

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

PT IUIGA Technologies Indonesia merupakan sebuah *e-commerce* perusahaan ritel pertama di Asia Tenggara yang berasal dari Singapura yang menawarkan produk secara langsung dari pabrik ODM (*Original Design Manufacturer*) dengan harga yang transparan dan terjangkau serta menyediakan pengalaman berbelanja secara *Omni Channel*, yakni menggabungkan aplikasi daring dan gerai fisik. IUIGA pertama kali didirikan dan dioperasikan pada tahun 2017 di Singapura dan telah memiliki 15 gerai ritel yang tersebar di seluruh daerah Singapura.

Pada April 2019, IUIGA Technologies Singapura memperluas kehadirannya ke Indonesia melalui Konimex Group untuk merevolusi ritel baru dengan menawarkan pengalaman secara luring tanpa batas dan pengalaman secara daring di industri ritel serta kualitas premium produk dengan harga yang terjangkau. PT IUIGA Technologies Indonesia telah mendapatkan pendanaan Series A sebesar 10 Juta Dolar Singapura yang dipimpin oleh Konimex Group. PT IUIGA Technologies Indonesia hadir secara resmi di Indonesia pada bulan Agustus 2020, melalui peluncuran *website* dan aplikasi untuk menjangkau seluruh konsumen di Indonesia. Meski diluncurkan pada saat masa pandemi virus Corona, hal ini justru merupakan momen yang tepat, di mana pola kehidupan belanja konsumen berubah dan orang akan lebih sering berada di rumah, sehingga pola belanja pun akan berubah dari *shifting* menjadi *online transaction*.

PT IUIGA Technologies Indonesia memiliki 2 jenis *platform* yang dapat diakses oleh konsumen, yaitu toko daring (*website & aplikasi*) dan toko luring yang sudah tersebar di daerah Jakarta dan Bogor, yaitu AEON Mall Sentul, Pondok Indah Mall, Astha District 8, Mall of Indonesia, dan Lippo Mall Puri. IUIGA telah bekerja

sama dengan lebih dari 400 pabrik merek terkenal dan telah menggunakan model bisnis ODM (*Original Design Manufacturer*) yang memungkinkan konsumen untuk mendapatkan produk yang berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau. IUIGA juga telah berhasil mengubah jalur distribusi yang biasa digunakan oleh ritel tradisional menjadi '*Direct to Consumer*' sehingga menghilangkan *middle-man* yang pada akhirnya mengurangi batas dari harga barang, yaitu jika harga jual barang pada pasar tradisional mencapai delapan sampai lima belas kali dari biaya produksi maka di IUIGA hanya satu koma enam sampai dua kali dari biaya produksi. IUIGA percaya bahwa pelanggan berhak mendapatkan produk berkualitas tinggi dengan penuh transparansi dari apa yang mereka bayar. Dengan menggunakan keyakinan ini, IUIGA memberikan semua informasi biaya produk hingga profitabilitas dan perbandingan harga pengecer tradisional dengan pelanggan.

IUIGA menawarkan berbagai macam produk rumah tangga yang memiliki nilai keindahan yang tinggi, dengan dibagi menjadi beberapa kategori berdasarkan produknya yaitu kategori furniture, tempat tidur dan kamar mandi, dapur, penyimpanan dan pembersih, kesehatan dan kebugaran, dekorasi rumah, ibu dan anak, perjalanan dan aktivitas luar, aksesoris, dan hadiah. Setiap kategori memiliki pembagian juga berdasarkan jenis produknya, seperti kategori dapur terdapat peralatan memasak, peralatan dapur, aksesoris dapur, alat roti, penyimpanan makanan, alat makan, dan alat minum.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Visi:

IUIGA memiliki visi, yaitu menjadi perusahaan yang memproduksi barang ritel pertama dan satu-satunya di Asia Tenggara yang merevolusi ritel baru dengan menggunakan model bisnis *Original Design Manufacturer* (ODM) yang memungkinkan konsumen untuk mendapatkan produk yang berkualitas dengan harga yang lebih terjangkau.

Misi:

- Accelerate:
Mendorong kinerja topline dengan waktu yang lebih singkat ke pasar
- Experience:
Memberikan pengalaman terbaik ke pengguna di kelasnya untuk jenis transaksi ritel omnichannel, yaitu menggabungkan aplikasi daring dan gerai fisik.
- Sustain:
Memastikan memiliki laba atau keuntungan yang berkelanjutan dengan berfokus pada efisiensi dan akurasi

2.1.2 Logo Perusahaan



IUGA™

Gambar 2.1 Logo PT IUGA Technologies Indonesia

Sumber: Internal Perusahaan

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S
M
U
L
T
I
M
E
D
I
A
N
U
S
A
N
T
A
R
A



Gambar 2.2 Simbol PT IUIGA Technologies Indonesia

Sumber: Internal Perusahaan

Simbol IUIGA memiliki filosofi berdasarkan dari bentuknya yaitu garis lengkung melambangkan jalan yang jarang dilalui dan perjalanan itulah yang telah menjadi komitmen IUIGA. Sedangkan garis lurus adalah jalan yang diambil orang lain dan tidak akan mengantarkan kita ke tujuan baru, pengalaman baru, atau kesempatan baru. Bahkan bila seseorang merasa takut, orang tersebut harus keluar dari zona nyaman dan mulai melakukan perjalanan untuk menemukan hal baru.

Artinya, kehidupan manusia pada umumnya hanya akan mengambil jalan yang sering ditempuh oleh banyak orang mereka tidak berani mengambil langkah yang berbeda dalam kehidupannya, sama halnya dengan model bisnis pengecer pada umumnya, banyak pengecer di luar sana yang memiliki model bisnis yang sama karena mengambil jalan yang aman, namun hal tersebut berbeda dengan IUIGA, IUIGA menemukan hal yang baru dan berkesan bagi para *customer* dengan menggunakan bisnis model yang berbeda dengan para pengecer lainnya, yaitu *Original Design Manufacturer Business Model*, harga yang transparan, mengontrol keuntungan margin, dan mengurangi gangguan dari toko tradisional.

Menurut peraturan matematika, jalan terpendek di antara 2 titik adalah jalan yang lurus. Garis lurus di sini melambangkan jalan yang mulus dan tidak berbahaya yang diambil oleh semua pengecer konvensional. Melalui simbol ini, IUIGA menyadari bahwa jalan yang lurus dan garis lengkung yang tidak konvensional

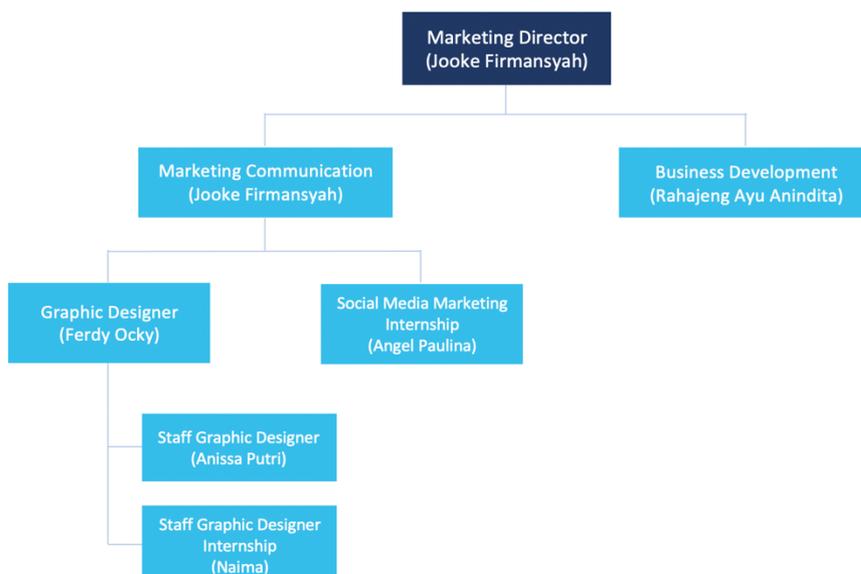
akan membentuk huruf IU, huruf IU tersebut merupakan huruf yang sama yang mewakili IUIGA.

2.2 Struktur Organisasi PT IUIGA Technologies Indonesia



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT IUIGA Technologies Indonesia

Sumber: Internal Perusahaan



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Divisi Marketing `PT IUIGA Technologies Indonesia

Sumber: Olahan Pribadi

2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Marketing Communication

Selama pelaksanaan kerja magang berlangsung, setiap divisi di bawah naungan Marketing Director saling bekerja sama serta berkoordinasi secara langsung pada setiap pelaksanaannya, di antaranya terdapat divisi *Marketing Communication*, *Business Development*, dan *Graphic Designer*. Divisi Marketing Director diketuai oleh Jooke Firmansyah.

Marketing Communication bertanggung jawab dalam merencanakan dan melaksanakan strategi komunikasi yang digunakan untuk kepentingan PT IUIGA Technologies Indonesia. Divisi komunikasi pemasaran juga bertanggung jawab dalam mengelola media sosial, seperti *brainstorming* konsep konten media sosial, memposting konten, pembuatan *caption*, menjawab setiap masukan dari pelanggan, menganalisis perkembangan sosial media terutama dalam bidang ritel, mengurus *key opinion leader* (KOL), mengelola acara baik secara daring maupun luring, mengelola komunikasi perusahaan, dan mengelola keterlibatan media. Selama melakukan praktik kerja magang, peserta magang membantu dalam melakukan *brainstorming* konsep konten media sosial, memposting konten, pembuatan *caption*, menjawab setiap masukan dari pelanggan, menganalisis perkembangan sosial media terutama dalam bidang ritel, dan mengurus *key opinion leader* (KOL). Divisi ini berkoordinasi secara langsung dengan divisi *Business Development* dan *Graphic Designer*.

2.3.1 Graphic Designer

Graphic Designer memiliki tanggung jawab atas setiap visual pada media promosi, yaitu dengan membantu tim komunikasi marketing mendesain Marketing Kits, seperti konten media sosial, flyer atau poster, *web banner*, dan iklan digital. Tim ini selalu berhubungan dengan divisi komunikasi marketing, karena *graphic designer* merealisasikan setiap ide konsep ke dalam bentuk visual, yang nantinya akan dipost di media sosial ataupun digunakan di setiap toko IUIGA.

2.4 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Divisi di bawah naungan Direktur Marketing yang memiliki keterkaitan dengan divisi Komunikasi Marketing, yaitu:

2.4.1 Business Development

Dalam pelaksanaannya, divisi Business Development bertanggung jawab dalam membangun hubungan dengan mitra, menjalin relasi dengan kemitraan, membuat analisis data yang bersifat informatif untuk perkembangan bisnis perusahaan, mengembangkan dan melaksanakan kampanye baik during maupun luring, dan menjalin komunikasi dan hubungan yang baik dengan mitra dan calon mitra terkait kerjasama. Dalam divisi ini, secara langsung berkoordinasi dengan divisi Komunikasi Marketing.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA