

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PT JAGAPATI DOT COM

#### 2.1 Profil dan Sejarah Singkat Perusahaan

Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT. Jagapati Dot Com



Sumber : Data Front Office PT Jagapati Dot Com

PT Jagapati Dot Com merupakan *brand e-tailer (online re-tailer)* yang menyediakan berbagai produk kesehatan (misal. cemilan sehat, madu, krim kecantikan, dsb) yang dipasarkan via *marketplace online*, seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, serta website, dan informasi berupa artikel mengenai segala hal yang berhubungan dengan kesehatan. PT Jagapati Dot Com terletak di Jalan Garuda no. 32, Kemayoran, Jakarta Pusat, menyatu dengan kantor PT Topindo Atlas Asia.

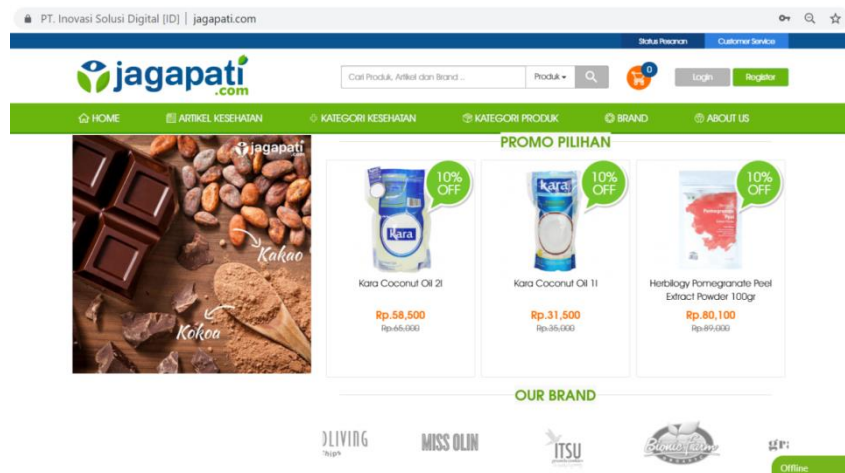
PT Jagapati Dot Com berdiri pada tahun 2016 yang didirikan oleh Albert Zhu. Berawal dari kesukaan beliau mencari alat - alat kesehatan yang pada akhirnya memunculkan ide untuk membuka toko sendiri yang bergerak dalam bidang kesehatan. Mengikuti perkembangan jaman, toko yang dibuat bukan merupakan arti toko yang sebenarnya melainkan toko yang berbasis online. Hal ini didukung oleh Bapak Donny Wu sebagai IT dari PT. TOP 1 yang berkeinginan untuk membuat *website* yang nantinya dapat dijual kembali.

Website yang dibuat oleh Bapak Donny Wu digunakan Bapak Albert untuk mewujudkan keinginannya membuka toko sendiri.

Seiring berjalannya waktu Jagapati.com semakin berkembang dan diterima dengan baik oleh pasar. Dimulai dari menjual produk di website hingga akhirnya melebarkan sayap hingga membuka gerai di berbagai *marketplace*, diantaranya Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, dan Elevenia.

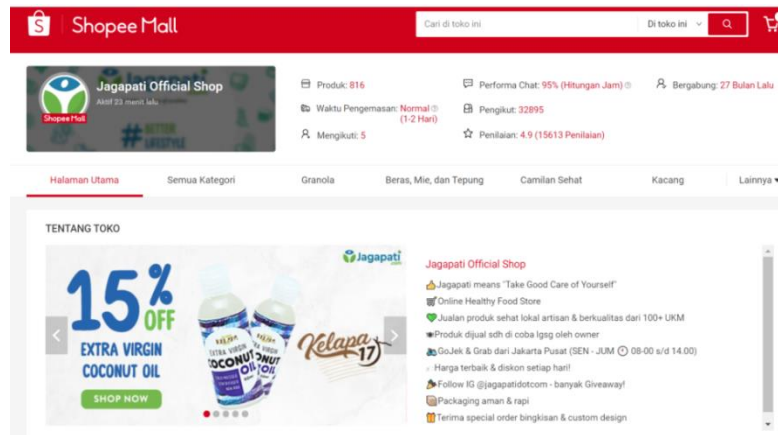
Jagapati sendiri memiliki makna “*Take Good Care of Yourself*”, sejalan dengan arti dari namanya, PT. Jagapati Dot Com bertujuan untuk memotivasi orang lain untuk memulai hidup yang seimbang. PT Jagapati Dot Com percaya bahwa setiap individu memiliki caranya masing -masing untuk menjaga kesehatan tubuhnya. PT Jagapati Dot Com ada untuk membantu menyediakan berbagai produk dan konten kesehatan.

**Gambar 2.2 Website Jagapati**



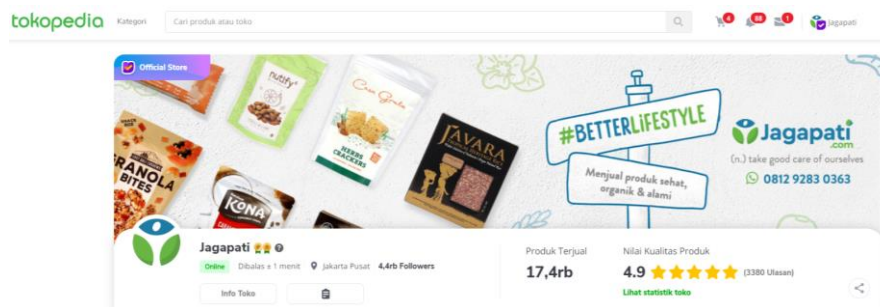
**Sumber : [www.Jagapati.com](http://www.Jagapati.com).**

**Gambar 2.3 Market Place Jagapati (Shopee Mall)**



**Sumber : (shopee.co.id/jagapatidotcom)**

**Gambar 2.4 Market Place Jagapati (Tokopedia)**



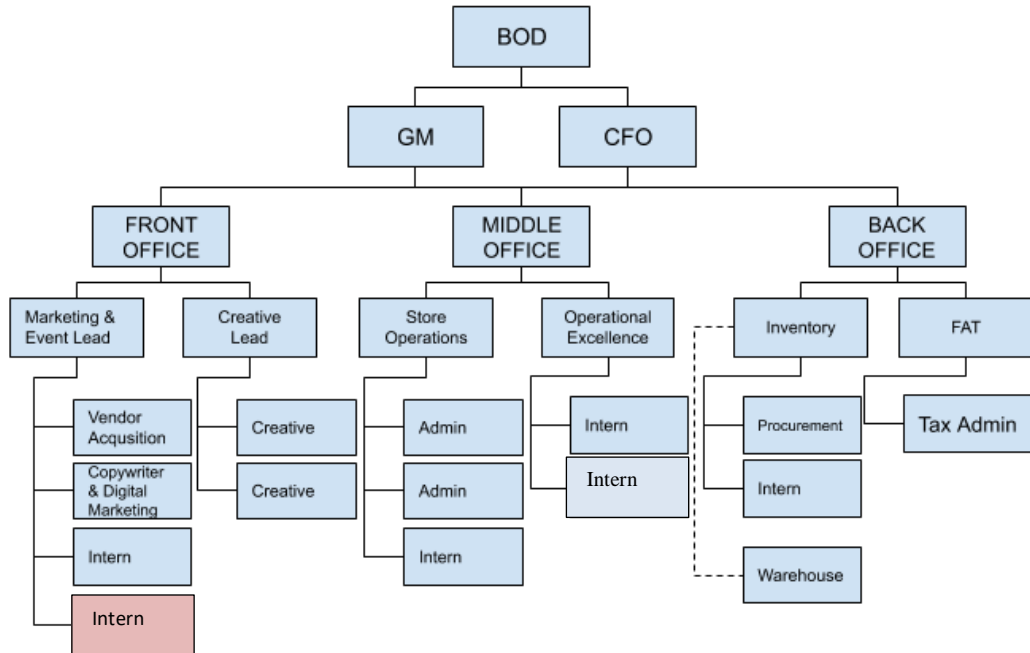
**Sumber: (tokopedia.com/jagapati)**

## 2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi : Mendukung dan meningkatkan gaya hidup sehat di Indonesia

Misi : Memberikan produk dan layanan yang aman, lengkap dengan harga terbaik serta mengedukasi konsumen dengan konten informasi kesehatan akurat dan inspiratif.

### 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



**Gambar 2.5 Struktur Organisasi Perusahaan PT Jagapati Dot Com**

PT. Jagapati Dot Com secara keseluruhan memiliki 3 bagian utama. *Front office*, *Middle office*, dan *Back office*. Yang kemudian dibagi ke dalam beberapa divisi, seperti Front Office dibagi kedalam dua divisi, yaitu divisi *Marketing and Event* dan divisi *Creative*, lalu *Middle Office* dibagi kedalam divisi *Operational Excellence* dan *Store Operations*, dan yang terakhir *Back Office* yang dibagi kedalam dua divisi yaitu divisi *Inventory* dan divisi *Finance and Tax (FAT)*. Sementara itu PT. Jagapati Dot Com tidak memiliki *Human Resource Development*, dan IT, kedua divisi tersebut masih bergabung dengan PT. Topindo Atlas Asia.

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi yang berbeda-beda, sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Sehingga berbeda dengan organisasi lainnya, PT Jagapati Dot Com terdiri dari bagian-bagian sebagai berikut :

## **A. Top Management**

### **1. General Manager**

PT. Jagapati Dot Com dipimpin oleh seorang *General Manager*, yang memiliki peran diantaranya :

- a. Memastikan seluruh fungsi di setiap divisi berjalan dengan baik, efektif, dan efisien setiap bulannya.
- b. Membawahi setiap kerja *leader* dari setiap divisi, dan mengevaluasi kinerja *leader* setiap divisi.

### **2. Chief Finance Officer (CFO)**

PT Jagapati Dot Com memiliki seorang CFO, yang memiliki peran sebagai berikut:

- a. Mengawasi dan mengevaluasi kinerja divisi *Back Office*
- b. Memastikan seluruh fungsi divisi *Back Office* berjalan dengan baik, efektif, dan efisien setiap bulannya.

## **B. Middle Management**

### **1. Front Office**

Front Office PT. Jagapati Dot Com terbagi menjadi dua divisi, yaitu divisi *Marketing and Event* dan divisi *Creative*. Dengan pembagian tugas sebagai berikut:

#### **a. Divisi *Business Development & Marketing***

Divisi *Business Development & Marketing* dipimpin oleh seorang *senior lead* yang membawahi 3 orang staff yang terbagi kedalam dua bagian, yaitu :

- 1.) *Vendor Acquisiton*

*Vendor Acquisition* merupakan bagian dari divisi *Marketing and Event* yang memiliki tugas sebagai berikut:

- a.) Mencari *vendor* yang memproduksi produk - produk makanan ringan sehat
- b.) Negosiasi dengan *vendor* terkait harga beli produk
- c.) Mencari pihak-pihak tertentu untuk menjalin kerjasama bisnis
- d.) Menjadi penghubung antara *vendor* dan perusahaan.

## 2.) *Copywriting and Digital Marketing*

*Copywriting and Digital Marketing* merupakan bagian dari divisi *Business Development & Marketing* yang memiliki tugas sebagai berikut:

- a.) Membuat konten digital berupa tulisan yang digunakan untuk media promosi suatu produk atau Jagapati itu sendiri yang disebarkan melalui berbagai *marketing tool* (*e-Mail, social media, chat application*)
- b.) Mengelola semua jejaring sosial yang dimiliki oleh PT Jagapati Dot Com sebagai media promosi dan pengenalan Jagapati kepada masyarakat luas
- c.) Membuat deskripsi produk jika diperlukan.

Selain itu, divisi *Business Development & Marketing* sering mengadakan acara berupa kelas dengan tema tertentu, seperti *Cooking Class, Tea Making Class*, dan lainnya. Selain itu juga divisi *Marketing and Event* sering menjalin kerjasama untuk bisa mengikuti event - event tertentu, seperti bazaar, internal bazaar, dan lainnya.

## **b. Divisi *Creative***

*Creative* atau yang biasa disebut *Creative Team* merupakan bagian dari divisi *Marketing and Event*, dipimpin oleh seorang *senior lead* dan membawahi 2 orang staff. Dengan tugas sebagai berikut:

- a.) Membuat konten digital berupa desain visual yang digunakan untuk media promosi suatu produk atau Jagapati itu sendiri yang disebarakan melalui berbagai *marketing tool* (*e-mail, social media, chat application*)
- b.) Membuat konten video liputan event atau hal-hal lainnya yang bertujuan untuk menyebarkan informasi baik tentang produk, ataupun Jagapati itu sendiri.
- c.) Melakukan peliputan, baik berupa perekaman ataupun dokumentasi foto yang diadakan oleh divisi *Creative and Marketing*.

## **2. Middle Office**

*Middle Office* PT. Jagapati Dot Com terdiri dari dua divisi utama, yaitu divisi *Store Operations*, dan divisi *Operational Excellence*. Berbeda dengan divisi *Creative*, dan divisi *Marketing and Event* yang dipimpin oleh masing-masing satu *senior lead*. Kedua divisi ini memiliki seorang senior lead karena tugas nya yang relatif berhubungan. *Middle Office* terdiri dari dua bagian, yaitu:

### **a. Divisi *Store Operations***

Divisi *Store Operations* merupakan bagian dari *Middle Office* yang memiliki tugas sebagai berikut:

- 1.) Merupakan divisi yang berhubungan langsung dengan *buyer* di seluruh *marketplace* setiap hari
- 2.) Memproses transaksi yang masuk dari *marketplace* kedalam sistem Jagapati (*Dashboard*)

- 3.) Melakukan *customer care*. Dalam hal ini yang dimaksud adalah merespon pertanyaan konsumen melalui seluruh *channel* (*Marketplace*, atau *chat application*).
- 4.) Melakukan pengaturan *marketplace* sesuai dengan koordinasi dari divisi *Marketing and Event*. Mulai dari pengaturan banner promosi, pengaturan diskon produk tertentu, hingga pembuatan voucher diskon.
- 5.) Memasukan produk baru kedalam setiap *marketplace*

**b. Divisi *Operational Excellence***

Divisi *Operational Excellence* merupakan bagian dari *Middle Office* yang memiliki tugas sebagai berikut:

- 1.) Memastikan seluruh proses bisnis yang berlangsung sehari-hari berjalan dengan lancar.
- 2.) Memperbaiki masalah, kekurangan, dan *bottleneck* yang muncul.
- 3.) Membantu *Store Operations dan Inventory* dalam memecahkan masalah yang muncul sehari-hari
- 4.) Menemukan *tools* baru yang dapat membantu meningkatkan penjualan dan efektifitas proses bisnis.

**3. Back Office**

*Back Office* PT. Jagapati Dot Com terdiri dari dua divisi besar, yaitu Divisi *Inventory*, dan divisi *Finance and Tax (FAT)*, *Back Office* bertanggung jawab langsung kepada *Chief Finance Officer*. Adapun tugas dari masing-masing divisi adalah sebagai berikut:



**a. Divisi *Inventory***

Divisi *Inventory* merupakan bagian dari *Back Office* Jagapati yang memiliki tugas sebagai berikut:

- 1.) Melakukan *update* stock setiap harinya
- 2.) Melakukan proses pemesanan barang dari membuat *purchase order* hingga membuat *receive item*
- 3.) Memverifikasi transaksi setiap harinya
- 4.) Handle dan maintenance produk yang sudah mendekati tanggal kadaluarsa
- 5.) Membuat *Stock Keeping Unit* (SKU) jika ada produk baru yang akan dijual
- 6.) Upload deskripsi barang ke dalam sistem perusahaan

**b. Divisi *Finance and Tax***

Divisi FAT merupakan bagian dari PT Jagapati Dot Com yang memiliki tugas sebagai berikut:

- 1.) Membuat dan melaporkan PPh 21, PPh 23, dan omset perusahaan
- 2.) Menginput sales *invoice* ke dalam program akuntansi
- 3.) Mengecek sales *invoice*

**4. Lain-lain**

**a. *Human Resource and General Affair* (HRGA)**

PT Jagapati Dot Com memiliki *Human Resource* dan *General Affair* yang menyatu dengan perusahaan induknya, yaitu PT Topindo Atlas Asia

b. IT

PT Jagapati Dot Com belum memiliki Divisi IT sendiri, masih bergabung dengan anak perusahaan PT Topindo Atlas Asia yang lain, yaitu PT Inovasi Solusi Digital.

#### **2.4 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait**

Selama melaksanakan program internship di PT Jagapati Dot Com, penulis menempati posisi divisi ***Business Development & Marketing Communication***, penulis memiliki peran dan tanggung jawab sebagai berikut:

- Memahami Flow Customer Service & Care

Penulis diajarkan untuk memahami flow Customer Service dan Care guna mengerti apa yang dilakukan dan bagaimana mengatasi masalah dengan para *customer*, dengan garis besar, yaitu:

- Membuat konten pesan *re-targeting customer*
- Analisis dan membuat strategi retensi *pelanggan*
- *After sales tracking* dan meningkatkan serta mengembangkan strategi untuk menarik *customer*
- Membantu di bagian sosial media untuk *influencer approach*, membuat *delivery order*, *social media report*