



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 Profil Perusahaan

PT AturToko Solusi Indonesia dibangun sejak tahun 2018 dengan melihat adanya kebutuhan akan sebuah media aplikasi yang mempermudah untuk mengatur seluruh aktivitas bisnis online terlebih dengan adanya pandemi pada tahun 2020. Hadirnya fenomena pandemi membuat seluruh masyarakat untuk membatasi aktivitas di luar rumah, hal tersebut sedikit demi sedikit akan mengakibatkan resesi ekonomi alhasil minat belanja masyarakat menurun secara signifikan. PT AturToko Solusi Indonesia merupakan sebuah perusahaan *enabler e-commerce* yang berfokus untuk membantu UMKM dan korporasi sehingga dapat memaksimalkan mereknya untuk meningkatkan penjualan melalui marketplace dengan menggunakan tiga fasilitas unggulan dari PT AturToko yaitu OmniPos, BuatToko, dan AturToko+.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Berikut ini adalah visi, misi serta tujuan dari PT AturToko Solusi Indonesia:

1. Visi dari PT AturToko Solusi Indonesia yaitu menjadikan pengalaman berjualan secara *online* lebih mudah dan memperluas jangkauan penjualan ke seluruh Indonesia.
2. Misi dari PT AturToko Solusi Indonesia adalah membuat sebuah aplikasi yang mudah diakses dan digunakan oleh semua orang yang akan memulai bisnis secara *online*.

3. Tujuan dari PT AturToko Solusi Indonesia yaitu dapat memaksimalkan seluruh peluang untuk mengembangkan bisnis penjualan secara *online* melalui *e-commerce*.

2.1.2 Layanan Service PT Aturtoko Solusi Indonesia

Berikut ini adalah layanan jasa dari PT AturToko Indonesia:

4. AturToko+ merupakan sebuah platform *all-in-one* yang membantu mengoptimalkan penjualan dengan tim brand management dari PT AturToko untuk mengelola strategi penjualan produk di beberapa *marketplace* dan meningkatkan performa bisnis dengan strategi branding serta *target audience* yang tepat melalui *social media*.
5. AturToko Omnipos, Platform yang terhubung dengan beberapa *marketplace* untuk mengatur dan memproses seluruh order di Omnipos, mengupload massal produk, broadcast chat di berbagai *marketplace*, termasuk sistem POS (*Point of Sale*) untuk penjualan secara *offline*, mempermudah pemilik umkm untuk mengunduh laporan penjualan dan data pelanggan di setiap *marketplace* per tanggal.

6. BuatToko adalah sebuah platform dapat membantu calon pemilik usaha untuk mengelola penjualan produk serta menerima orderan baru dengan mudah dan cepat secara *online* melalui *checkout form*, kemudahan mengelola orderan pelanggan dari katalog BuatToko, membuat desain BuatToko dengan leluasa memberikan nama *domain website*, membuat *domain website e-commerce* sendiri untuk toko dan *brand*, memberikan kenyamanan terhadap calon pelanggan, mempermudah pelanggan untuk melihat serta melakukan *checkout* produk favoritnya melalui *website* yang mudah digunakan dan interaktif.

2.1.3 Logo PT AturToko Solusi Indonesia

Berikut ini adalah logo perusahaan PT AturToko Solusi Indonesia:

Gambar 2.1 Logo Perusahaan



Sumber: PT AturToko Solusi Indonesia, 2018

Logo PT AturToko Solusi Indonesia diatas terdiri dari 2 bagian terpisah, yaitu mahkota dan sebuah kotak. Hal ini menggambarkan bahwa pergerakan bisnis secara online, pesan, dan antar menjadi pusatnya dan terus bergerak maju serta menjangkau ke segala tempat secara mudah. Bentuk logo PT AturToko Solusi Indonesia juga dibuat menjadi bentuk poligon yang mirip dengan sarang lebah dan melambangkan bahwa PT AturToko Solusi Indonesia sangat mementingkan kegigihan, ketekunan, dan kerjasama yang baik.

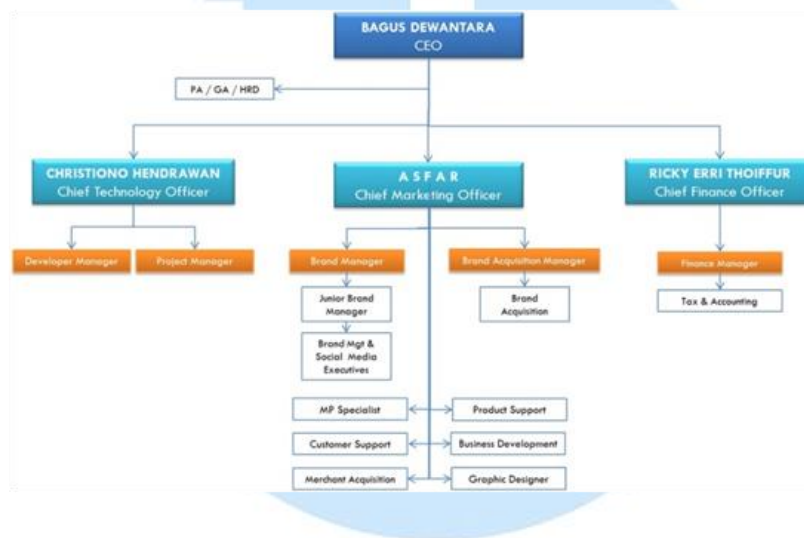
Warna dari logo PT AturToko Solusi Indonesia terdiri atas 2 warna, yaitu warna biru dan warna hijau, Filosofi Warna Hijau seakan membangkitkan emosi yang menenangkan, membunmi dan mencitrakan perusahaan yang ramah dengan keseimbangan emosi dan menciptakan keterbukaan dengan orang lain. Filosofi Warna Biru menggambarkan rasa tenang, berwibawa, percaya diri, kesetiaan dan kesuksesan.

Warna ini juga meningkatkan ekspresi verbal, komunikasi, ekspresi artistik dan kekuatan yang juga sering dianggap sebagai warna yang melambangkan kepercayaan. Secara keseluruhan, dengan memilih logo di atas, diharapkan PT AturToko Solusi Indonesia menjadi tempat berlindung bagi *stakeholders* nya yang membawa ketenangan, menjunjung tinggi nilai-nilai integritas, semangat kerja keras dan kerja cerdas, menjadi PT AturToko Solusi Indonesia tempat bekerja yang ramah, professional dan dapat dipercaya.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan dalam PT AturToko Solusi Indonesia

Berikut ini adalah bagan struktur organisasi perusahaan PT AturToko Solusi Indonesia:

Gambar 2.2 Struktur organisasi perusahaan



Sumber: Dokumentasi PT AturToko Solusi Indonesia

UMMN

2.2.1 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

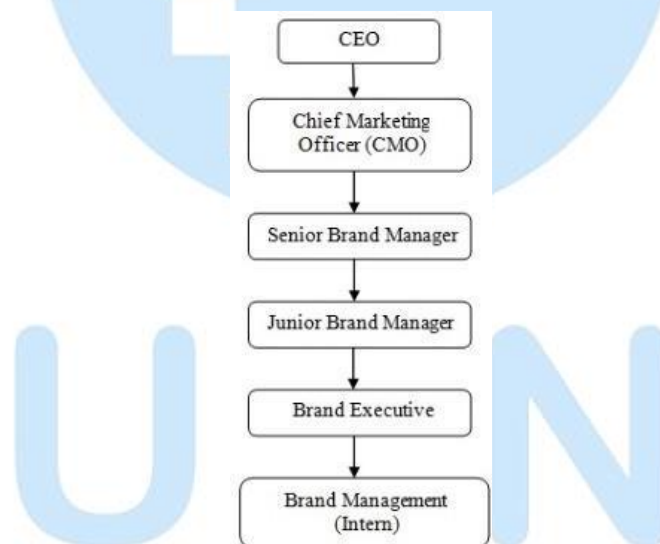
Selama melakukan praktik kerja magang, penulis ditempatkan dibagian Brand Management di bawah bimbingan divisi Brand Executive. Dalam ruangan lingkup kerja Brand Management di PT AturToko Solusi Indonesia terdapat beberapa yang terlibat dalam aktivitas praktik kerja magang. Berikut ini tim kerja dalam perusahaan dengan *jobdesk* sebagai berikut:

- A. Senior Brand Manager, memimpin tim dan dengan melakukan upaya riset pasar untuk memahami perilaku pelanggan serta merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk mendorong pemahaman dan wawasan konsumen serta berdampak bagi usahanya.
- B. Junior Brand Manager, mengelola dan memimpin untuk membangun merek, melakukan kampanye pemasaran yang efektif untuk mendapatkan konsumen baru dan mempertahankan konsumen saat ini untuk bisnis yang berkelanjutan guna mencapai penjualan dan tujuan perusahaan lainnya.
- C. Brand Executive, membantu tim dalam menerapkan rencana pemasaran dengan tepat waktu, menemukan konsep untuk mengembangkan brand serta meningkatkan penjualan brand tersebut.

D. Brand Management, mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran untuk menawarkan produk secara efektif melalui *e-commerce*, memperbarui ide promosi setiap minggunya sebagai bagian dari proses perencanaan dan strategi pemasaran.

Berikut ini adalah bagan struktur divisi marketing PT AturToko Solusi Indonesia:

Gambar 2.3 Struktur divisi marketing PT AturToko Solusi Indonesia



Sumber: Data olahan magang, 2021

Brand Management merupakan suatu divisi yang berada di bawah naungan divisi Brand Executive, Divisi ini bertanggung jawab terhadap berbagai macam merek yang bekerjasama dengan perusahaan, mengerjakan kebutuhan klien seperti mencatat orderan baru, membuat laporan bulanan dan tugas yang berhubungan dengan Brand Management. Penulis ditugaskan untuk mengelola brand dalam mengerjakan tugas *Update daily order*, menaikkan produk, dan mengecek promosi di masing-masing *brand* melaluie-commerce.

