

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Gambar 2.1 Logo Perusahaan



Sumber : Fabelio.com

Fabelio.com merupakan perusahaan *e-commerce* pertama di Indonesia yang bergerak dalam bidang furnitur. Fabelio.com dibentuk oleh tiga orang, yaitu Marshall Utoyo, Christian Sutardi, dan Krishnan Menon pada bulan Mei 2015. Para pendiri melihat peluang signifikan dalam bidang *e-commerce* di tengah masyarakat Indonesia yang didominasi oleh kaum milenial. Sebelumnya, Marshall Utoyo sudah pernah menjalankan usaha dibidang furnitur sedangkan Krishnan Menon dan Christian sebelumnya sudah memulai bisnis di dunia *e-commerce* karena pernah bekerja di *Rocket Internet*, *Food Panda*, *Lazada*, dan *Zalora*. Desain untuk furnitur di Fabelio.com dibuat berbeda dan eksklusif dengan menggunakan konsep minimalis dan skandinavian. Para pendiri tersebut memutuskan untuk fokus membuat furnitur *e-commerce* karena mereka ingin menonjolkan sesuatu yang berbeda di tengah pasar Indonesia yang cenderung monoton, Selain itu mereka melihat potensi besar di pasar

furnitur Indonesia, mengingat ada banyak orang yang memulai sebuah keluarga dan perlu melengkapi rumah baru. Fabelio.com berharap untuk menjadi jembatan antara desainer furnitur lokal, produsen furnitur lokal, dan pelanggan. Juni tahun 2015 situs Fabelio.com resmi ditayangkan dan perusahaan ini telah berkembang sejak saat itu. Peluang semakin jelas terlihat dengan munculnya kaum eksekutif muda yang memulai keluarga baru dan berkebutuhan mempercantik rumah baru mereka. Fabelio.com hadir sebagai solusi bagi kaum muda Indonesia dalam kebutuhan furnitur. Hal tersebut berkenaan dengan konsep Fabelio.com sendiri yaitu setiap keluarga berhak menemukan kebahagiaan dan surga di rumah.

Fabelio.com awalnya berfokus hanya pada bidang *e-commerce*, namun Fabelio.com menyadari daya saing dalam bidang *e-commerce* cukup tinggi sehingga harus diimbangi dengan metode *offline* juga. Oleh karena itu Fabelio.com memulai fokus pada metode *Omni-channel* dengan membuka beberapa toko fisik di tahun 2016 dengan tujuan mendekati diri dengan konsumen. Dengan konsep yang matang dan inovasi yang seimbang dalam metode *online* juga *offline shopping*, perusahaan Fabelio.com berkembang pesat dengan membuka satu toko fisik pada awal tahun 2017 berkembang menjadi 11 toko fisik di tahun 2019. Konsep toko fisik yang dipakai Fabelio.com adalah *showroom*. Konsep *showroom* beranjak dari riset Fabelio.com yang menunjukkan konsumen Indonesia sangat skeptis dalam hal memilih barang dalam melakukan transaksi *online*. Konsep *showroom* memiliki tema sebagai *Experience Centre* dimana konsumen bisa secara langsung merasakan produk unggulan dari Fabelio.com. Produk Fabelio.com sendiri unggulan 100% kualitas Indonesia dan didukung dengan kemudahan *online* bagi para konsumen yang memiliki mobilitas tinggi.

Fabelio.com memiliki *tagline* “*Furnishing Happiness*” yang artinya Fabelio.com memberikan kebahagiaan bagi konsumen dengan kualitas produk yang diberikan dan dengan segala layanan yang sangat mempermudah konsumen dalam memperindah hunian mereka.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

Fabelio.com memiliki visi yaitu Fabelio.com ingin mengisi seluruh hunian dan perkantoran yang berada di Indonesia dengan semua produk furnitur karya Fabelio.com, seirama dengan *tagline* yang Fabelio.com miliki yaitu “Furnishing Happiness”.

2.2.2 Misi Fabelio.com

Misi dari Fabelio.com adalah pertama selalu menjaga kualitas produk unggulan furnitur rumah tangga dengan segala material utama yang diinginkan konsumen serta mengimbangnya dengan kemudahan akses dimanapun konsumen berada. Fabelio.com juga menyediakan beberapa konsep hunian idaman dengan segala desain terdepan untuk para konsumen.

Misi kedua dari Fabelio.com adalah menjaga kualitas produk lokal Indonesia dengan mengajak para pengrajin lokal ikut mengembangkan karya mereka dalam kesatuan Fabelio.com. Hal tersebut guna mendukung daya saing produk lokal yang berkualitas agar tidak kalah dengan banyaknya produk impor yang tersebar saat ini.

Misi ketiga Fabelio.com adalah membangun relasi dengan sebaik-baiknya dengan para pelanggan agar hubungan yang terjalin tidak hanya sebatas transaksi namun hubungan erat dalam menjaga kualitas keindahan hunian para pelanggan.

2.3 Nilai Budaya Perusahaan

Tidak hanya menuntut kualitas, Fabelio.com juga menjaga nilai dan kebudayaan perusahaan di dalam menjaga hubungan dengan konsumen. Dalam praktiknya Fabelio.com menerapkan nilai yang disebut HELLO dimana kepanjangan HELLO sendiri adalah *Happy and enthusiastic* dimana Fabelio.com menuntut para karyawan untuk selalu gembira dan antusias dalam membangun hubungan dengan para konsumen. Para karyawan juga dituntut untuk menjadi

Expert advice yang harus mendalami materi mengenai furnitur dan desain terkini agar dapat memberi *input* yang berkualitas kepada para konsumen Fabelio.com.

Listening to customer nilai yang menuntut para karyawan menjadi pendengar yang baik bagi para konsumen. *Love your showroom* karyawan harus menjaga keindahan dan keselarasan tema agar tempat yang menjadi tolak ukur konsumen terhadap kualitas Fabelio.com bisa mendapatkan pengalaman menarik mengenai konsep hunian idaman bagi konsumen. Para karyawan juga dituntut untuk memiliki *Outstanding behavior and personality* yang artinya karyawan harus memiliki faktor sikap dan kepribadian yang baik dalam melayani konsumen dan mendengar segala kebutuhan konsumen agar dapat memberikan solusi terbaik.

Budaya untuk para karyawan Fabelio.com juga dipertegas dengan tiga aspek berikut yang ditetapkan sebagai sesuatu yang penting bersinggungan dengan nilai maupun layanan di tengah para karyawan Fabelio.com. Tiga budaya tersebut adalah:

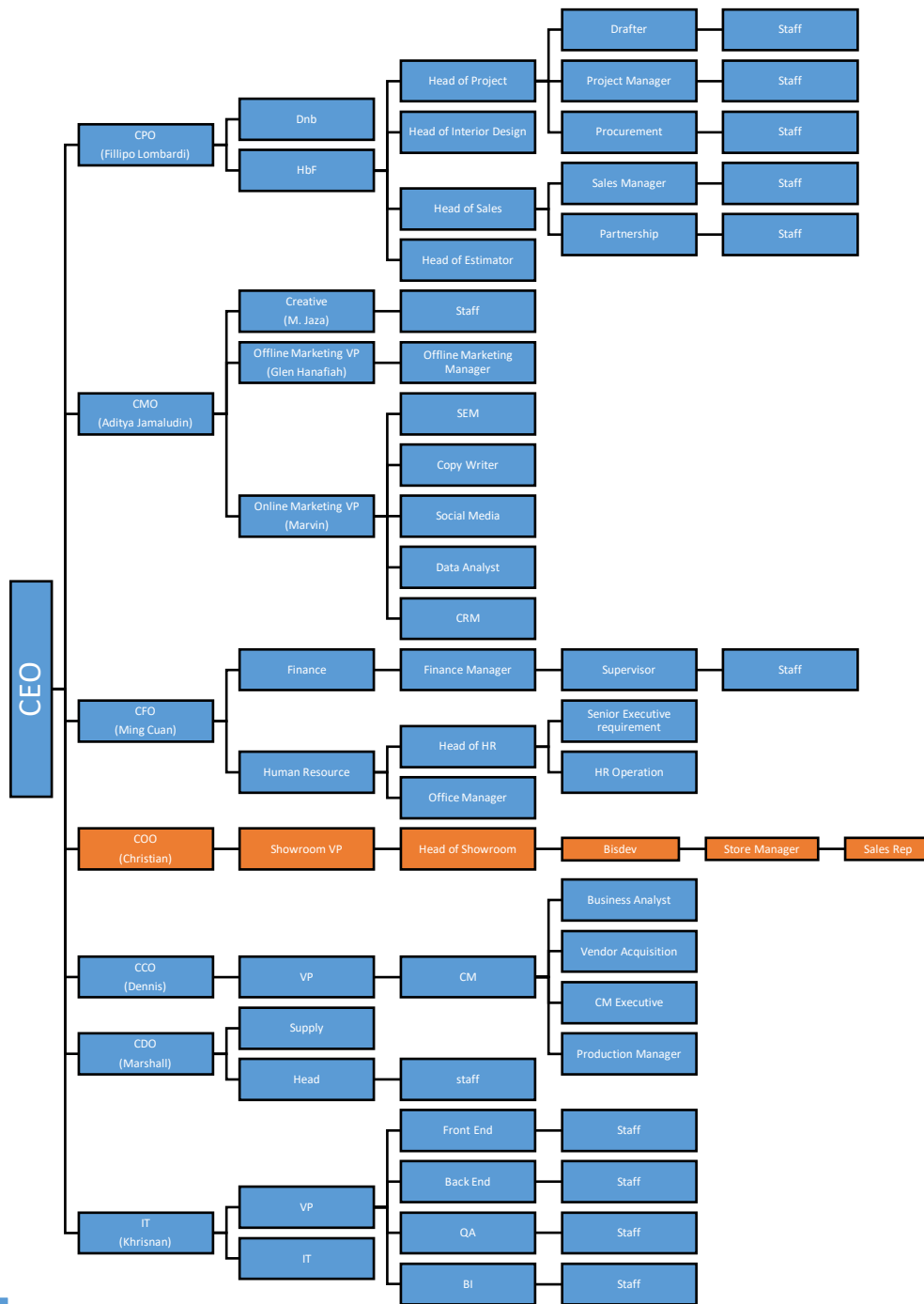
Energic: Energic yang dimaksud adalah selalu ceria, semangat, penuh motivasi, dan mudah bersosialisasi. Karena lingkungan kerja yang ceria dapat membuat karyawan lebih nyaman dalam bekerja.

Creative Thinking: Berpikir secara kreatif adalah salah satu inti yang penting dalam perusahaan ini karena, perusahaan percaya bahwa setiap karyawan mempunyai ide yang kreatif dan inovatif sehingga mereka dibebaskan untuk *speak up* tentang ide mereka.

Fast worker: Karyawan yang kompeten adalah aset terpenting dalam sebuah perusahaan. Setiap karyawan yang bekerja dalam perusahaan ini dibentuk untuk dapat bekerja secara cepat dan bertanggung jawab.

2.4 Struktur Perusahaan Fabelio.com

Gambar 2.4 Struktur Perusahaan Fabelio.com



Sumber: Data Primer Penulis-2019

2.5 Ruang Lingkup Divisi Terkait

Saat melakukan praktik kerja magang, penulis ditempatkan di bagian *Customer Relationship Management* wilayah Alam Sutera *showroom* dan Tangerang Selatan. Tugas utama penulis adalah membina dan menjaga hubungan dengan pelanggan. Spesifikasi menjaga hubungan dan membina hubungan dengan cara memberikan informasi dan respon terkini mengenai berbagai hal perihal pesanan pelanggan. Hal tersebut adalah penjadwalan pengiriman, penjadwalan instalasi, merespon keluhan pelanggan terkait Fabelio.com, dan melakukan investigasi permasalahan yang dihadapi pelanggan serta memberikan solusi.

Penulis berperan sebagai *Customer Relationship Management Officer* yang ditempatkan di dalam divisi di bawah naungan *Business Development* dan dalam prosesnya dibantu dan dibimbing oleh divisi *Showroom* sendiri. Peran penulis selama menjabat sebagai *Customer Relationship Management Officer* adalah melakukan penjadwalan pengiriman produk pelanggan yang dibantu *sales representative* setiap pelanggan Fabelio.com Alam Sutera *showroom* dalam tahap eksekusi penjadwalannya. Penulis juga memiliki tugas untuk menanggapi keluhan pelanggan dan meneruskan ke tim terkait lalu mengajukan solusi kepada *manager* Fabelio.com Alam Sutera *showroom* selaku pihak yang bertanggung jawab penuh di tempat tersebut.

Penulis juga membantu promosi dengan menginfokan kepada para pelanggan Fabelio.com Alam Sutera *showroom* mengenai promo yang sedang berjalan di *showroom* selaras dengan panduan divisi *Marketing* dan *Category Management* selaku pembuat kebijakan promosi. Penulis juga mengikuti *meeting* bulanan bersama divisi *Business Development* untuk berdiskusi mengenai kasus unik yang banyak ditemui di setiap *showroom* dan mengevaluasi kinerja serta meminimalisir kesalahan yang terjadi sebelumnya.