



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

Tokopedia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *E-Commerce* yang didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada tanggal 17 Agustus 2009. Indonesia yang secara geografis merupakan negara kepulauan memiliki tantangan dalam membangun infrastruktur yang merata di seluruh daerahnya. Banyak penjual yang pindah ke daerah yang lebih baik karena kondisi pasar yang lebih baik. Akibatnya, konsumen di daerah - daerah sulit mendapatkan barang - barang untuk memenuhi kebutuhan dan akhirnya menyebabkan tingginya angka urbanisasi yang menggiring barang - barang kebutuhan terkumpul di kota - kota besar. Permasalahan tersebut yang menjadi misi Tokopedia untuk melakukan pemerataan ekonomi secara digital di Indonesia dengan membangun *platform* yang memungkinkan masyarakat Indonesia untuk berjualan dan berbelanja secara *online*.

Tokopedia menyebut karyawannya sebagai *Nakama*, yang berarti teman dalam bahasa Jepang. Sebutan tersebut lahir dari kesukaan William Tanuwijaya terhadap komik Jepang berjudul *One Piece*. William ingin menekankan bahwa didalam Tokopedia, semuanya adalah keluarga. Selain hal itu, karyawan Tokopedia harus memiliki tiga DNA yang menjadi nilai dari perusahaan.

Penjelasan dari masing-masing nilai adalah sebagai berikut:

1. *Focus on Consumer*

Prinsip pertama sebagai *Nakama* adalah untuk selalu fokus memberikan yang terbaik kepada setiap mitra Tokopedia, baik itu konsumen, mitra penjual, maupun *Nakama*.

2. *Growth Mindset*

Sebagai seorang *Nakama*, kita harus selalu memiliki tujuan untuk mengembakan dan memperbaiki diri. Setiap *Nakama* juga harus memiliki kerendahan hati untuk belajar seperti murid, dan ketulusan untuk mengajari seperti guru.

3. *Make it happen, make it better*

DNA atau nilai terakhir perusahaan yang menekankan setiap *Nakama* untuk berani bermimpi dan menjadikannya kenyataan, serta tidak lupa untuk selalu mengembangkan kenyataan tersebut menjadi lebih baik.

Tiga DNA tersebut merupakan salah satu alasan yang memungkinkan Tokopedia untuk selalu mengungguli setiap kompetisi dan memberikan yang terbaik kepada mitra - mitranya. Tokopedia telah menjadi perusahaan Indonesia pertama yang masuk dalam portofolio investasi SoftBank dan Sequoia pada tahun 2014 yang menjadikan Tokopedia sebagai perusahaan *E-Commerce* berstatus *Unicorn* terbesar di Indonesia dan diprediksi mampu berkontribusi terhadap 1,5% dari ekonomi Indonesia.

Adapun visi dan misi Tokopedia sebagai berikut:

1. Visi Perusahaan

Membangun super ekosistem yang memudahkan berbagai keperluan bagi masyarakat Indonesia.

2. Misi Perusahaan

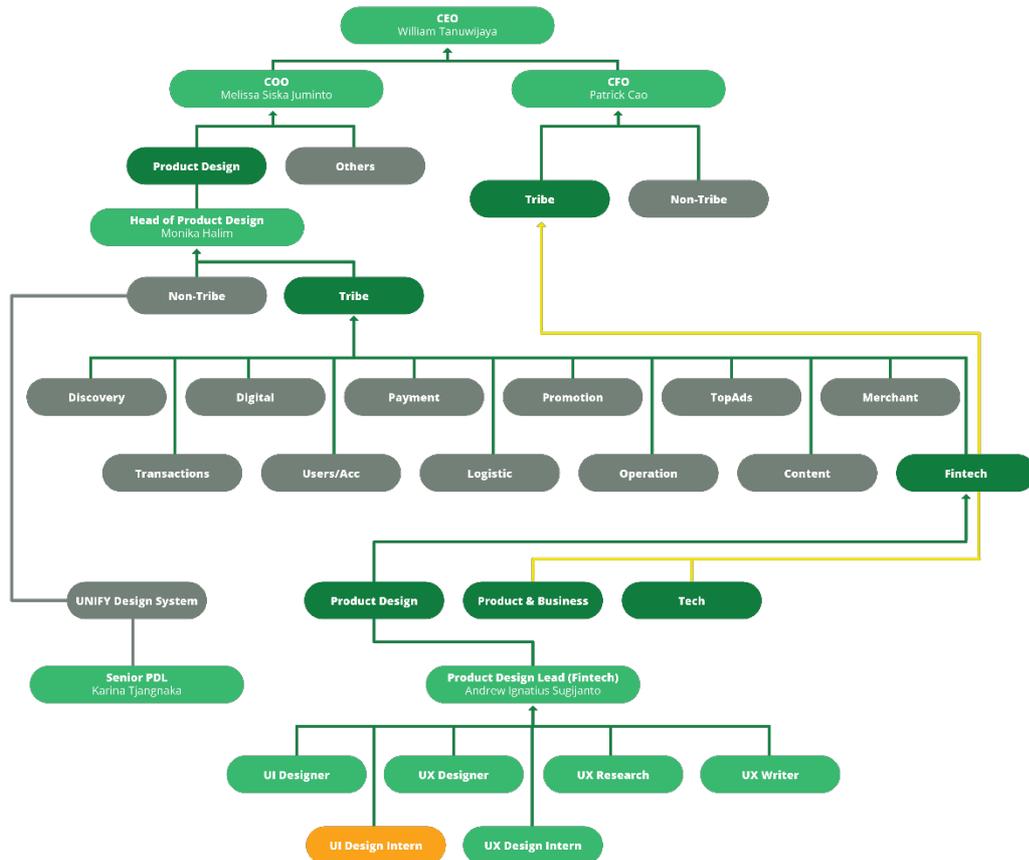
Mencapai pemerataan ekonomi secara digital.

The image shows the Tokopedia logo, which consists of the word "tokopedia" in a lowercase, rounded, green sans-serif font. The letters are thick and have a friendly, approachable feel.

Gambar 2.1. Logo perusahaan PT. Tokopedia

(Sumber: Data internal PT. Tokopedia)

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.1. Struktur Organisasi PT Tokopedia.

(Sumber: Data internal PT. Tokopedia)

Bagan diatas merupakan struktur organisasi dari Tokopedia. Perusahaan dipimpin langsung oleh William Tanuwijaya sebagai CEO dan pengambil keputusan tertinggi yang membawahi *C-Level* lainnya. Divisi *Product Design* berada dibawah pimpinan COO. Setiap divisi di Tokopedia terbagi dalam kelompok - kelompok yang lebih kecil yang disebut dengan *tribe*, begitu pula dengan *Product Design*. Dalam *Product Design*, sesuai dengan namanya setiap *tribe* menangani bagian – bagian berbeda dari Tokopedia, contohnya seperti *tribe Discovery* yang menangani fitur – fitur seperti pencarian, daftar produk, ataupun *tribe Payment* yang menangani desain pada bagian pembayaran Tokopedia.

Dalam melakukan praktik kerja magang, penulis ditempatkan dalam *tribe Fintech* atau *Financial Technology*. *Tribe Fintech* menangani produk – produk finansial yang dimiliki Tokopedia, beberapa contoh diantaranya adalah Modal Toko, Reksa Dana, Tabungan Emas, dsb. *Tribe Fintech* juga dibawah langsung oleh CFO perusahaan. Dalam bekerja, selain bekerja bersama *UI Designer* lain, penulis juga bekerja sama dengan rekan *UX designer* yang biasanya menangani pembuatan arsitektur informasi, *wireflow*, *wireframe*, dan *product research*, *UX Writer* yang mengerjakan *copywriting* dari suatu produk, *UX Researcher* yang melakukan *product testing* dan *user research*. Penulis juga bekerjasama dengan *product manager* yang mengatur alur pekerjaan antara tim *product design*, *tech*, dan *business* agar setiap pihak dapat bekerjasama dengan baik. Setiap peran tentunya saling berhubungan dan membutuhkan satu sama lain agar dapat melakukan pekerjaan dengan efektif dan efisien.