

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Perusahaan

PT Lintas Mitra Perkasa atau AsiaCommerce adalah perusahaan yang bergerak di bidang logistik dengan melayani berbagai pelaku usaha di Asia Tenggara khususnya di Indonesia. Sebagai perusahaan jasa logistik, AsiaCommerce telah melakukan improvisasi dengan menambah layanan dan kinerja yang baik untuk membantu klien mencapai tujuannya. Beberapa layanan yang ditawarkan AsiaCommerce, antara lain (AsiaCommerce, 2021):

1. Solusi Impor & Ekspor

AsiaCommerce menyediakan solusi impor dan ekspor untuk negara-negara jaringan AsiaCommerce. Klien yang membutuhkan proses ekspor maupun impor akan dibantu oleh AsiaCommerce secara menyeluruh mulai dari mencari calon pembeli atau penjual, pengurusan bea cukai, pengurusan logistik, sampai pengurusan dokumen tambahan atau khusus yang harus dipenuhi.

2. *Product Sourcing Membership*

AsiaCommerce juga menawarkan klien nya untuk ikut menjadi member dari AsiaCommerce. Keuntungan yang akan didapatkan klien jika bergabung dengan *membership* AsiaCommerce yaitu, bantuan pencarian barang untuk bisnis klien, berjualan langsung ke *E-commerce international dropship*, mendapatkan katalog *trending* dan *hot product*, edukasi bisnis impor dari nol sampai mahir, proses negosiasi dengan *supplier* dan layanan diskusi dengan tim *specialist* AsiaCommerce.

3. *Platform Reseller Network*

Bagi klien yang merupakan seorang importir atau lokal produsen, AsiaCommerce menawarkan layanan B2B *Reseller Network* untuk klien yang ingin produknya tampil ke ribuan *reseller* AsiaCommerce dan akan mendapat

banyak pesanan order dari para *reseller*.

4. Distribusi *Marketplace & Fulfillment*

AsiaCommerce menawarkan akses distribusi ke *Top Marketplace* Asia Tenggara dan USA yang populer, seperti Lazada, Zalora, Shopee dan Amazon yang dilengkapi dengan fitur *fulfillment* lengkap. Layanan *fulfillment* dari AsiaCommerce maksudnya adalah penyediaan tempat penyimpanan barang atau produk sementara yang akan dikelola oleh pihak gudang AsiaCommerce sebelum diperlukan oleh klien.

Logo merupakan salah satu hal penting bagi perusahaan dan setiap perusahaan pasti memiliki logo tertentu yang dapat mempresentasikan perusahaan. Logo akan memudahkan siapa saja yang melihatnya untuk dapat dengan mudah mengenali dan mencirikan perusahaan tersebut.



(Sumber: AsiaCommerce, 2021)

Gambar 2.1 Logo AsiaCommerce

Terlihat dari Gambar 2.1 di atas bahwa AsiaCommerce memiliki logo yang *simple* dan mudah untuk diingat. Dengan *font simple* berwarna *orange* dan merah serta ilustrasi box pada huruf A di logo yang menarik sehingga dapat dengan mudah diingat dan mencirikan AsiaCommerce sebagai perusahaan yang bergerak dibidang logistik.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

A. Visi Perusahaan

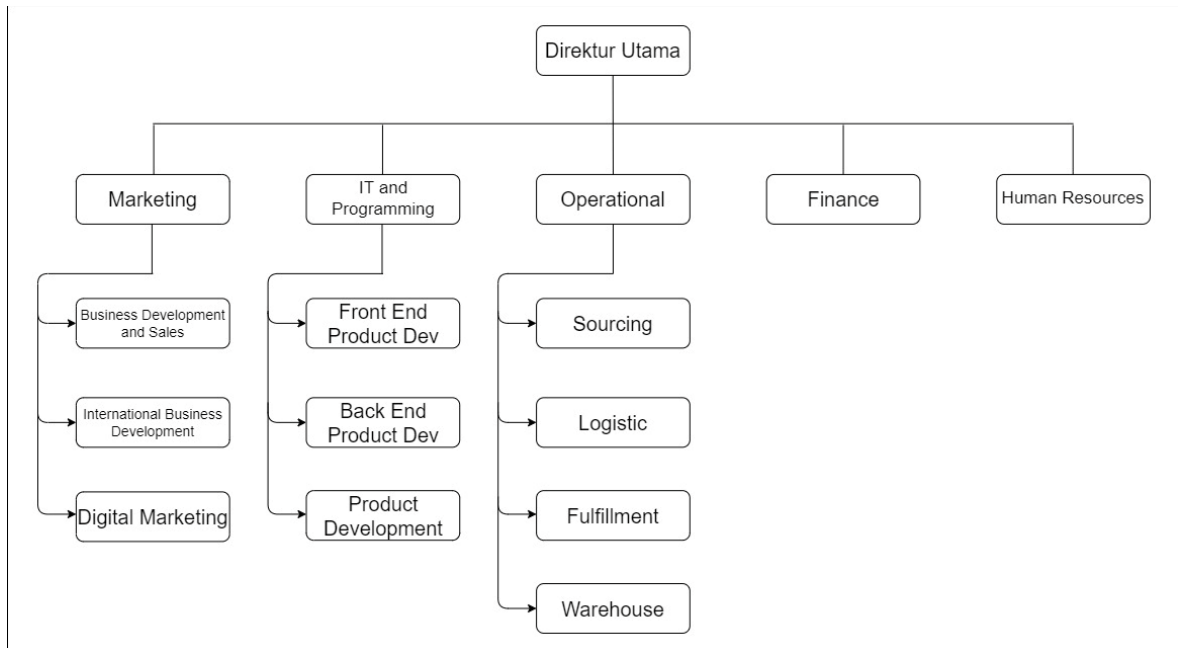
Visi AsiaCommerce adalah, untuk membantu para pemilik bisnis, UKM dan pelaku *E-commerce* di Asia Tenggara sebagai penyedia layanan pengadaan barang, solusi ekspor impor, pengiriman kurir internasional dan distribusi *marketplace* internasional. (AsiaCommerce, 2021)

B. Misi Perusahaan

Misi AsiaCommerce adalah, dengan jangkauan yang luas ke semua negara dari Asia Tenggara dan China. AsiaCommerce ingin menjadi *partner supply chain* untuk pengembangan bisnis pelaku usaha di Asia Tenggara khususnya di Indonesia. Lokal tim dari AsiaCommerce yang telah berpengalaman dan siap sedia akan memberikan klien solusi untuk pengadaan barang, impor dan ekspor, pengiriman kurir internasional dan sarana distribusi dan *fulfillment*. Sehingga klien dapat fokus ke aspek penting lainnya pada bisnis mereka. (AsiaCommerce, 2021)

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

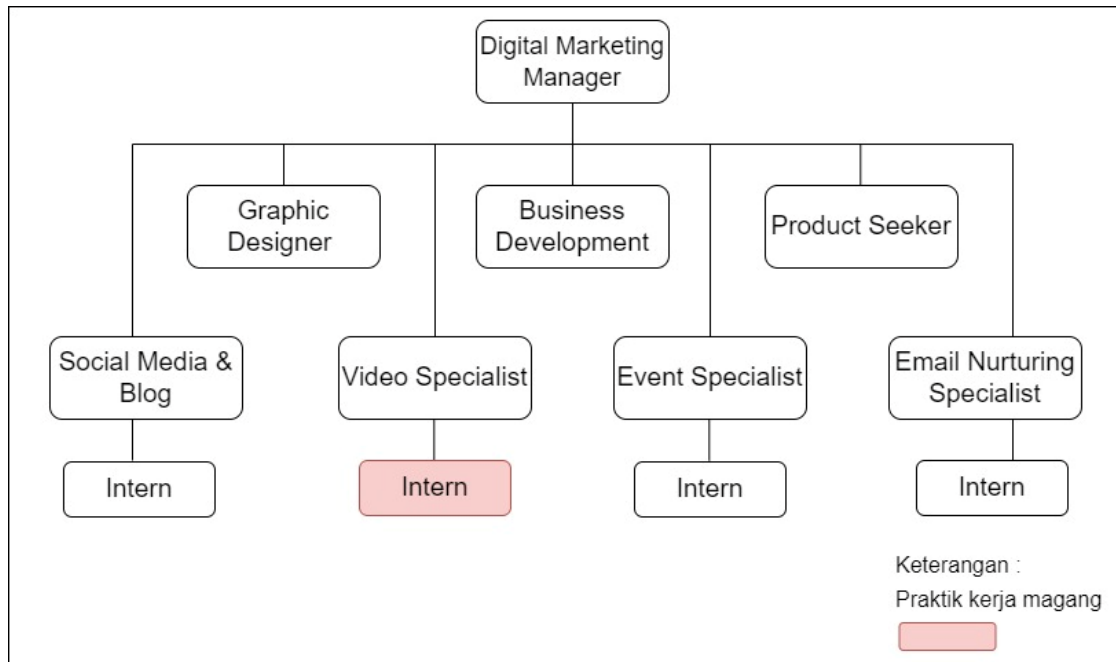
AsiaCommerce dipimpin oleh seorang *Chief Executive Officer* (CEO) yang bernama Frans Yuwono, beliau bertugas dan memiliki tanggung jawab dalam memimpin dan membuat keputusan demi keberlangsungan perusahaan. Dibawah pimpinan CEO, AsiaCommerce memiliki struktur organisasi yang disusun sedemikian rupa dengan harapan dapat membentuk *job description* setiap divisi lebih baik dan terstruktur. Terlihat dari Gambar 2.1 di bawah terdapat 5 (lima) divisi yang berada langsung dibawah pengawasan CEO AsiaCommerce. Setiap divisi memiliki tugas dan perannya masing-masing dan saling berkesinambungan untuk melengkapi satu sama lain.



(Sumber: Arsip Dokumen Internal AsiaCommerce, 2021)

Gambar 2.2 Struktur Organisasi AsiaCommerce

Selanjutnya, berdasarkan struktur organisasi di Gambar 2.2 di bawah dapat dilihat bahwa divisi *digital marketing* AsiaCommerce berada di bawah pengawasan *marketing department*. *Divisi digital marketing* adalah salah satu divisi besar yang membawahi divisi-divisi lain di bawahnya. Dalam pelaksanaannya, divisi ini memiliki fungsi dan tugas untuk merencanakan serta membuat strategi pemasaran yang akan dilakukan AsiaCommerce, seperti beriklan di media sosial, *website* dan *Google Ads*. Selain itu, divisi *digital marketing* juga melakukan *email nurturing* dengan memberikan informasi maupun konten yang relevan pada calon klien lewat *email* untuk menggunakan jasa AsiaCommerce dan melaksanakan *event online* dengan mengangkat tema seputar bisnis yang relevan dengan masyarakat untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas klien dengan AsiaCommerce.



(Sumber: Arsip Dokumen Internal AsiaCommerce, 2021)

Gambar 2.3 Struktur Organisasi Divisi *Digital Marketing* AsiaCommerce

Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis bekerja di bawah pantauan *Digital Marketing Manager* yang sekaligus juga adalah *Chief Executive Officer* (CEO) AsiaCommerce yaitu Frans Yuwono. Penulis ditempatkan di divisi *video specialist* yang memiliki tugas untuk melakukan riset ide konten, membuat perencanaan, produksi konten, evaluasi konten dan *daily maintenance* media sosial AsiaCommerce.

2.3.1 Ruang Lingkup Kerja Divisi Digital Marketing

Dalam pelaksanaan kerja magang di AsiaCommerce, ada beberapa lingkup kerja yang dikerjakan dalam divisi *digital marketing*. Diantaranya tim *Social Media & Blog*, *Video Specialist*, *Email Nurturing Specialist* dan *Event Specialist*. Berikut adalah *jobdesc* dari setiap sub-divisi:

1. *Social Media & Blog*

Tim ini bertanggung jawab dalam mengelola konten *feeds* dan *story* Instagram serta *Blog* di *Website* AsiaCommerce. Tim ini dibagi menjadi menjadi dua, yaitu

tim yang mengelola Instagram dan *Website* AsiaCommerce khusus Indonesia dan tim yang mengelola Instagram dan *Website* AsiaCommerce khusus internasional. Divisi ini mengelola konten harian dan juga memperhatikan *Objective and Key Results* yang telah ditentukan.

2. *Video Specialist*

Tim ini bertugas untuk fokus pada pencarian ide kreatif dan produksi video yang informatif dan menarik seputar bisnis ekspor dan impor. Tujuan yang ingin dicapai tim ini adalah ingin meningkatkan *awareness*, meningkatkan *followers* dan menarik klien baru untuk menggunakan jasa AsiaCommerce

3. *Event Specialist*

Tim ini bertugas untuk menyelenggarakan *event* dengan topik yang relevan dengan AsiaCommerce yaitu seputar bisnis maupun ekspor dan impor. Tugas yang dilakukan yaitu mulai dari berkolaborasi dan mencari *speaker* yang relevan dengan topik *event*, menyiapkan *platform meeting* dan bertugas saat *event* berlangsung.

4. *Email Nurturing Specialist*

Tim ini bertugas untuk membangun dan mengembangkan hubungan antara perusahaan dengan klien. Dengan menggunakan *email*, tim ini melakukan pendekatan pada klien secara perlahan dengan memberikan informasi maupun konten yang relevan dengan tujuan akhirnya yaitu klien mau membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan AsiaCommerce.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A