



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 PT. ZILION TECH INDONESIA

2.1 Profil Zilingo

Zilingo merupakan *marketplace* B2B, B2C, dan B2B2C yang berfokus pada bidang *fashion* dan *lifestyle*. Kecintaannya terhadap keindahan produk yang dibuat oleh perancang kecil dan banyak pasar besar di Asia Tenggara membuat Ankita Bose dan Droove Kapoor serta tiga teman lainnya mendirikan sebuah *marketplace fashion & Lifestyle* yang diberi nama Zilingo pada tahun 2015.

Zilingo adalah *e-commerce fashion & lifestyle* berasal dari negeri singa, Singapura, saat ini sudah berjalan di beberapa Negara bagian di seluruh dunia Seperti Singapore, Malaysia, Indonesia, Australia, Korea, Myanmar, Jepang, Philipina, Prancis, Jerman, Belanda, India, Amerika dan Thailand. Secara global Zilingo mempunyai lebih dari 2 juta *fashion*. Pada saat ini Zilingo juga memiliki lebih dari 35.000 seller secara keseluruhan yang melakukan penjualan di situs Zilingo. Selain itu Zilingo memiliki lebih dari 8 juta pengguna. Seluruh pengguna Zilingo berusia 18 – 38 tahun. (Company Profile PT. Zilion Tech Indonesia, 2019).

Zilingo menyediakan berbagai macam kebutuhan *fashion & lifestyle* dari berbagai macam *brand* lokal, *indie label* dan *brand international*. Tidak hanya *seller* dalam negeri, Zilingo juga memiliki *seller* yang berasal dari berbagai lapis dunia. Dari situlah pembeli dapat berbelanja dari seluruh dunia yang bekerjasama atau ada perusahaan Zilingo. Seiring berjalannya waktu Zilingo akan melebarkan sayapnya hingga ke seluruh dunia. Zilingo menawarkan kemudahan bagi para *Customer* dalam berbelanja *online* serta kemudahan dalam pengambilan barang. Pengiriman barang untuk saat ini sudah mencakup ke seluruh Indonesia.

Zilingo membebaskan *seller* untuk komisi dari berbagai produk yang dijualnya, tetapi tidak ada biaya bagi penjual dan mereka dapat menggunakan *platform* Zilingo secara gratis. Sebuah wadah yang diciptakan bagi pedagang untuk mengembangkan bisnisnya. Selain itu, para pedagang mendapatkan notifikasi agar fokus untuk melakukan yang terbaik dalam penjualannya.

Gambar 2.2 website perusahaan



Sumber: <https://www.zilingo.com>

PT Zillion Tech Indonesia di pimpin oleh Ade Yuarda merupakan *Country Manager* bersama rekannya Chandni Chainani, mereka mendirikan Zilingo Indonesia pada bulan februari 2017. Berawal dari ide di kafe hingga sekarang memiliki kantor pusat di indonesia yang beralamat di gedung Gama Tower Lt.30, Jl. HR Rasuna Said Kav C-22 Karet Kuningan Setiabudi, Jakarta Selatan 12940. Sebelum itu Zilingo Indonesia hanya memiliki *website* saja (www.zilingo.com). seiring berjalannya waktu, Zilingo Indonesia meluncurkan aplikasi yang dapat digunakan melalui *software* Android dan IOS sehingga mempermudah pengguna untuk berbelanja di Zilingo.

Gambar 2.6 Logo Perusahaan

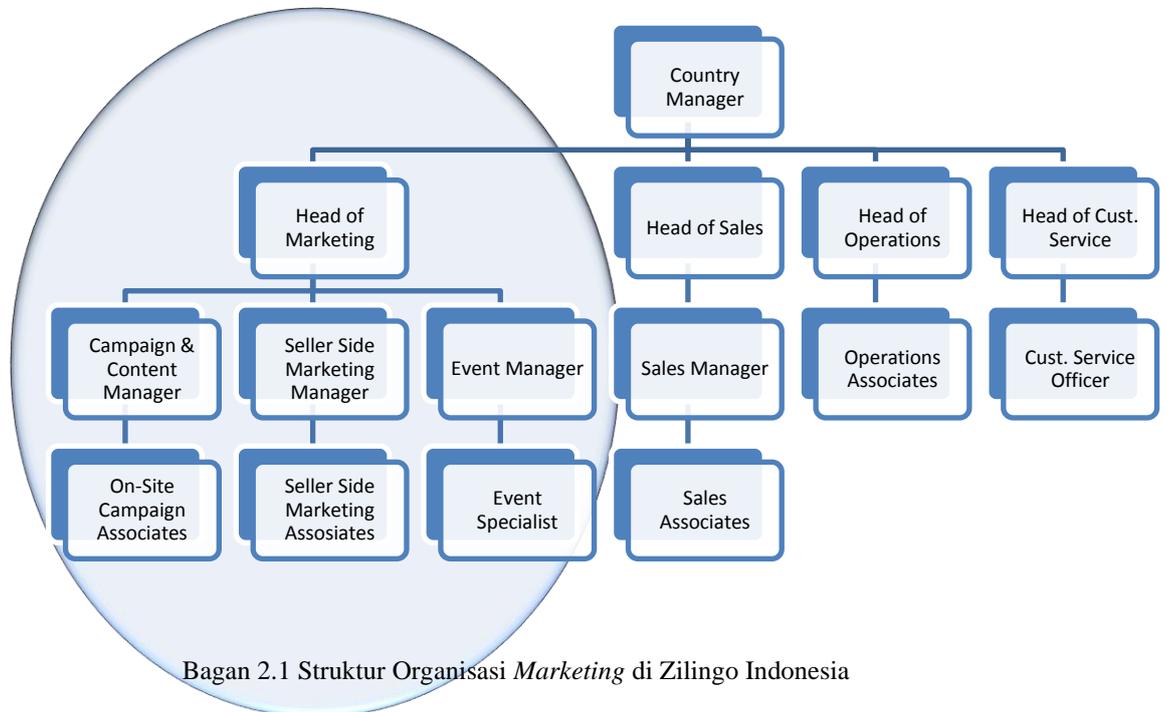


Sumber: *Company Profile* PT Zilion Tech Indonesia

Zilingo memiliki filosofi tersendiri dari logo dan nama mereka yaitu “Zilingo” merupakan sebuah adaptasi kata yang berasal dari kata ‘Zillion’ dan ‘Go’ yang memiliki arti miliaran. *Zilion* menggambarkan sebuah harapan terhadap Zilingo agar jumlah pedagang yang bergabung miliaran (*zillion merchants*), berbagai macam produk yang di sediakan (*zillion product*), dan mengikuti gaya hidup di tiap zaman (*zillion trending style*) yang tersedia di dalam Zilingo. Warna yang tertera pada Logo Zilingo yaitu kuning yang menggambarkan keceriaan dan optimistic selain itu warna merah yang memiliki makna berani dan dominan, sedangkan warna ungu menggambarkan kestabilan, kemewahan dan romantisme modern.

Zilingo Indonesia juga memiliki visi dan misi yang harus mereka jalankan agar sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Visi dari Zilingo Indonesia adalah untuk membawa mode dari Asia Tenggara ke seluruh dunia. Misi dari Zilingo Indonesia adalah menghubungkan permintaan seluruh dunia kepada Asia Tenggara melalui jaringan antara penjual, pengecer, distributor dan produsen yang bersama-sama disatukan melalui jaringan teknologi.

1.2 Ruang Lingkup Divisi Terkait



Bagan 2.1 Struktur Organisasi *Marketing* di Zilingo Indonesia

Terdapat empat divisi dalam PT Zillion Tech Indonesia yang masing-masing dibawah oleh seorang *Head of Division* :

1) *Marketing Department*

Berperan dalam kegiatan pemasaran, melakukan kegiatan yang berkaitan dengan *Public Relations*, membangun hubungan baik dengan *customer*, media, dan pihak ketiga lainnya , serta melakukan pengenalan produk kepada calon konsumen.

2) *Sales Department*

Berperan dalam menginformasikan diskon yang ada, merekomendasikan produk, menjadi tempat pelanggan atau penjual untuk berkonsultasi.

3) *Operation Department*

Berperan dalam memastikan keamanan barang sampai di tangan *customer*, membuat kebijakan strategis logistik di perusahaan dan melakukan koordinasi dengan pihak ketiga atau perusahaan logistik yang bekerjasama dengan perusahaan.

4) *Customer Service Department*

Berperan dalam membina hubungan baik pelanggan, tempat menampung berbagai macam keluhan serta saran, dan menyalurkan informasi dari perusahaan kepada pelanggan.

Dalam divisi Marketing terbagi lagi dalam tiga divisi yang mengurus kebutuhan Marketing keseluruhan.

1) *Campaign dan Content*

Bekerja untuk mengkonsepkan serta merancang distribusi konten dan *campaign* Marketing di media sosial Zilingo. Serta memelihara dan menumbuhkan *engagement* pelanggan melalui konten dan *campaign*. Selain itu juga memikirkan ide *campaign* di ranah digital.

2) *Seller Side Marketing*

Zilingo adalah sebuah *marketplace* yang bergerak dalam B2B, B2C, dan B2B2C. *Seller side marketing* bertanggung jawab untuk menjalankan acara-acara B2B dan pemberian penghargaan untuk para *seller* yang sudah bergabung.

3) *Event*

Event bertanggung jawab untuk menjalankan acara-acara B2C dan B2B2C serta pemberian penghargaan untuk para *buyer* yang *loyal* terhadap Zilingo.