

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1. Sejarah Perusahaan

Mari Living merupakan perusahaan waralaba yang bergerak pada bidang ritel produk perlengkapan rumah tangga di bawah naungan PT. Mandaka Riyom Indonesia. Berlokasi di OnePM Building, Jalan Gading Serpong Boulevard M5 No. 17-18, Curug Sangereng, Kelapa Dua, Tangerang Regency, Banten 15810. PT. Mandala Riyom Indonesia awalnya mendirikan Mindlab, perusahaan suplemen herbal yang bergerak di bidang kesehatan. Sesuai dengan aktivitas awal mereka melalui Instagram, Mindlab telah berdiri sejak 14 Desember 2020. Sebagai pendiri Mindlab, Andrew ingin memberikan solusi untuk tetap produktif meskipun banyak aktivitas dan tekanan. Dia melihat kehidupan masyarakat di kota yang dinamis dan penuh aktivitas.

Mindlab meluncurkan produk inovatif CALM-AX berdasarkan tujuan perusahaan untuk membantu orang-orang hidup lebih baik dan lebih sehat (Bayu, 2021). Mindlab menekankan bahwa perubahan tubuh adalah langkah pertama mereka menuju kesehatan masyarakat urban. Makanan yang masuk ke dalam tubuh juga dapat memengaruhi hidup sehat. Mereka percaya bahwa suplemen adalah cara terbaik untuk mengatasi dan menyembuhkan perubahan dari dalam. Mindlab berharap dengan tagline #BetterYouToday dan #BOOSTANICAL bahwa produk mereka akan membantu konsumen mereka menjadi lebih sehat dengan produk herbal dan membantu mereka berkembang sebagai perusahaan.



Gambar 2.1. Logo Mindlab (HRD Mindlab)

Mindlab merupakan perusahaan di bidang kesehatan yang mana berfokus untuk membuat produk kesehatan seperti suplemen dan juma minuman bubuk. Mindlab menggunakan media sosial, ecommerce, dan website dalam melakukan

penjualan dan menyebarkan informasi produknya. Mindlab melihat peluang untuk menyebarkan informasi tentang produk CALM-AX dan manfaat akar Ashwagandha, bahan baku utamanya. MINDLAB menggunakan media sosial sebagai strategi promosi utamanya. Dengan menggunakan media sosialnya, seperti Instagram, Telegram, TikTok, YouTube, dan website www.mindlab.co.id, mereka mempromosikan CALM-AX (Mindlab, 2021), akar Ashwagandha, dan berbagai hal tentang kesadaran diri untuk meningkatkan penjualan dan kesadaran merek Mindlab.

Hingga pada akhirnya setelah berdiskusi kembali, PT. Mandaka Riyom Indonesia berniat untuk menciptakan perusahaan baru yang bertujuan untuk membantu masyarakat pada bidang lain diluar dari bidang kesehatan yang sudah dibangun oleh Mindlab. Andrew dan Valencia sendiri melihat dan melakukan pemantauan hingga mendapatkan hasil yang meyakini bahwa zaman kini kian berkembang sehingga setiap pribadi manusia terfokus pada estetika pandangan rumah sehingga menimbulkan sebuah tantangan dan peluang bagi Mari Living dalam memproduksi barang berkualitas untuk memberikan keindahan pada rumah pembeli.

Pada awalnya perusahaan Mari Living Indonesia berdiri pada bulan April 2022. Dilatar belakangi dari kehidupan masyarakat urban dan dinamis sehingga membutuhkan barang yang memiliki nilai estetika untuk memberikan kenyamanan pada rumah, Andrew dan Valencia selaku pendiri Mari Living ingin memberikan solusi untuk menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan masyarakat zaman kini, pada akhirnya terciptalah produk dekorasi barang – barang rumah tangga yang memiliki keunggulan dan manfaatnya tersendiri. Mari Living Indonesia dapat digolongkan sebagai perusahaan ritel yang bergerak langsung pada bidang penjualan produk dekorasi barang untuk rumah yang memiliki nilai estetika tinggi.

Produk Mari Living Indonesia sendiri secara spesifik meliputi berbagai produk, antara lain; corong air minyak dapur serba guna, kapstock hook gantungan yang berbahan dasar *stainless steel*, berbagai jenis dan bentuk dari botol sabun yang berbahan dasar *stainless steel* berwarna *silver*, *rosegold*, dan hitam, kain lap spons, berbagai jenis dan bentuk dari botol sabun keramik, toples kaca tutup bambu kayu dengan empat ukuran yang berbeda, tempat tissue dengan tiga jenis serta bentuk, botol *spray* premium yang memiliki empat jenis warna dan ukuran

botol, wadah botol detergen cair, *travel pill box* dengan jumlah empat warna berbeda, hingga *luxury bathroom set* berbahan dasar keramik.

Mari sendiri diambil dari bahasa Jepang yang memiliki arti transparansi, kejujuran, *genuine*, dan apa adanya. Untuk lebih lengkapnya, poin – poin nilai perusahaan juga dapat dibagi menjadi, antara lain:

1. Transparasi

Transparansi dalam Mari Living merujuk pada praktik dan kebijakan yang mengedepankan keterbukaan, jujur, dan aksesibilitas informasi kepada semua pihak yang berkepentingan. Ini termasuk pemegang saham, karyawan, konsumen, pihak berkepentingan eksternal, dan masyarakat umum. Hal ini di aplikasikan langsung terhadap nilai produk dan cara perusahaan untuk berinteraksi kepada pihak *internal* dan eksternal.

2. Kejujuran

Kejujuran dalam Mari Living diartikan sebagai prinsip moral dan etika yang mengacu pada perilaku yang jujur, transparan, dan etis dalam semua aspek operasi bisnis. Kejujuran merupakan nilai fundamental yang sangat penting dalam membangun budaya perusahaan yang sehat dan berkelanjutan. Dalam implementasinya adalah perusahaan menyediakan produk dan layanan yang berkualitas sesuai dengan janji yang diberikan kepada pelanggan, memberikan informasi yang jujur tentang produk atau layanan yang ditawarkan, termasuk manfaat dan risikonya, dan menangani keluhan pelanggan dengan segera dan jujur, serta berusaha untuk memecahkan masalah dengan transparansi.

3. *Genuine*

Genuineness adalah aspek penting dari reputasi Mari Living dan dapat memengaruhi hubungan dengan pelanggan, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya. Nilai ini dianggap tulus dalam niat dan tindakan mereka memiliki peluang lebih besar untuk membangun kepercayaan dan kesetiaan dari semua pihak yang terlibat dalam bisnis mereka. Hal ini terkait dan dapat direlevansikan terkait dengan budaya perusahaan, produk atau layanan yang

disediakan, dan komunikasi dengan pemangku kepentingan (*stakeholders*) seperti karyawan, pelanggan, dan masyarakat umum.

4. Apa adanya

Nilai ini mengacu pada pendekatan yang mendorong transparansi, integritas, dan kejujuran dalam semua aspek operasi bisnis. Pendekatan ini menekankan bahwa perusahaan seharusnya tidak berusaha untuk menyembunyikan informasi atau berperilaku dengan cara yang manipulatif. Sebaliknya, perusahaan seharusnya bertindak sesuai dengan nilai-nilai etika dan prinsip-prinsip yang mendorong transparansi dan integritas.

Pada dasarnya, nilai – nilai perusahaan diatas dijadikan landasan pasti oleh Mari Living dan memberikan pesan mendalam dengan motto “*What you see is what you buy. What you buy is what you get*”. Melihat zaman kini tidak sedikit beberapa perusahaan yang menjual sesuatu barang tidak sesuai dengan gambar atau visualisasi yang diberikan. Sehingga, adanya ketimpangan dan customer merasa dirugikan. Selain itu, untuk mematahkan prinsip dan stigma masyarakat terhadap barang yang tidak sesuai dengan deskripsi penjualan online, Mari Living juga menciptakan Mari ECO dengan maksud menjual barang – barang bersifat *minor defect*. Jenis barang ini memiliki kekurangan karena adanya kesalahan dalam produksi. Barang ini juga mengalami kerusakan atau cacat sehingga tidak memenuhi standar kualitas atau spesifikasi yang diharapkan.

Defect dalam barang bisa terjadi selama proses produksi, penyimpanan, transportasi, atau penggunaan. Barang defect bisa memiliki masalah fisik, seperti retak, pecah, atau goresan, atau masalah fungsional yang membuatnya tidak berfungsi dengan baik. Penjualan barang dengan keadaan atau golongan *defect* ini dijual oleh Mari Living dengan harga miring sehingga tidak ada kesenjangan dalam kegiatan jual beli dengan *customer*. Sistemasinya, Mari Living akan menyertakan spesifikasi foto/video dengan jelas dan benar untuk memberikan hak kepada *customer* dalam mempertimbangkan tindakan pembelian.

Logo Mari Living Indonesia



Gambar 2.2. Logo Mari Living Indonesia (HRD PT. Mandaka Riyom Indonesia)

Logo diatas merupakan logo yang dibuat oleh Mari Living mulai dari tahun 2022 hingga saat ini menduduki tahun 2023. Cahyani Valencia atau yang biasa dipanggil dengan Valen, selaku *owner* dan *founder* dari Mari Living Indonesia.

2.1.1. VISI & MISI

A. VISI

Memberikan manfaat dan keindahan rumah melalui produk Mari Living Indonesia.

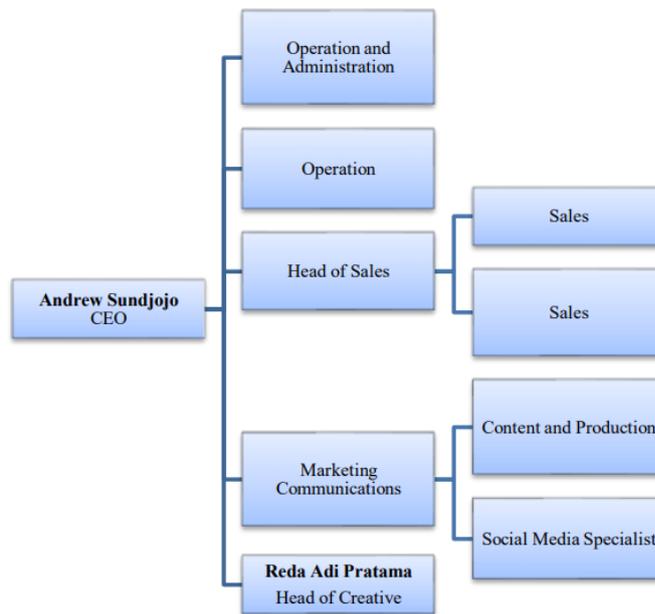
B. MISI

Memberikan produk berkualitas dengan bahan baku terbaik dalam sebuah alat rumah tangga berupa dekorasi *home living*.

2.2. Struktur Organisasi

Bagan organisasi, juga disebut struktur organisasi, adalah kerangka yang dirancang untuk membantu perusahaan merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi operasinya (Rismawan, 2021). Oleh karena itu, Mari Living memiliki struktur atau bagan organisasi yang membuatnya berbeda dan memungkinkan setiap bagian untuk berkontribusi dalam melaksanakan tanggung jawabnya.

Andrew Sunjojo dan Cahyani Valencia bertanggung jawab atas perusahaan. Bertanggung jawab atas semua yang berkaitan dengan kebijakan manajemen perusahaan, peran ini merupakan yang tertinggi. Selain itu, orang yang menduduki posisi ini memiliki wewenang untuk memutuskan bagaimana perusahaan akan bergerak ke depan.



● Gambar 2.3. Struktur Organisasi PT. Mandaka Riyom Indonesia (HRD Mari Living Indonesia)

Selain terdapat kedudukan direktur, owner, serta founder, Mari Living juga memiliki beberapa divisi yang bekerja untuk membantu direktur seperti divisi *Finance, Operation & Administration, Human Resources, Sales, dan Marketing Communication.*

1. Divisi *Finance*

Seluruh pengaturan keuangan perusahaan Mari Living diawasi oleh Divisi Keuangan. Divisi ini bertanggung jawab atas semua transaksi keuangan dengan pihak eksternal dan internal perusahaan.

2. Divisi *Human Resources*

Untuk memastikan bahwa operasional Sumber Daya Manusia (SDM) berjalan dengan lancar dan berkembang, Humas Sumber Daya Manusia dan Urusan Umum bekerja secara bersamaan. Salah satu peran yang berhubungan langsung dengan praktikan sejak mereka mendaftar untuk posisi tersebut adalah Humas Sumber Daya Manusia. Untuk membangun hubungan yang baik baik di dalam dan di luar Mari Living, HR dan GA adalah partner yang sangat penting.

3. *Divisi Operation & Administration*

Divisi Operation & Administration merupakan divisi yang memiliki tanggungjawab dalam mengatur pengelolaan dan pembayaran aktifitas perusahaan. Peran ini juga memiliki tugas untuk memantau stok barang, mengelola pemesanan ulang, dan memastikan ketersediaan produk sesuai permintaan pelanggan. Tidak hanya itu, peran ini juga melakukan pelaporan pengelolaan dokumen, melakukan pembukuan, merekam dan mengelola transaksi keuangan, termasuk pemasukan, pengeluaran, dan reconciling data keuangan secara general.

4. *Divisi Sales*

Sales merupakan divisi yang memiliki tanggungjawab dalam memahami produk yang dijual secara mendalam, termasuk fitur, keunggulan, dan manfaatnya. Tidak hanya itu, *Sales* juga memberikan informasi yang akurat dan jelas mengenai produk kepada pelanggan, menangani keluhan atau masalah pelanggan dengan profesionalisme dan solutif, serta memonitor penjualan harian, mingguan, dan bulanan.

5. *Divisi Marketing Communication*

Divisi terakhir adalah *Marketing Communication*. Divisi ini terbagi menjadi dua, yaitu *Content and Production* dan *Social Media Specialist* memiliki peran mengelola informasi perusahaan di *platform* media sosial, situs web, dan *platform e-commerce*. Dalam kegiatan Kerja Profesi, praktikan berada pada divisi *Social Media Marketing* yang merupakan anak dari divisi *Marketing Communication*. Pekerjaan yang dilakukan meliputi pembuatan dan pengelolaan konten yang menarik, berinteraksi dengan pelanggan secara online, dan memastikan citra merek yang konsisten.

Tidak hanya itu, *Marketing Communication* juga bertanggung jawab untuk membuat materi promosi seperti brosur, pamflet, video promosi, dan iklan cetak atau digital. Materi ini akan digunakan untuk kampanye pemasaran di berbagai saluran, serta menjalin kemitraan dengan merek lain, influencer, atau pihak lain yang dapat meningkatkan visibilitas produk. Ini dapat mencakup kerjasama dalam acara atau promosi bersama. Praktikan diterima untuk bekerja pada divisi *Social*

Media Marketing dibawah naungan divisi *Marketing Communication*, serta mencakup tugas dan tanggung jawab sebagai *Content and Production* dan *Social Media Specialist* pada bagan struktur organisasi.

2.3. Kegiatan Umum Perusahaan

Perusahaan Mari Living memiliki tujuan untuk dapat memberikan produk dekorasi peralatan rumah tangga yang berkualitas berdasarkan minat pasar yang ada pada masa kini. Produk – produk rumah tangga yang dijual berfokus pada produksi seputar *bath appliance* seperti produk botol sabun dengan model dan desain yang kekinian. Variasi botol sabun yang di produksi sendiri menggunakan material premium dan berkualitas seperti keramik, dan *stainless steel*. Tentu hal ini menjadi pembeda dengan perusahaan lain yang masih menggunakan bahan dasar plastik dari produknya.

Tidak hanya itu, Mari Living juga memproduksi barang – barang kebersihan rumah seperti botol semprotan dengan model yang kekinian, serta lap spons multi-fungsi untuk membersihkan noda – noda membandel. Kegiatan sehari – hari perusahaan ini adalah melakukan pengembangan dalam segala aspek khususnya memproduksi dan menjual produk – produk melalui *e-commerce* yang tersedia. Berikut merupakan klasifikasi macam produk yang diproduksi dan dijual oleh Mari Living, antara lain:

1. *Bath Appliances*

Klasifikasi kelompok produk yang termasuk dalam *bath appliances* adalah tempat sabun, tempat tisu, corong refill sabun, dan botol sabun yang memiliki keunikan dan estetika yang tinggi. Beberapa produk menggunakan materials berbahan dasar *stainless steel* dengan tujuan agar anti karat dan tidak menimbulkan oksidasi pada produk dan *ceramic* dengan tujuan agar produk lebih kokoh dan kuat dengan tetap mengutamakan estetika yang ada. Selain itu, model dan design yang dibuat menarik dan sesuai dengan minat pasar. Didominasi oleh warna – warna netral maupun *marble* untuk melengkapi dekorasi rumah minimalis dan terlihat lebih rapih.

2. *Cleaning Appliances*

Dalam kelompok *cleaning appliance* ini, produk – produk yang dijual oleh Mari Living berupa *Swedish Dishcloth* atau lap spons kain lap serbaguna yang dapat digunakan berkali – kali pakai serta memiliki keunggulannya tersendiri dibandingkan dengan lap dapur rumahan lainnya, *Continuous Mist Spray* yang berguna sebagai botol semprotan untuk diisi oleh berbagai cairan pembersih yang multifungsi, dan Laundry Detergen Bottle yang memiliki keunggulan pada design *plain white* sehingga mempercantik area *laundry spot* hingga memiliki keunikan pada tutupnya untuk mengukur seberapa banyak sabun yang ingin digunakan.

3. Aksesoris Minimalis

Pada kategori ini, produk – produk yang ada adalah berupa *Travel pill box* yang berguna untuk membawa obat sehari – hari agar mudah ditata sehingga lebih rapih dan Kapstock Hook sebagai gantungan baju portabel yang dapat ditempelkan pada bagian dinding sesuai dengan keinginan dan berbahan dasar *stainless steel* sehingga anti karat jika ditaruh di area lembab seperti kamar mandi.

4. *Home Décor*

Pada kategori *home décor*, terdapat produk *Round Bamboo Transparant Jar* yang berguna sebagai *organized* berbagai bumbu dapur dan juga peralatan – peralatan masak dan lain – lain. Produk ini multifungsi dan dapat diletakan pada berbagai sudut rumah. Dilengkapi dengan berbagai macam ukuran serta bentuk yang unik, karena menggunakan tutup yang kedap udara dan berbahan dasar batang bambu yang sudah dipercantik dan diasah.

Selain itu, terdapat sekitar 15 karyawan yang ada pada PT. Mandaka Riyom Indonesia. Sistem perekrutan yang dilakukan juga melalui *internet* dengan bantuan beberapa *tools* seperti LinkedIn dan Glints. Tenaga kerja yang dicari dan menjadi tolak ukur adalah tenaga kerja yang dibutuhkan di divisi tersebut dan terbuka bagi fresh graduate SMA/SMK maupun kuliah. Sistemasi jam masuk kerja karyawan adalah pada pukul 08:00 – 17.00 WIB.

Setelah itu, karyawan melanjutkan pekerjaannya masing – masing sesuai dengan *jobdesk* dan bagiannya. Untuk *tracking* absensi harian, karyawan perusahaan juga diwajibkan untuk melakukan *fingerprint* sebagai bukti kehadiran

selama satu hari penuh. Karyawan juga diberikan *benefit* untuk mendapatkan kegiatan *Work From Home* (WFH) selama 4x (kali) dalam 1 bulan. Selain itu karyawan juga mendapatkan kesempatan untuk bebas melakukan cuti secara bebas dengan ketentuan yang ada.

