

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

PT Multi Gita Packa pertama kali didirikan di Bogor pada tahun 2018 dan berfokus pada penyediaan wadah kosmetik plastik, akrilik, dan kaca. Didasarkan pada tingginya permintaan produk kecantikan di Indonesia, perusahaan beralih ke pengembangan produk perawatan kulit wajah bernama HITAMI setelah perubahan kepemilikan saham pada tahun 2019. Lebih dari setahun dihabiskan untuk melakukan penelitian dan pengembangan Seri Pencerah Hitami, yang terdiri dari Milk Cleanser, Face Wash, Face Toner, Sunscreen Cream, dan Night Cream, yang secara bersamaan mencerahkan dan menyehatkan wajah. Pasar target HITAMI adalah wanita aktif berusia 25 hingga 45 tahun. PT Sandrica Beauty Derma, sebuah pabrik kosmetik yang terletak di Cimanggu, Bogor, bertanggung jawab untuk mengembangkan dan memproduksi produk ini. Bekerja sama dengan komunitas Perempuan Wirausaha Indonesia (PERWIRA), peluncuran awal Hitami dilakukan pada tanggal 7 Juli 2020 (Wawancara dengan Owner, 31 Juli 2023).

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



Gambar 2. 1 Logo Pt Multi Gita Packa
Sumber: Data Internal Perusahaan MGP

HITAMI *lauching* dengan berkomitmen untuk menyediakan produk yang terjamin dan aman untuk ibu dan bayi. Setiap produk HITAMI telah terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Indonesia dan memiliki sertifikat BPOM. Selain itu, HITAMI menawarkan berbagai produk yang didedikasikan untuk program hamil, ibu hamil, dan ibu menyusui. Produk-produk ini dibuat dengan bahan-bahan alami dan telah diuji secara klinis untuk memastikan bahwa mereka aman dan berguna. Ibu dapat yakin bahwa mereka menggunakan produk yang aman dan bebas dari zat berbahaya seperti merkuri dan hidrokuinon dengan memilih HITAMI.



Gambar 2. 2 Logo HITAMI Skincare
Sumber: Data Internal Perusahaan MGP

HITAMI menggunakan strategi penjualan dan promosi yang terintegrasi, dimulai dengan platform online seperti marketplace, Instagram, dan Facebook. Ini telah dilakukan sejak peluncurannya di tengah pandemi. Seiring perkembangan, HITAMI mulai memasuki dunia offline dengan mengikuti pameran dan mengadakan acara skincheck di komunitas ibu-ibu. HITAMI berhasil menjangkau lebih dari 700 orang melalui event skincheck ini dan mendapatkan data profil jenis kulit dan masalah kulit wanita Indonesia. Data ini kemudian menjadi referensi penting untuk perubahan produk HITAMI untuk memenuhi kebutuhan pasar.

PT Multi Gita Packa, produsen skincare HITAMI, mengalami dampak yang signifikan dari pandemi COVID-19 di tahun 2021. Dengan penurunan kasus positif COVID-19 yang signifikan, perusahaan memutuskan untuk mengurangi aktivitas promosi offlinenya dari dua belas acara per bulan menjadi empat. Hal ini diperparah dengan penutupan dan kerugian toko-toko, yang menyebabkan produk HITAMI dikembalikan. PT Multi Gita Packa mengubah strategi dengan membuka supermarket online "GITA MART" di pasar. Supermarket ini menjual kebutuhan pokok seperti minyak goreng, tepung, kecap, dan saus sambal. GITA MART akan beroperasi dari Juli sampai Desember 2021. Di bulan Oktober 2021, PT Multi Gita Packa kembali menjalankan bisnis HITAMI dan berkonsentrasi pada promosi online setelah keadaan pandemi membaik. Pada Mei 2023, HITAMI meluncurkan produk terbarunya, HITAMI Smooth Barrier Excellent Bright Serum, dan saat ini sedang mengembangkan produk lainnya (Wawancara, 31 Juli 2023).

Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari HITAMI ini adalah membuat produk perawatan kulit dan kecantikan lokal berkualitas tinggi yang mampu menjawab kebutuhan kulit wanita Indonesia. (Mutiara, komunikasi pribadi, 31 Juli 2023). Sementara itu, misi dari HITAMI adalah:

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, 31 Juli 2023)

Value 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

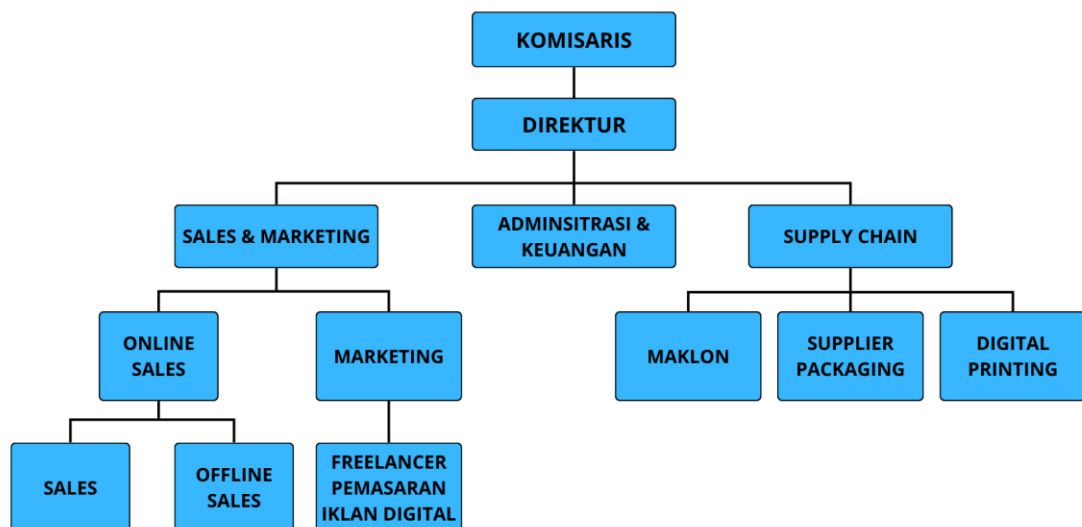
Nilai kedua yang dijunjung oleh PT. Multi Gita Packa adalah *Respect*. Dimana perusahaan ini ingin mengembangkan rasa saling menghormati

dan peduli terhadap tim, karyawan dan antar satu sama lain. Rasa menghormati yang tumbuh antar karyawan akan memberikan iklim perusahaan yang positif dan komunikasi lingkungan kerja yang baik, maka hal ini juga akan berdampak terhadap keberhasilan jalannya suatu perusahaan.

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 pengetahuannya. Dimana hal tersebut nantinya dapat memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan perusahaan untuk bertahan pada era persaingan dan bekal untuk karyawan untuk terus mengembangkan ilmu baru di dalam perusahaan.

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT Multi Gita Packa
Sumber: Dok. Intenal Perusahaan

A. Divisi *Sales dan Marketing*

Divisi pemasaran dan penjualan HITAMI Skincare sangat penting untuk menarik perhatian dan mengubah klien potensial menjadi pelanggan. Strategi mereka adalah online dan offline. HITAMI menggunakan kekuatan

media sosial di internet untuk meningkatkan kesadaran merek dan menjangkau target market mereka. Pasaran online dilakukan melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Selain itu, mereka bekerja sama dengan influencer dan pemimpin pendapat penting (KOL) untuk meningkatkan visibilitas produk mereka. HITAMI juga menggunakan layanan iklan berbayar di media sosial dan Google untuk meningkatkan jangkauan. HITAMI memiliki dua jalur penjualan utama: online dan offline. Di dunia maya, mereka menggunakan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia, dengan fokus utama pada Shopee, yang merupakan platform e-commerce favorit bagi target pasar mereka yang terdiri dari perempuan dan pecinta kecantikan. Selain itu, mereka juga memiliki toko online resmi di WhatsApp Business. HITAMI sebelumnya telah menggunakan berbagai strategi seperti komunitas event dan penjualan di toko fisik untuk penjualan offline. Saat ini, fokus strategi offline mereka adalah manajemen reseller; mereka bekerja sama dengan reseller di berbagai wilayah untuk meningkatkan jangkauan produk mereka. Divisi ini bertanggung jawab untuk menangani keluhan pelanggan baik dalam penjualan online maupun offline. Mereka memastikan bahwa mereka menjawab pertanyaan dan keluhan pelanggan dengan cepat dan profesional, sehingga mereka memiliki pengalaman berbelanja yang memuaskan.

B. Divisi Administrasi dan Keuangan

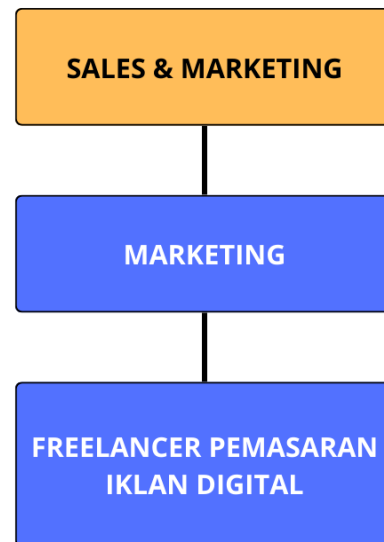
Di sisi lain, divisi keuangan bertanggung jawab atas pencatatan keuangan, termasuk pengeluaran dan pendapatan, yang berfungsi sebagai landasan untuk perencanaan strategis tahunan dan bulanan perusahaan. Divisi ini juga menangani administrasi keuangan, termasuk surat-menyurat, urusan perpajakan, dan perizinan. Untuk memastikan akurasi persediaan, divisi ini bekerja sama dengan divisi rantai pasokan setiap bulan. Secara keseluruhan, divisi ini sangat penting untuk menjaga keuangan perusahaan stabil dan memastikan operasinya berjalan lancar.

C. Divisi *Supply Chain*

PT Multi Gita Packa's Supply Chain Division sangat membantu operasi perusahaan. Meskipun tidak memiliki pabrik sendiri, MGP bekerja sama

dengan perusahaan maklon untuk memproduksi skincare HITAMI. Divisi Supply Chain bertanggung jawab untuk berkoordinasi dengan maklon, memastikan proses pengembangan produk berjalan lancar, dan menghindari masalah dalam distribusi dan penjualan. Divisi ini juga berhubungan dengan pemasok kemasan, produsen label kemasan, dan mengelola distribusi produk ke gudang HITAMI dan penjual. Dengan demikian, divisi ini memastikan bahwa produk didistribusikan ke gudang HITAMI dan penjual.

2.2.1 Struktur Organisasi Sales & Marketing



Gambar 2. 4 Struktur Divisi Sales & Marketing
Sumber: Dok. Internal Perusahaan

Praktikan ditempatkan di divisi Penjualan dan Pemasaran yang dipimpin oleh Ibu Mutiara Firdausa. Divisi ini terdiri dari tiga bagian: Penjualan, Freelancer Pemasangan Iklan Digital, dan Pemasaran. Praktikan berkonsentrasi pada berbagai tugas sebagai karyawan penjualan, seperti mengatur reseller, mengelola iklan di pasar, membuat laporan pencapaian, dan menangani keluhan konsumen. Sebaliknya, bagian Pemasangan Iklan Digital *Freelancer* bertanggung jawab untuk menyarankan konten media sosial merek, menempatkan iklan sesuai keinginan merek, dan menyediakan laporan tentang hasil iklan. Praktikan

ditempatkan di bidang pemasaran sosial di bagian pemasaran. Praktikan memiliki tugas utama untuk membuat konten di Instagram setiap dua hari sekali, sesuai dengan rencana konten yang dibuat di awal bulan dan telah disetujui oleh Kepala Divisi Pemasaran dan Pemasaran. Proses pembuatan konten adalah proses mengumpulkan ide untuk konten yang akan diunggah. Perlu diingat bahwa divisi pemasaran terdiri dari dua bagian tambahan: rencana konten dan pembuatan konten. Saya berada di bagian kedua, di mana Hitami bertanggung jawab atas jobdesk media sosial (Wawancara, 31 Juli 2023).

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

1. Sales Oriented Activity

PT Multi Gita Packa, sebuah supplier produk kecantikan, menetapkan target pasar setiap tahunnya dan berfokus pada penjualan. Melalui e-commerce dan social media adalah salah satu aktivitas utama yang mendukung penjualan. Aktivitas ini terus dikembangkan sebagai cara untuk memperkenalkan produk perawatan kulit Hitami ke publik. Divisi penjualan dan pemasaran menangani semua aspek proses penjualan, mulai dari riset pasar hingga strategi penjualan yang menarik. Setiap anggota tim PT Multi Gita Packa berusaha mencapai target penjualan mereka. Strategi pemasaran yang efektif akan memastikan bahwa operasi perusahaan yang mendorong penjualan terus berjalan sesuai dengan rencana perusahaan.

2. New Product Development (NPD)

HITAMI adalah merek kosmetik lokal yang berfokus pada wanita Indonesia usia 25 hingga 45 tahun. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang, HITAMI menjalankan proses peluncuran produk baru yang terencana dengan matang. Persiapan untuk peluncuran produk baru berlangsung selama 1-2 tahun dan terbagi menjadi beberapa tahap. Pertama, penelitian pasar dilakukan untuk mengetahui tren dan kebutuhan konsumen saat ini. Tahap kedua adalah mencari mitra maklon yang tepat untuk mewujudkan visi produk. Selanjutnya, fase pengembangan sangat penting karena di sini formula, kemasan, dan desain produk diuji dan

disempurnakan. Pada tahap revisi, produk dijamin memenuhi standar kualitas dan estetika.

Produksi kemasan yang menarik dan sesuai dengan target pasar dimulai setelah produk akhir dibuat. Fokus berikutnya adalah memastikan keamanan dan kepatuhan terhadap peraturan melalui legalitas produk seperti BPOM dan HAKI. Produk dikirim ke gudang dan peluncuran resmi dilakukan untuk memperkenalkan produk kepada umum. Melalui proses yang terorganisir ini, HITAMI memastikan bahwa produk barunya memenuhi harapan pelanggan dan memberikan pengalaman kecantikan terbaik.

