



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

PT Bilna adalah sebuah perusahaan *e-commerce* yang berdiri sejak tahun 2012 yang kemudian diresmikan pada tahun 2013. PT. Bilna awalnya merupakan sebuah *website* yang menjual kebutuhan ibu dan bayi. Namun saat ini, PT. Bilna sudah mengembangkan kategori penjualannya hingga ke kebutuhan perlengkapan rumah tangga dan kecantikan. PT. Bilna, saat ini telah dikenal dengan PT. Orami, awalnya lebih dikenal melalui *business unit* pada bidang *e-commerce* saja, namun sejak 2 tahun terakhir, 80% pengunjung situs Orami mengunjungi situs tersebut untuk mengakses forum dan kontennya.



Gambar 2.1. Logo PT Bilna

(<https://www.karir.com/companies/41247>)



Gambar 2.2. Logo PT Orami

(<https://www.surveymonkey.com/r/GRYCWD5>)

2.1.1. Visi dan Misi Perusahaan

Orami memiliki sebuah *value* dalam perusahaannya yaitu untuk membantu ibu dan anak memenuhi kebutuhannya. Hal ini dikarenakan Orami melihat besarnya

peluang pasar ibu-ibu, dengan sedikitnya jumlah bisnis yang bergerak dalam industri ini. Melalui *value* yang ingin dicapai Orami tersebut, Orami memiliki visi yaitu *simplifying parenting*. Orami percaya bahwa membantu ibu dan anak dalam memenuhi kebutuhan merupakan langkah awal untuk menjadi perusahaan yang dapat menyederhanakan hidup menjadi orang tua.

Dalam upaya penyederhanaan tersebut, Orami memiliki tiga misi yaitu:

1. *E-Commerce*: Menyediakan layanan *commerce* terlengkap dan inovatif untuk orangtua.
2. *Community*: Membangun *commerce* yang inklusif, disertai komunitas yang edukatif dan membangun bagi para orang tua.
3. *Information*: Menyediakan informasi yang terpercaya dan ahli untuk orang tua.

Ketiga misi tersebut diwujudkan Orami melalui beberapa *business unit* yang sedang dikembangkan saat ini maupun akan dibentuk nantinya. Dalam misi *e-commerce*, Orami memiliki situs perbelanjaan kebutuhan ibu dan anak yaitu *orami.co.id* yang terintegrasi dengan berbagai *business unit* lainnya. Dalam misi membangun komunitas, Orami menyediakan ruang atau media bagi para orang tua untuk saling berdiskusi dan bertukar ilmu seputar kebutuhan orang tua seperti bayi, kehamilan, gaya hidup, dan lain-lain. Untuk misi penyaluran informasi, Orami memiliki sebuah situs khusus yang menyediakan artikel-artikel bermanfaat seputar *parenting* yang bernama Orami Parenting. Orami juga sedang mengembangkan fitur baru dalam situs Orami Parenting yaitu fitur *group chat* sebagai media berdiskusi dan membangun komunitas di kalangan orang tua.

2.1.2. Unit Bisnis Perusahaan

Saat ini, PT Orami memiliki beberapa unit bisnis yang sedang dikembangkan untuk mencapai visi dan misi perusahaan. Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Orami

Situs *orami.co.id* adalah situs utama PT Orami yaitu situs perdagangan *online* yang menjual kebutuhan ibu dan anak, serta kebutuhan rumah

tangga. Situs Orami sendiri merupakan bisnis B2C di mana PT Orami ingin menjangkau *end consumer* yang merupakan pengguna asli produk yang dijual Orami.

2. Orami Parenting

Orami Parenting adalah sebuah situs majalah yang berisi konten-konten artikel informatif yang membahas seputar menjadi orang tua, seperti anak, kehamilan, rumah tangga, dan lain-lain. Orami Parenting sedang dikembangkan untuk menyediakan fitur yang membangun komunitas di antara para pengunjung situs.

3. Sooplai

Sooplai adalah sebuah bisnis B2B yang dimiliki PT Orami yaitu sebuah bisnis *e-commerce* yang menyediakan produk-produk kebutuhan ibu dan anak yang dijual secara grosir untuk para pemilik toko.

4. Ibusibuk

Ibusibuk merupakan sebuah bisnis baru yang dimiliki PT Orami yaitu sebuah bisnis B2C2C, di mana PT Orami sebagai penyedia stok produk yang menyediakan produk bagi ibu-ibu konsumen untuk menjadi penjual sebagai media untuk menjangkau *end consumer* yang tidak menggunakan situs belanja *online*.

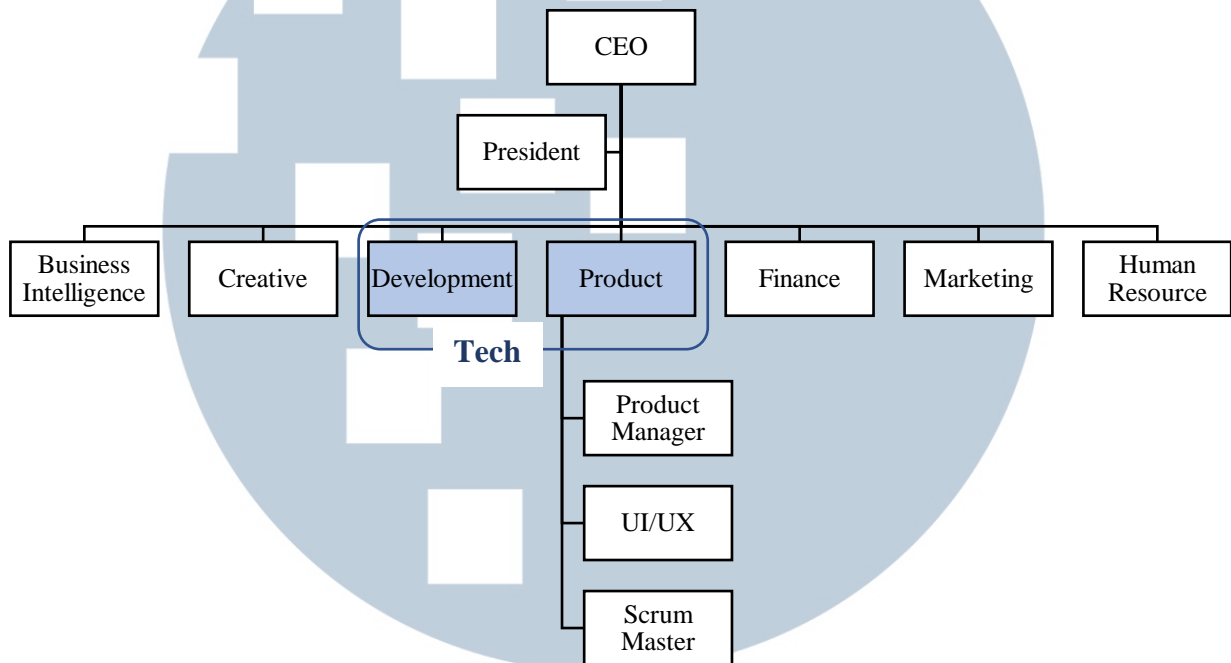


Gambar 2.3. Unit Bisnis PT Orami

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut struktur organisasi perusahaan PT Bilna.



Gambar 2.4. Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

PT Orami dipimpin oleh Bapak Ferry Tenka selaku *founder* dari PT Bilna, yang memimpin beberapa divisi di bawahnya. Divisi *development* dan divisi *product* merupakan dua divisi yang terkait secara langsung dengan *platform* bisnis yang ada yaitu di bagian *technical development*. Bagian *development* bertanggung jawab dalam proses pengembangan dan pembuatan aplikasi atau situs yang menyangkut sisi *front end* maupun *back end*. Bagian *product* bertanggung jawab pada pengembangan *platform* bisnis yang dimiliki Orami melalui sudut pandang *user*. Bagian *product* bertanggung jawab meriset kebutuhan *user* dan hal apa yang akan dikembangkan dalam sebuah unit bisnis. Divisi ini meliputi *product manager*, UI/UX, dan *scrum master*.