

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1. Tentang PT. Berrybenka

# BERRYBENKA

**Gambar 2.1. Logo PT. Berrybenka**

PT. Berrybenka merupakan salah satu perusahaan *e-commerce* yang bergerak di bidang *fashion* dan kecantikan untuk pria dan wanita berbasis di Jakarta. Berrybenka berdiri sejak Maret 2012 berada dibawah kepemilikan Jason Lamuda, membangun *platform* *e-commerce* sendiri agar dapat dengan mudah mengelola *customer* mereka dan melakukan promosi. Berrybenka menawarkan lebih dari 1000 merek lokal dan internasional, termasuk hasil produksi sendiri yang mereka beri nama *Berrybenka the Label*.

Pada gambar 2.1 merupakan logo dari PT. Berrybenka yang mempunyai filosofi sebagai mewakili sisi feminim dan *fashionable* yang *catchy* baik didengar maupun pengucapannya. Berrybenka mempunyai tagline “*Fashion is Just a Click Away*” yang menunjukkan ide bahwa berbelanja secara *online* untuk kebutuhan *fashion* sangat mudah dan ringkas. Berrybenka dapat di akses melalui *website* resmi ([berrybenka.com](http://berrybenka.com)) dan juga menjual produknya melalui *platform* jual beli *online* seperti Shopee, Tokopedia, dan Zalora. Berrybenka juga mempunyai total 31 *offline store* yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia.



**Gambar 2.2. Anniversary ke-8 PT. Berrybenka**

Tepat pada bulan Maret 2021, PT. Berrybenka merayakan *anniversary* yang ke-8 tahun seperti dokumentasi pada gambar 2.2. *Anniversary* ini dilakukan di kantor pusat PT. Berrybenka dengan protokol kesehatan yang berlaku dengan keterbatasan karyawan yang hadir. Saat ini karyawan PT. Berrybenka berjumlah lebih dari 150 karyawan yang bekerja di kantor pusat Berrybenka dan *warehouse* Berrybenka serta ratusan pegawai lainnya yang bekerja di *offline store* Berrybenka.

## **2.2. Visi dan Misi Perusahaan**

### **2.2.1. Visi Perusahaan**

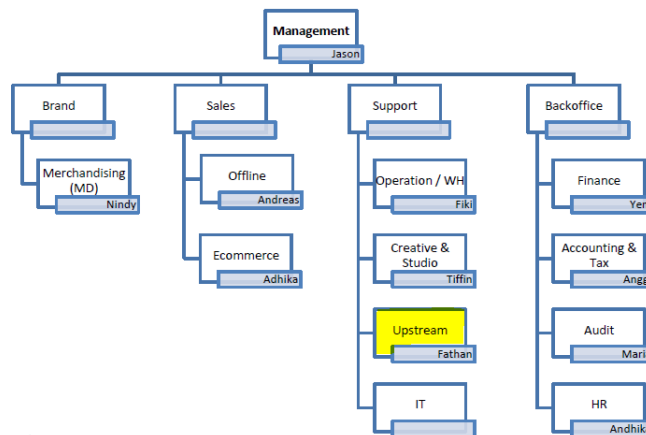
PT. Berrybenka memiliki visi yaitu "Menjadi *fashion e-commerce* nomor satu di Indonesia" yang memiliki makna bahwa Berrybenka dapat menjadi *fashion e-commerce* terbaik dari segi *experience* pengguna, produk yang dijual, dan segala aspek lain yang mendukung.

### 2.2.2. Misi Perusahaan

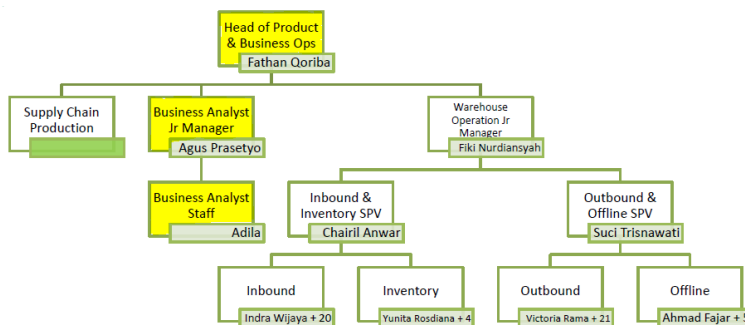
Misi dari PT. Berrybenka adalah untuk memberikan pengalaman belanja *online* yang menyenangkan, mudah, dan terpercaya untuk memuaskan pelanggan.

### 2.3. Struktur Organisasi Perusahaan

PT. Berrybenka memiliki beberapa divisi perusahaan untuk menunjang aktivitas dan pelayanan kepada konsumen. Hierarki perusahaan disusun untuk melancarkan kegiatan operasional perusahaan dengan adanya kontribusi dari berbagai divisi. Berikut ini adalah struktur organisasi beserta pemangku jabatan di PT. Berrybenka [2].



Gambar 2.3. Struktur Organisasi PT. Berrybenka



Gambar 2.4. Struktur Departement *Upstream* PT. Berrybenka

PT. Berrybenka yang dikepalai oleh seorang CEO atau Chief Executive Officer. CEO dibantu oleh 4 bagian besar yaitu Brand, Sales, Support, dan Backoffice. Kegiatan kerja magang ini masuk pada bagian Support yang terdiri dari 4 divisi yaitu, *Operation or Warehouse*, *Creative & Studio*, *Upstream*, dan IT seperti pada gambar 2.3. *Upstream* atau Divisi *Supply Chain Production* mempunyai sub divisi dan beberapa bagian lain seperti pada gambar 2.4. Mahasiswa ditempatkan dibawah *Business Analyst* dalam melakukan visualisasi *analytics* atau visualisasi *engineer* yang mempunyai *jobdesc* antara lain melakukan *Mapping Business Process Unit Upstream*, menganalisa Setiap *Root Cause* yang terjadi setiap *Business Process Unit Upstream*, mengidentifikasi setiap *Business Unit* dari *Upstream* agar setiap *processnya* bisa diukur dengan data, membuat format *collect data* sebagai data mentah *database*, membuat *dashboard Power BI* berdasarkan *raw data* yang sudah di *collect*, melakukan penggabungan data antara *system* dan *manual entry* di *Power BI*.

#### **2.4. Product dan Service Perusahaan**

PT. Berrybenka merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *fashion e-commerce* dengan target wanita urban berusia antara 18-30 tahun dengan *Socio Economic Status (SES)* A-B yang menyukai *fashion* dan berbelanja kebutuhan *fashion*. Produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Berrybenka antara lain adalah kebutuhan *fashion* terkini dari *brand* lokal dalam berbagai pilihan pakaian, tas, sepatu dan aksesoris untuk wanita dan anak-anak yang dapat ditemukan dalam situs Berrybenka.com. Selain itu, PT. Berrybenka juga menyediakan beragam pilihan busana muslim, mulai dari pakaian bergaya *basic* seperti dress, atasan,

rok, tunik, hingga scarf dan aksesoris yang dapat diakses dalam situs *Hijabenka.com*.

*E-commerce* yang dimiliki PT. Berrybenka memiliki tujuan untuk menjadi *e-commerce* terbaik di bidangnya masing-masing dengan memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh konsumen. Pelayanan yang diberikan antara lain berupa informasi terbaru seputar dunia *fashion*, kecantikan, dan gaya hidup dalam majalah *online*, *B Magazine*, yang dapat diakses di situs *Berrybenka.com*. Layanan lainnya adalah berupa pembayaran di tempat (*Cash on Delivery / COD*), promo *special* dan potongan harga, gratis biaya pengiriman, promo *special* dengan menggunakan kartu kredit Bank tertentu, dan pengembalian atau pengembalian produk.