

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan

Zalora Indonesia didirikan pada 5 Maret 2012 dan merupakan bagian dari Global Fashion Group, grup *fashion* terkemuka di dunia. Dibawah naungan PT Fashion Eservice Indonesia, Zalora beroperasi sebagai retail *online fashion* dengan perkembangan yang paling pesat di Asia didirikan oleh Catherine Sutjahyo dan tim Zalora Indonesia saat itu hanya berjumlah 10 orang.

Kantor Zalora di Menara Bidakara I, Lt. 17, Jl. Jend. Gatot Subroto Kav 71-73 Menteng Dalam, Tebet, Jakarta Selatan. Sejak 1 September 2015, Zalora Indonesia dipimpin oleh CEO bernama Anthony Fung yang memlulai karir sebagai Managing Director Zalora Taiwan. Berpusat di Singapura, Zalora mengembangkan perusahaannya hingga ke Hong Kong, Filipina, Thailand, Vietnam, Malaysia, Brunei, dan Indonesia. Zalora juga beroperasi di Australia dan New Zealand sebagai The Iconic. Situs di setiap negara juga dipastikan dengan selera negara masing-masing sesuai dengan preferensnya (*localize*). Zalora Indonesia menawarkan pakaian wanita, pakaian pria, aksesoris, perlengkapan olahraga, pakaian muslim, dan banyak lagi. Memiliki koleksi lebih dari 500 merek lokal, internasional, dan *designer*.

Zalora Indonesia juga menawarkan layanan pengiriman gratis dan pengembalian atau penukaran produk jika pelanggan tidak puas atau merasa tidak cocok dengan produk yang telah diterima. Zalora juga menyediakan layanan COD atau *cash on delivery*, mengingat masyarakat Indonesia yang masih belum menumbuhkan rasa *trust* (zalora.co.id, 2020). *E-Commerce* ini kemudian terus berkembang dan menjadi salah satu *e-commerce fashion* ternama di Indonesia.

##### 2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Visi yang ditetapkan Zalora Indonesia sebagai berikut:

**“Menjadi portal media perdagangan *online* terbesar dan terpercaya di Indonesia”**

Melalui visi tersebut, Zalora Indonesia memiliki tujuan untuk memenangkan persaingan dengan para kompetitornya di Indonesia. Perdagangan *online* yang tidak memungkinkan pembeli dan penjual bertemu secara langsung, membuat Zalora ingin menciptakan kepercayaan kepada konsumennya. Adapun misi yang ingin diwujudkan Zalora Indonesia yaitu sebagai berikut (HR Zalora Indonesia)

- 1) Menjadi media perantara perdagangan *online* terbaik di Indonesia
- 2) Menjadi media dan alternative sumber penghasilan
- 3) Menghadirkan beragam fitur yang dapat memuaskan pelanggan
- 4) Berpartisipasi melahirkan pengusaha *online* yang tangguh dan berbobot
- 5) Memasyarakatkan dunia *online* Indonesia

Dibalik visi dan misi perusahaan, Zalora Indonesia juga menerapkan budaya perusahaan yang dibangun dan diimplementasikan demi menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan menjadi landasan para karyawan dalam bekerja. Hal ini menjadi tujuan Zalora yang terus berusaha menjadi *fashion online* yang terbesar dan terpercaya. Semangat yang dibangun oleh perusahaan dimulai dari adanya integritas sampai pada *excellence*.

Gambar 2. 1 *Cultural Value* Zalora Indonesia

**WE ARE...**

Innovative thinkers, passionate about making the most desirable fashion accessible to everyone in Asia.

**WE ASPIRE...**

To become a trusted brand our customers love, a respected partner to the fashion world, and a leading employer in Asia.

**WE PRACTICE...**

**Integrity**

**Teamwork**

**Ownership**

**Excellence**

**WE STRIVE...**

To Be Asia's #1 Online Fashion Destination.

Sumber: HR Zalora Indonesia

- *Integrity*  
Memberikan teladan integritas dalam setiap aktivitas, tegas, toleran, dan memberikan rasa hormat dengan sesama rekan kerja, pelanggan, dan mitra bisnis berdasarkan SOP dan kode etik perusahaan, bahkan ketika tidak ada yang melihat dan mengawasi.
- *Teamwork*  
Bekerja secara kooperatif dan menjadi bagian di dalam tim, serta mengasumsikan peran pemimpin dalam tim. Tidak hanya dengan tim sendiri tetapi dengan tim dan grup seluruh organisasi. Tujuannya adalah agar saling bergantung dengan nilai dan norma yang sama serta memupuk lingkungan kerja ke arah yang sama.
- *Ownership*  
Sikap bertanggung jawab atas tindakan yang dilakukan secara pribadi, meningkatkan proses dan hasil kerja, memberikan ide yang inovatif dan kreatif kepada perusahaan. Berpikir *out of the box* dengan menunjukkan komitmen dalam tugas dan melakukan *feedback* baik dari atasan, rekan kerja, maupun bawahan untuk dievaluasi.

- *Excellence*

Menunjukkan adanya ketekunan dan mendorong kualitas diri untuk berprestasi dengan hasil melebihi target. Memastikan semua pekerjaan terkait dengan organisasi dikerjakan dengan kualitas kerja yang baik, hati-hati, sesuai SOP, dan dapat menyelesaikan permasalahan dalam waktu yang tepat.

### 2.1.2 Logo Perusahaan

Gambar 2. 2 Logo Zalora Indonesia

The logo for Zalora Indonesia consists of the word "ZALORA" in a clean, black, sans-serif font. The letters are spaced out evenly, with the 'Z' and 'A' being slightly larger than the other letters. The 'O' is a simple circle, and the 'R' has a small tail. The overall appearance is minimalist and professional.

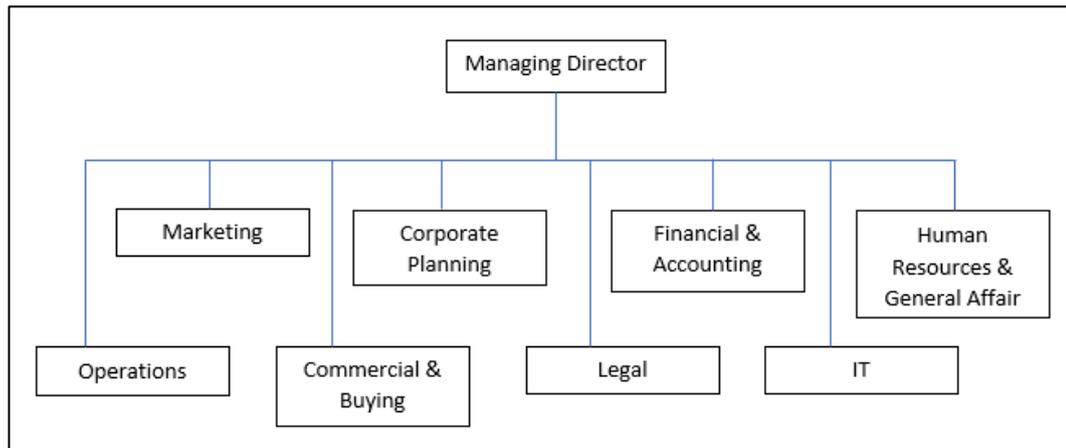
Sumber: Zalora Indonesia (2020)

Setiap perusahaan memiliki logo atau simbol tertentu yang dapat mencirikan perusahaan. Logo memudahkan siapa saja yang melihat dapat dengan mudah mencirikan dan dikenali publik. Zalora sendiri memiliki logo yang *simple* dan mudah diingat. *Font* berwarna hitam, tegak lurus, dan juga menggunakan huruf kapital melambangkan identitas perusahaannya yang dapat dengan mudah diingat dan ditemukan konsumen.

### 2.1.3 Struktur Organisasi

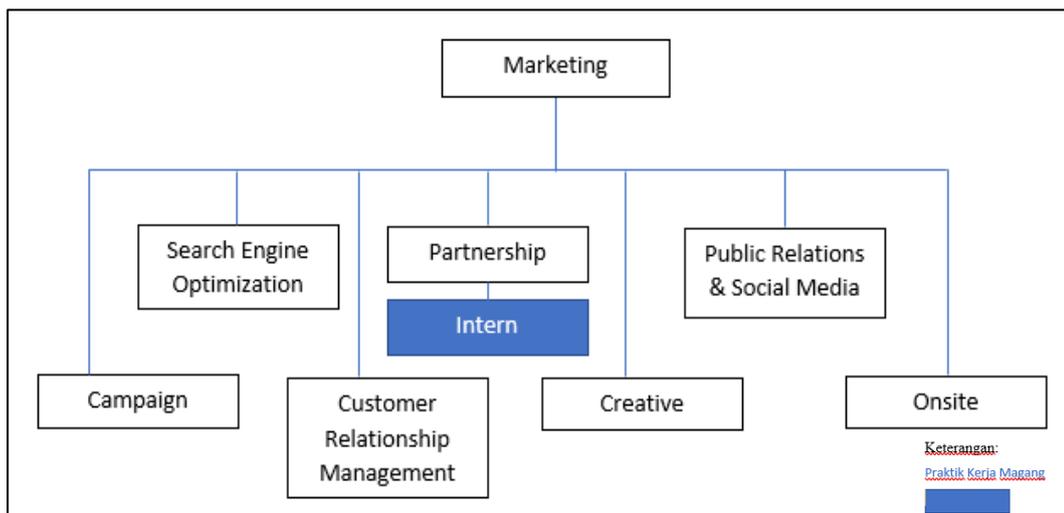
Zalora Indonesia sendiri memiliki struktur organisasi yang disusun sedemikian rupa agar spesifikasi pekerjaan diharapkan berjalan lebih baik dan terstruktur. Terdapat delapan divisi besar dibawah pimpinan *Managing Director*. Semua divisi saling berkesinambungan antara satu dengan yang lainnya untuk setiap kegiatan atau proyek yang dilakukan.

Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Zalora Indonesia



Sumber: Data Olahan Laporan, 2020

Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Departemen Marketing



Sumber: Data Olahan Laporan, 2020

Melihat struktur organisasi di atas dapat dilihat bahwa fungsi dari komunikasi pemasaran ditangani oleh *Marketing Department* atau di dalam perusahaan sendiri disebut dengan *Business Development*. Departemen ini memiliki fungsi dan tugas dalam merencanakan serta merumuskan strategi komunikasi pemasaran yang akan dilakukan Zalora. Setiap divisi di dalamnya, memiliki tujuan yang sama yaitu menjangkau konsumen atau pelanggan sebanyak mungkin untuk meningkatkan angka penjualan dan transaksi. Departemen

pemasaran Zalora ini juga memastikan bagaimana penyampaian pesan kepada konsumen dengan berbagai saluran komunikasi yang tepat.

## **2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait**

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis bekerjasama dengan beberapa divisi lainnya. Diantaranya tim *Creative*, *Onsite*, *Product Management*, dan *Social Media*. Penulis bertanggung jawab kepada *Head of Partnership*, Ari Febrina.

### 2.2.1 Creative

Bertanggung jawab dalam memilih *asset* dan desain baik untuk konten media sosial, *banner*, maupun video untuk keperluan masing-masing divisi yang bersangkutan. *Asset* yang dimaksud adalah berupa foto dan video untuk setiap kampanye maupun konten. Biasanya *asset* harus seragam dengan kebutuhan dan berpaku pada hasil foto atau video dari regional.

### 2.2.2 Onsite

Bertanggung jawab dalam menyalurkan material kampanye dengan sistem informasi secara *online* untuk diaktifkan secara *live* melalui aplikasi dan *website*. Selain itu, membantu dalam mengumpulkan data untuk *traffic* yang didapatkan perusahaan.

### 2.2.3 Product Management

Tim ini bertanggung jawab di bawah Operations yang bertanggung jawab dalam sistem informasi secara internal, khususnya yang bersinggungan dengan *Partnership* adalah dalam menghasilkan *voucher codes* yang dibutuhkan program kampanye dalam melakukan promosi.

### 2.2.4 Social Media

Dalam pelaksanaannya, tim Social Media bertanggung jawab pada setiap konten yang akan diunggah pada media sosial milik Zalora Indonesia. Divisi ini mengunggah konten-konten yang telah disetujui dengan *partner* yang merupakan hasil kerjasama perusahaan dari divisi *partnership*.