

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1. Sejarah Perusahaan

PT. Multi Gita Packa didirikan pada tahun 2018 di Bogor, Jawa Barat, dengan fokus awal sebagai pemasok kemasan untuk produk kecantikan seperti botol, toples, dan tabung dari plastik, akrilik, dan kaca. Setelah satu tahun beroperasi, terjadi pergantian kepemilikan yang menjadikan PT Multi Gita Packa sebagai bisnis keluarga pada tahun 2019 dan berpindah lokasi ke Tangerang Selatan. Dengan perubahan ini, PT Multi Gita Packa mengalihkan fokusnya dari penyediaan kemasan ke bidang perawatan wajah dengan merek Hitami.

Perubahan ini merupakan respons terhadap meningkatnya permintaan produk perawatan wajah di Indonesia. Hitami, sebagai perusahaan yang berfokus pada perawatan wajah, memiliki visi untuk menyediakan produk berkualitas yang cocok untuk semua jenis kulit. Dengan mengutamakan inovasi dan kualitas, misi Hitami adalah memenuhi kebutuhan konsumen akan kulit yang sehat dan terawat. Melalui riset dan pengembangan berkelanjutan, Hitami berkomitmen untuk menghadirkan solusi perawatan kulit yang efektif dan aman bagi masyarakat Indonesia.



Gambar 2.1. Logo PT Multi Gita Packa

Sumber: *Website* PT Multi Gita Packa

Melalui riset dan pengembangan, Hitami telah memperkenalkan lini produk pencerah kulit yang mencakup *Milk Cleanser*, *Facial Wash*, *Face Toner*, *Sunscreen Cream*, dan *Night Cream*. Rangkaian produk ini dirancang untuk memberikan kulit yang bersih, sehat, dan bercahaya, memenuhi kebutuhan wanita aktif usia 25 hingga 45 tahun. PT Multi Gita Packa bermitra dengan PT Sandrica

Beauty Derma, produsen kosmetik di Cimanggu, Bogor, dalam pengembangan dan produksi lini produk ini. Pada 7 Juli 2020, Hitami resmi diluncurkan ke publik. Sebagai bagian dari promosi, Hitami bekerja sama dengan Perempuan Wirausaha Indonesia (PERWIRA) untuk mengadakan acara pre-launching di Elza Syarif Law Firm di kawasan Menteng.

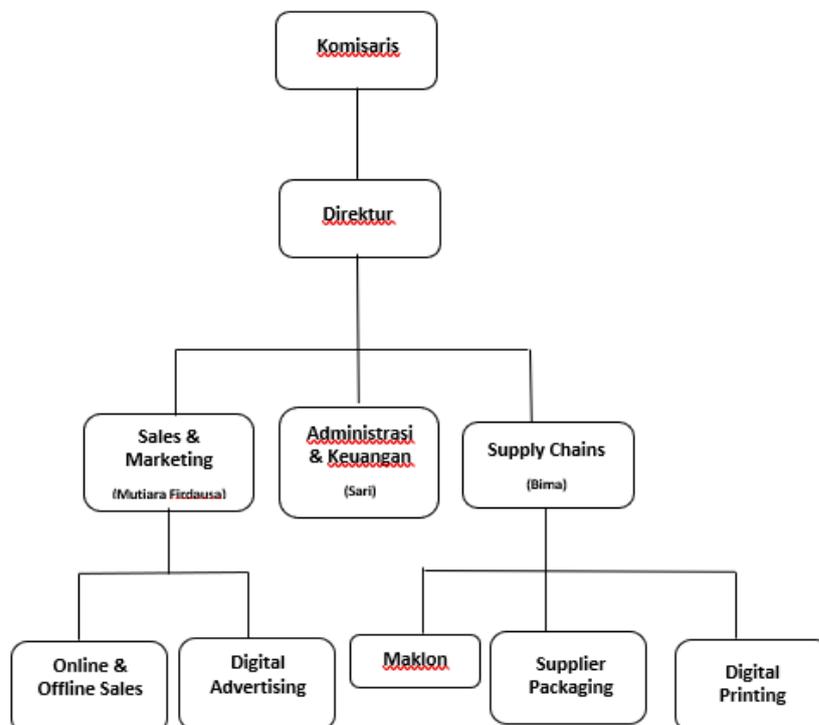
Hitami telah mendapatkan sertifikat dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) untuk setiap produknya dan terdaftar di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Indonesia. Selain itu, Hitami juga memproduksi produk yang aman untuk ibu hamil dan menyusui. Adanya sertifikat BPOM memastikan produk Hitami tidak mengandung zat berbahaya seperti merkuri dan hidrokuinon. Untuk mempromosikan dan menjual produknya, Hitami telah menggunakan *platform online* seperti Instagram, Facebook, dan toko *online* sejak awal. Hal ini dikarenakan kondisi pandemi COVID-19 saat itu. Namun, per-Februari 2021, Hitami telah memulai usahanya untuk berpromosi dan berjualan secara *offline* dengan mengadakan acara komunitas untuk para ibu dan mengikuti berbagai pameran. Hitami juga melakukan *skin check*, khususnya melihat jenis kulit dan masalah kulit wajah setiap pelanggan. Produk Hitami juga tersedia di toko kosmetik di Tangerang Selatan. Acara *skin check* Hitami dihadiri sekitar 700 orang, di mana 500 di antaranya diuji. Melalui acara ini, Hitami bisa mendapatkan informasi mengenai profil jenis kulit dan masalah kulit yang umum dialami wanita Indonesia. Hal ini memudahkan Hitami mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Pada Juli 2021, Hitami menghadapi kendala dalam promosi offline akibat lonjakan infeksi COVID-19 varian Delta. Jumlah acara promosi yang awalnya mencapai 12 kali per-bulan terpaksa dikurangi menjadi hanya 4 kali per-bulan. Banyak toko yang harus mengembalikan produk Hitami karena sering tutup dan mengalami kerugian finansial, serta ketidakpedulian terhadap perawatan kulit di tengah pandemi. Menyadari bahwa masyarakat lebih memilih untuk tetap di rumah, PT Multi Gita Packa beralih fokus dengan meluncurkan supermarket online bernama Gita Mart. Gita Mart menjual kebutuhan sehari-hari seperti minyak goreng, tepung, kecap, gula, dan beras untuk memenuhi kebutuhan masyarakat selama pandemi. Supermarket ini beroperasi dari Juli hingga Desember 2021. Namun, dengan penurunan kasus COVID-19 pada Oktober 2021, perusahaan kembali memusatkan perhatian pada bisnis Hitami dan meluncurkan program

promosi online. Saat ini, Hitami sedang menyiapkan peluncuran produk baru dalam rangkaian skin barrier yang direncanakan pada kuartal keempat 2022, untuk memenuhi kebutuhan konsumen di Indonesia. Promosi online dilakukan untuk meningkatkan kesadaran merek dan penjualan Hitami, sambil terus berkomitmen untuk mendukung masyarakat tentang perawatan kulit melalui konten yang bermanfaat di platform online.

2.2. Struktur Organisasi

Berikut merupakan penjelasan serta tugas dari semua posisi yang ada di PT. Multi Gita Packa



Gambar 2.2. Struktur Organisasi
Sumber: Company Profile PT. Multi Gita Packa

1. Komisaris

Dalam dunia bisnis, ada sejumlah posisi kunci yang harus diisi untuk memastikan operasi yang lancar. Salah satu posisi penting tersebut adalah komisaris perusahaan. Komisaris, yang merupakan individu yang ditunjuk oleh pemegang saham, bertugas untuk mengawasi dan memantau manajemen

perusahaan. Peran dan tanggung jawab komisaris sangat vital bagi perusahaan, meliputi beberapa aspek penting seperti:

a. Pengawasan Manajemen

Tugas utama komisaris adalah mengawasi manajemen perusahaan. Ini mencakup memastikan bahwa manajemen melaksanakan tanggung jawabnya dengan baik, mengikuti kebijakan yang ditetapkan oleh dewan direksi, dan secara rutin melaporkan kinerjanya kepada komisaris.

b. Penetapan Kebijakan Perusahaan

Tugas kedua komisaris adalah menetapkan kebijakan perusahaan. Mereka harus memberikan informasi dan nasihat kepada manajemen dalam menentukan kebijakan strategis, termasuk visi, misi, dan tujuan perusahaan. Selain itu, komisaris juga bertanggung jawab memastikan bahwa kebijakan yang diambil oleh dewan direksi mendukung tujuan jangka panjang perusahaan.

c. Pelaporan Keuangan

Tugas ketiga komisaris adalah memastikan keakuratan dan transparansi laporan keuangan perusahaan. Mereka harus memeriksa laporan keuangan yang disiapkan oleh manajemen dan memberikan rekomendasi perbaikan jika diperlukan. Komisaris juga bertanggung jawab memastikan bahwa laporan keuangan telah diaudit oleh auditor independen dan mematuhi standar akuntansi yang berlaku.

d. Pertemuan dengan Pemegang Saham

Tugas keempat komisaris adalah berkomunikasi dengan pemegang saham. Mereka harus menyampaikan laporan berkala tentang aktivitas perusahaan dan menanggapi pertanyaan atau kekhawatiran yang diajukan oleh pemegang saham. Selain itu, komisaris bertanggung jawab memastikan bahwa kepentingan pemegang saham dipertimbangkan dalam setiap keputusan perusahaan.

2. **Direktur**

Direktur memiliki tanggung jawab utama dalam membuat keputusan penting untuk perusahaan. Biasanya, mereka dipilih oleh pemegang saham atau dewan direksi untuk mengarahkan dan mengawasi operasi perusahaan. Tugas utama direktur mencakup pengambilan keputusan strategis yang melibatkan penetapan tujuan jangka panjang, menentukan arah strategis bisnis, serta

membuat keputusan mengenai investasi dan pengembangan. Selain itu, direktur juga memimpin tim manajemen, memastikan mereka bekerja secara efektif untuk mencapai tujuan perusahaan. Mereka bertanggung jawab dalam pengembangan dan pelatihan karyawan serta menetapkan kebijakan yang efektif untuk mendukung karyawan.

Fungsi utama direktur perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai pemegang saham dengan mengelola perusahaan secara efektif. Mereka bertanggung jawab memastikan perusahaan memperoleh keuntungan yang sehat dan berkelanjutan, sambil mengelola risiko untuk mencapai tujuan jangka panjang. Direktur harus memiliki pemahaman mendalam tentang berbagai aspek perusahaan dan pasar, serta keterampilan manajemen keuangan yang kuat untuk memastikan pengelolaan keuangan yang optimal. Kemampuan untuk membuat keputusan yang tepat juga sangat penting, karena direktur harus dapat menghadapi tantangan dan membuat keputusan strategis yang berdampak jangka panjang.

Selain peran yang telah disebutkan, direktur perusahaan juga bertanggung jawab memastikan perusahaan mematuhi semua hukum dan peraturan yang berlaku. Mereka harus memahami dan menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik, seperti menjaga transparansi, akuntabilitas, serta memberikan laporan yang jujur kepada pemegang saham dan publik. Tugas dan peran direktur sangat penting untuk kesuksesan perusahaan, sehingga diperlukan kemampuan dan pengalaman yang memadai untuk menghadapi tantangan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Tanpa kepemimpinan dan pengalaman yang tepat, perusahaan mungkin kesulitan mencapai tujuan jangka panjang dan memaksimalkan keuntungan untuk diri mereka dan pemegang saham.

3. Divisi *Sales dan Marketing*

Divisi ini bertugas menarik perhatian orang-orang yang sesuai dengan target pasar dan mengubah mereka menjadi pelanggan aktif. Pemasaran dilakukan terutama melalui media sosial dan platform online. Hitami secara rutin memanfaatkan layanan pihak ketiga untuk menayangkan iklan di jejaring sosial dan mesin pencari seperti Google.

Pada divisi ini, kegiatan penjualan dilakukan baik secara online maupun offline. Penjualan online dilakukan melalui marketplace seperti Shopee dan Tokopedia, dengan fokus utama pada Shopee karena banyak konsumen

kecantikan yang menggunakan platform ini. Selain itu, penjualan juga dilakukan melalui WhatsApp Official Hitami Skincare. Pada tahun 2021, penjualan offline dilakukan melalui acara komunitas dan titik penjualan, namun saat ini lebih banyak dilakukan melalui manajemen keagenan. Bagian sales, baik online maupun offline, juga bertanggung jawab menangani keluhan pelanggan.

Divisi marketing memiliki tanggung jawab utama untuk mempublikasikan dan mengedukasi publik tentang produk-produk Hitami. Mereka mengelola perencanaan, pembuatan, dan penulisan konten, serta pengarahan bakat untuk media sosial Instagram Hitami. Tugas mereka adalah menciptakan konten yang menarik dan informatif untuk mempromosikan produk dan memberikan informasi kepada masyarakat.

Sementara itu, divisi sales fokus pada aspek keuntungan dari penjualan produk Hitami. Mereka menangani berbagai kegiatan seperti mengelola iklan di marketplace, menangani keluhan pelanggan, mengelola reseller, dan mengorganisir acara komunitas. Praktikan terlibat dalam divisi marketing, khususnya dalam pembuatan konten untuk Instagram Hitami Skincare.

Kerjasama antara divisi marketing dan sales sangat penting bagi Hitami. Marketing berperan dalam menciptakan konten yang menarik, sementara sales fokus pada strategi penjualan dan manajemen pelanggan. Sinergi antara kedua divisi ini membantu Hitami untuk memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat brand awareness, sehingga perusahaan dapat terus berkembang dan sukses di industri perawatan kulit.

4. Divisi Administrasi dan Keuangan

Divisi ini memiliki peran utama dalam menjaga kelancaran operasi keuangan perusahaan. Tugas utamanya meliputi pencatatan semua transaksi keuangan, baik yang berkaitan dengan pengeluaran maupun pendapatan. Selain itu, divisi ini juga terlibat dalam perencanaan strategis perusahaan, baik untuk rencana tahunan maupun bulanan. Tanggung jawabnya tidak hanya mencakup pencatatan keuangan, tetapi juga administrasi seperti korespondensi, pajak, dan perizinan.

Divisi ini bekerja sama erat dengan divisi supply chain untuk melakukan inventarisasi bulanan, memastikan stok barang yang tepat selalu tersedia. Melalui pencatatan yang akurat dan pengelolaan inventaris yang rutin, divisi ini membantu dalam mengelola aset perusahaan dengan efektif dan memastikan laporan

keuangan yang akurat. Sinergi antara divisi keuangan dan supply chain memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan pengelolaan keuangan, mengurangi risiko, dan mendukung kelangsungan operasi perusahaan. Dengan demikian, divisi ini memainkan peran strategis dalam menjaga kesehatan keuangan perusahaan dan mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan.

5. Divisi *Supply Chain*

Divisi supply chain memiliki peran krusial dalam mengelola alur produksi dan distribusi produk perusahaan. Sebagai bagian dari PT Multi Gita Packa, yang belum memiliki fasilitas pabrik sendiri, divisi ini bekerja sama dengan mitra manufaktur kontrak untuk memastikan produk skincare Hitami diproduksi tepat waktu. Mereka juga menangani pengadaan kemasan, pengelolaan label, dan distribusi produk ke gudang serta reseller. Divisi ini bertanggung jawab untuk menjaga hubungan baik dengan pemasok kemasan, memastikan ketersediaan bahan yang diperlukan, dan berkoordinasi dengan produsen label untuk kebutuhan branding. Dengan mengelola produksi dan distribusi secara efektif, divisi supply chain memastikan produk Hitami tersedia secara tepat waktu dan sesuai permintaan. Kolaborasi yang solid dengan berbagai pihak membuat divisi ini sangat penting dalam memastikan rantai pasokan berjalan lancar dan produk sampai ke konsumen dengan efisien.

2.3. Kegiatan Umum Perusahaan

Hitami Skincare berfokus pada edukasi konsumen mengenai manfaat dan kegunaan setiap produk mereka. Mereka melakukan ini dengan cara menyajikan informasi melalui konten di media sosial, menjelaskan komposisi dan manfaat dari masing-masing produk. Selain itu, Hitami juga memberikan panduan langkah demi langkah tentang cara menggunakan produk mereka untuk mencapai hasil terbaik. Dengan pendekatan ini, Hitami bertujuan memastikan konsumen mendapatkan manfaat maksimal dari produk mereka dan mencapai hasil yang optimal untuk kesehatan kulit.

Hitami Skincare juga mengadakan promosi offline melalui berbagai kegiatan komunitas, seperti acara untuk ibu-ibu dan target pasar lainnya. Mereka berpartisipasi dalam pameran, berjualan di toko fisik, serta melakukan pemeriksaan kulit untuk memahami jenis dan masalah kulit pengunjung. Selain itu, Hitami mulai menjual produk di toko kosmetik. Salah satu acara yang digelar

adalah skin check, yang diikuti oleh sekitar 700 orang, dengan 500 di antaranya menjalani pemeriksaan kulit. Acara ini tidak hanya membahas jenis kulit umum dan masalah kulit yang sering dihadapi oleh wanita Indonesia, tetapi juga membantu Hitami dalam pengembangan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

Hitami juga berfokus pada edukasi mengenai kesehatan kulit dan cara mengatasi masalah kulit sehari-hari melalui konten yang dibagikan di media sosial mereka. Dengan memasarkan produk-produknya, Hitami membangun citra sebagai brand perawatan kulit berkualitas yang terjangkau secara lokal. Setiap konten yang mereka publikasikan sering disertai dengan hadiah dan informasi promosi, yang turut membantu meningkatkan nilai jual produk Hitami di platform e-commerce.

