



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 PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

PT Pricebook Digital Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang menyajikan layanan dengan misi untuk mengisi kesenjangan informasi di Asia Tenggara antara konsumen dengan bisnis penjualan. PT Pricebook Digital Indonesia mengumpulkan informasi mengenai ketersediaan produk baik itu di toko *online* maupun toko *offline* yang kemudian dibagikan melalui situs web dan media sosial dengan tujuan membantu keputusan konsumen dalam berbelanja. Untuk saat ini, PT Pricebook Digital Indonesia telah menjangkau cakupan informasinya dalam 3 kategori, *gadget*, otomotif dan kecantikan.

Dilansir dari situs rilisiana (2015), hingga kini PT Pricebook Digital Indonesia menjadi situs perbandingan harga tercepat, akurat dan terbaik atas informasi *gadget* di Indonesia. Dengan basis lokal, PT Pricebook Digital Indonesia telah memiliki ratusan ribu pengunjung bulanan dan lebih ari sepuluh ribu toko retail *gadget*, yang juga termasuk ratusan toko *offline* aktif.



Gambar 2.1. Logo Pricebook

2.2. Sejarah Perusahaan

PT Pricebook Digital Indonesia awalnya adalah sebuah perusahaan *startup* asal Jepang. PT Pricebook Digital Indonesia sendiri berdiri sejak September 2013 hingga sekarang dengan pasar sebesar 170 juta penduduk, 140 juta pengguna layanan internet dan minat perangkat seluler yang sangat tinggi. Hingga tahun 2019, PT Pricebook Digital Indonesia telah meraih pendanaan keempatnya dengan investasi yang dipimpin oleh Mirai Creation Fund II yang disponsori oleh Toyota

Motor Corporation, Sumitomo Mitsui Banking Corporation dan SPARX, serta diikuti oleh investor sebelumnya KLab Venture Partners Co., Ltd.

Selama berdiri, PT Pricebook Digital Indonesia telah meraih posisi sebagai Top Brand dalam kategori *tech & gadget shopping discovery platform* di Indonesia pada Desember 2018. Selain itu PT Pricebook Digital Indonesia juga menjadi salah satu akun *Tech Influencer* yang memiliki perkembangan pesat di Indonesia. (“Raih Pendanaan Keempat, Pricebook Lanjutkan Ekspansi di Asia Tenggara”, 2019).

2.3. Visi Misi Perusahaan

PT Pricebook Digital Indonesia bergerak dengan landasan informasi. Dengan informasi yang dimiliki, ditujukan agar pihak konsumen dan produsen mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Informasi yang ada diutilitas dengan disebar secara umum untuk mencapai tujuan semaksimal mungkin.

2.3.1. Visi

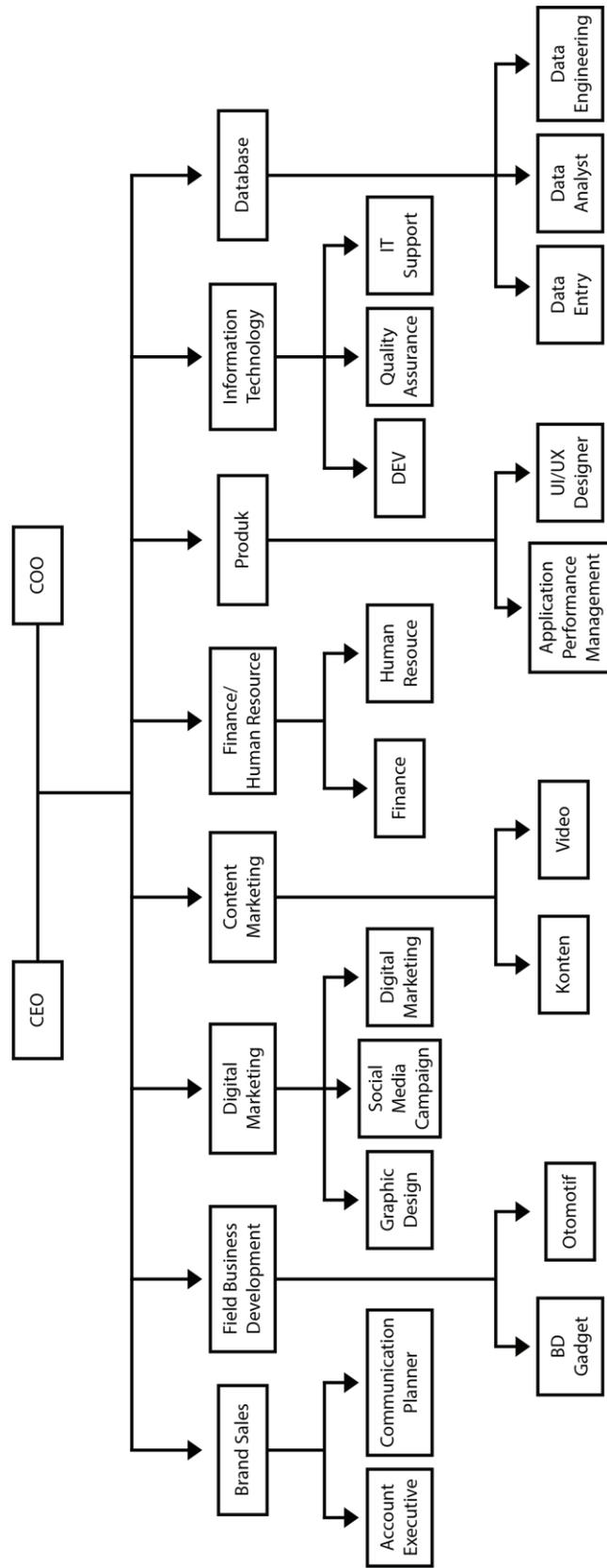
Meminimalkan peluang kerugian yang ada dengan peningkatan informasi

2.3.2. Misi

Memuaskan konsumen dan produsen dengan kualitas data, komunitas dan jaringan bisnis sehingga meminimalkan ketidakcocokan informasi

2.4. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur dari PT Pricebook Digital Indonesia dibagi menjadi delapan tim besar, yaitu tim *brand sales*, *field business development*, *digital marketing*, *content marketing*, *finance/human resource*, *product*, *information technology*, dan *database*. Divisi penulis adalah divisi *graphic design* yang berada pada naungan divisi *digital marketing*. Dalam divisi *digital marketing* terdapat 2 divisi lain yang bernaung, yaitu divisi *digital marketing* dan divisi *social media campaign*. 3 divisi ini saling bekerja sama dan melakukan banyak interaksi antar satu sama lainnya.



Gambar 2.1. Bagan Struktur Organisasi Perusahaan