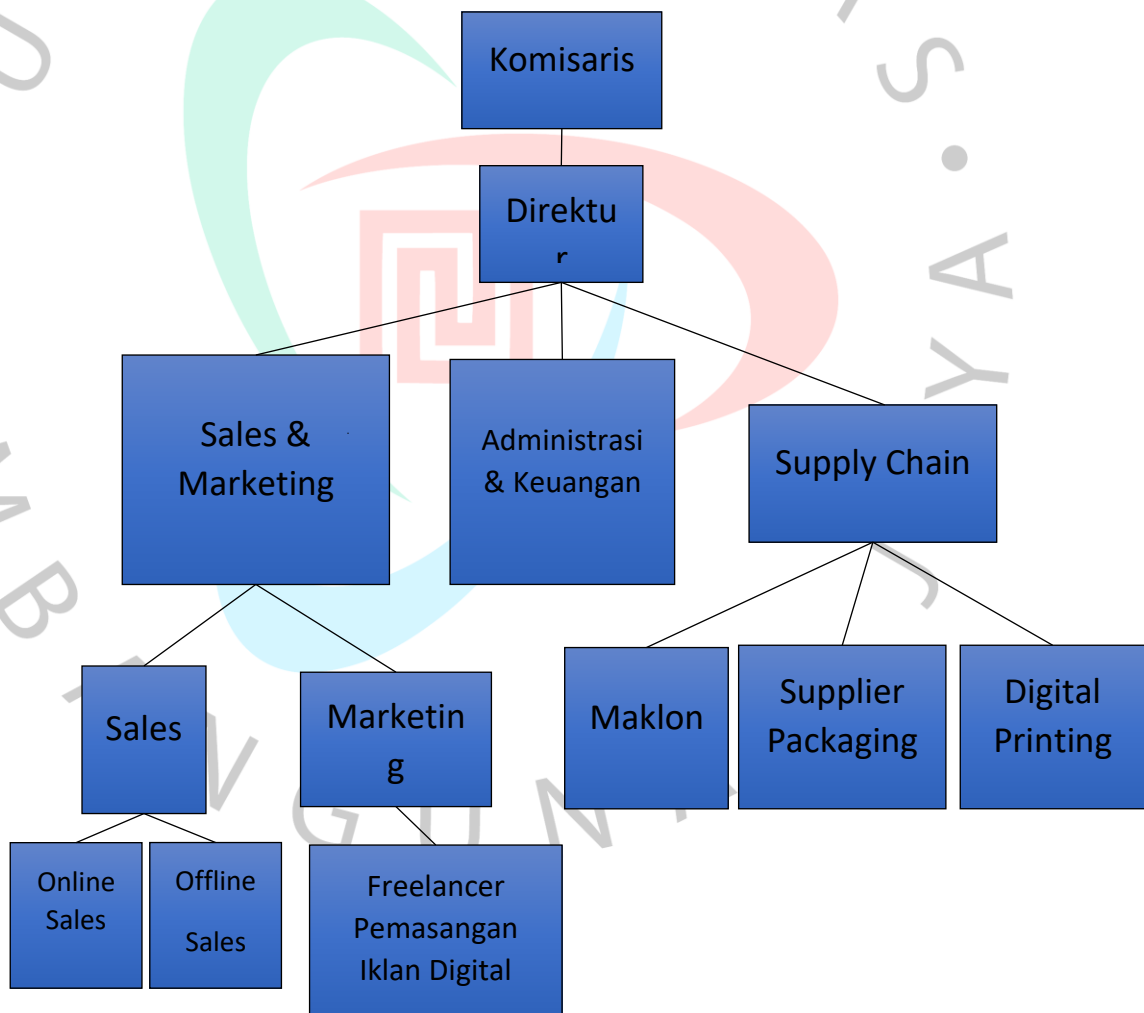
2. *Respect*

Nilai kedua yang dijunjung oleh PT. Multi Gita Packa adalah *Respect*. Dimana perusahaan ini ingin mengembangkan rasa saling menghormati dan peduli terhadap satu sama lain. Rasa menghormati yang tumbuh antar karyawan akan memberikan iklim perusahaan yang positif dan berdampak terhadap sistem komunikasi sehari-hari.

3. Learn and Innovate

Nilai ketiga yang dijunjung oleh PT. Multi Gita Packa adalah *Learn and Innovate*. Dimana perusahaan ini ingin memberikan kebebasan kepada seluruh karyawan untuk memperluas wawasan, meningkatkan kemampuan dan pengetahuan. Hal tersebut nantinya dapat memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan untuk bertahan di ketatnya persaingan dan juga bekal bagi karyawan dalam mengembangkan ilmu baru. (Mutiara, komunikasi pribadi, 15 Agustus 2022)

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Multi Gita Packa

1. Divisi Sales dan Marketing

Divisi ini bertujuan untuk melakukan pemasaran yaitu membangun ketertarikan masyarakat yang masuk dalam target market untuk menjadi pelanggan potensial untuk kemudian mengkonversinya menjadi pembeli. Marketing dilakukan secara *online* yaitu melalui *Social Media Marketing*. Dalam marketing secara *online* ini, secara berkala hitami menggunakan jasa *third party* untuk pemasangan iklan di social media dan google. Untuk sales ada dua jalur sales yaitu *online* dan *offline*. Untuk *online* dilakukan melalui *marketplace* yaitu shopee dan tokopedia. Namun paling utama dilakukan di shopee karena untuk market beauty dan perempuan dominan di shopee. Selain itu *online* sales juga dilakukan melalui whatsapp official hitami skincare. Untuk *offline sales*, pada tahun 2021 dilakukan dengan *community event*, dan berjualan melalui gerai toko. Untuk saat ini *offline sales* adalah berupa reseller management. Baik secara *offline* maupun *online* salah satu tugas bagian sales adalah handling complain dari *customers*. (Mutiara, komunikasi pribadi, 15 Agustus 2022).

2. Divisi Administrasi dan Keuangan

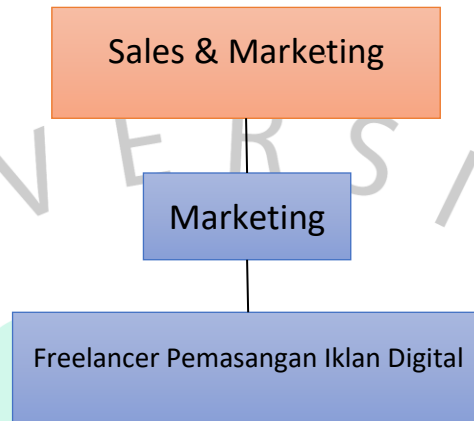
Tujuan utama divisi ini adalah untuk memastikan arus keuangan perusahaan berjalan dengan baik. Yaitu dengan cara melakukan pencatatan perusahaan terutama kegiatan yang mengandung biaya maupun yang menghasilkan income. Karenanya, divisi ini berkaitan erat dengan annual maupun monthly strategic planning perusahaan. Selain memiliki fungsi pencatatan keuangan, fungsi administrasi yang dimaksud adalah berupa surat-menyurat, perpajakan, perizinan dan lain sebagainya. Bersamaan dengan divisi supply chain, divisi ini melakukan stock opname setiap bulannya. (Mutiara, komunikasi pribadi, 15 Agustus 2022)

3. Divisi Supply Chain

Di dalam perusahaan dagang divisi supply chain sangatlah penting. Pada dasarnya supply chain adalah mengenai pengadaan dan pendistribusian. Walaupun PT. Multi Gita Packa belum memiliki pabrik sendiri, namun MGP menggandeng maklon (toll manufacturing company) untuk pembuatan skincare HITAMI. Divisi ini lah yang berhubungan dengan maklon dan memastikan proses development produk berjalan tepat waktu agar proses distribusi dan penjualan tidak terhambat. Selain maklon, divisi *supply chain* berhubungan dengan supplier

Packaging, produsen label *Packaging*, serta pendistribusian ke gudang HITAMI maupun ke reseller. (Mutiara, komunikasi pribadi, 15 Agustus 2022)

2.2.1 Struktur Organisasi Sales & Marketing



Gambar 2.4 Struktur Divisi Sales & Marketing

Praktikan tergabung pada divisi Sales & Marketing yang dipimpin oleh Mutiara Firdausa selaku *Head of Sales & Marketing Division*. Pada divisi Sales & Marketing, bidang pekerjaan pada divisi ini terbagi menjadi 3 sub bagian yaitu Sales, freelancer pemasangan iklan digital, dan marketing. Bagian sales memiliki fokus dalam bidang kerja berupa *Conducting community event, reseller management, handle marketplace ads*, membuat laporan pencapaian dan mengatur komplain dari konsumen. Berbeda dengan bagian Freelancer pemasangan iklan digital, yang berfokus dalam memberikan rekomendasi post social brand, melakukan placement iklan sesuai dengan keinginan brand, dan memberikan report dari iklan tersebut. Bagian terakhir adalah Marketing, praktikan tergabung dalam bidang marketing khususnya *Social Media Marketing*. Bidang kerja yang dilakukan praktikan dalam posisi tersebut berupa membuat 2-3 konten perminggu untuk kebutuhan sosial media Instagram. Dalam proses pembutaan konten, praktikan juga bertanggung jawab dalam melakukan *brainstorming* jenis konten yang akan diunggah. Namun, pada bagian Marketing, terdapat dua bagian lagi yaitu yang mengurus *content planning* dan juga sebagai pembuat konten. Praktikan berada di bagian pembuat konten yaitu sebagai *content production*. (Mutiara, komunikasi pribadi, 15 Agustus 2022)

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Pada perusahaan MPG atau Multi Gita Packa ini berfokus pada *Sales Oriented activity* atau aktivitas perusahaan yang menunjang penjualan. Perusahaan MPG sebagai supplier produk kecantikan, aktivitas utama yang perlu dikembangkan berupa penjualan sesuai dengan target yang sudah ditetapkan setiap tahunnya. Aktivitas perusahaan yang dapat menunjang penjualan produk salah satunya adalah penjualan melalui *social media* dan *e-commerce* lainnya. Aktivitas ini terus dikembangkan oleh perusahaan MPG sebagai salah satu bentuk memperkenalkan produk yang dimiliki oleh Hitami kepada masyarakat. Aktivitas yang berkaitan dengan *sales* biasa dilakukan oleh divisi *Sales & Marketing*, dari tahap riset terkait kebutuhan pasar hingga strategi penjualan yang dapat menarik perhatian.

Tidak hanya divisi *Sales & Marketing* yang bertanggungjawab pada proses penjualan produk, namun juga bagi seluruh karyawan yang tergabung. Dengan adanya strategi pemasaran yang baik, maka aktivitas perusahaan yang menunjang penjualan akan terus berjalan sesuai dengan *timeline* perusahaan. Kegiatan perusahaan selanjutnya yang dijalankan oleh PT. Multi Gita Packa adalah *New Product Development* (NPD). Dalam setiap periodenya, perusahaan ini meluncurkan produk baru untuk terus memberikan kepuasan kepada konsumen terkait kebutuhan yang *branda* inginkan. Sesuai dengan visi HITAMI berupa membuat produk perawatan kulit dan kecantikan lokal berkualitas tinggi yang mampu menjawab kebutuhan kulit wanita Indonesia, maka HITAMI akan memberikan produk-produk terbarunya. Sebelum meluncurkan produk baru, pada umumnya HITAMI melakukan persiapan selama 1-2 tahun sebelum rencana produk tersebut diluncurkan.

Proses persiapan tersebut dibagi menjadi beberapa tahap yaitu: Market research, pada tahap ini perusahaan melakukan riset terkait dengan keadaan pasar saat ini seperti kebutuhan produk dan strategi marketing yang perlu dirancang. Tahap kedua adalah mencari maklon yang tepat untuk diajak bekerja sama, pada tahap ini perusahaan melakukan pencarian maklon untuk diajak bekerja sama sesuai dengan kebutuhan. Tahap ketiga adalah development, tahap ini dinilai sudah menjadi tahap penting dimana produk mulai dikembangkan mulai dari kandungan produk hingga persiapan *Packaging*. Tahap keempat adalah revisi, setelah melakukan development produk maka perusahaan melakukan revisi

produk yang sudah dikembangkan sebelumnya mulai dari kesalahan kandungan atau tesktur yang dihasilkan. Tahap kelima adalah pengadaan *Packaging*, yaitu tahap pembuatan *Packaging* yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan. Setelah develop produk selesai, maka tahap selanjutnya lebih berfokus pada dokumen penunjang seperti BPOM dan HAKi. Kedua hal tersebut menjadi penentu apakah produk yang ingin diluncurkan sudah sesuai dengan syarat produk atau belum. Tahap terakhir yang dilakukan adalah shipping ke sejumlah gudang. Ketika produk sudah melewati tahap-tahap tersebut, maka perusahaan perlu melakukan proses *launching* untuk memperkenalkan produk ke masyarakat luas.

