



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. Tentang Perusahaan

Awalnya Cindy Ozzie, James Rijanto, dan Donald Wono selaku Founder dan Co-Founder mendirikan sebuah platform atau *social commerce* yang memfasilitasi pengguna dalam berbisnis *online* dengan nama Jamanow. Produk yang tersedia dari berbagai kategori produk, seperti baju, makanan, alat kecantikan, dan lain sebagainya. Namun, adanya pandemi Covid-19 membuat mereka harus melakukan pivot, yaitu strategi yang digunakan untuk mengembangkan bisnis dengan melakukan perubahan. Cara yang dilakukan adalah mengubah model bisnis ke arah *e-grocery* dengan nama Pasarnow.

Pasarnow merupakan salah satu *e-grocery* di Indonesia yang berada di bawah PT Usaha Pintar Pratama dan didirikan pada 2020. Awalnya Pasarnow hanya tersedia di area Jabetabek saja. Namun, Pasarnow melakukan ekspansi ke Bandung dan Bogor pada 2021, serta Surabaya di awal 2022. Berbagai sayuran, buah-buahan, aneka daging, sembako, hingga perlengkapan kebersihan lainnya dapat diakses dengan satu aplikasi Pasarnow yang mudah digunakan. Komitmen Pasarnow adalah menyediakan produk dengan kualitas, harga, dan pelayanan yang terbaik.



(Sumber data internal Pasarnow, 2021)

Gambar 2. 1 Logo Pasarnow

Logo Pasarnow memiliki lambang rumah yang berarti sebagai penyedia kebutuhan sehari-hari masyarakat Indonesia. Di dalamnya terdapat lambang padi

yang artinya produk Pasarnow berasal dari hasil pertanian. Warna hijau pada logo melambangkan warna sayuran hijau, sedangkan warna kuning melambangkan warna buah-buahan, seperti belimbing, pisang, dan lemon.

Tagline “Belanja harian tanpa ke Pasar, Pasarnow aja!”, memiliki arti bahwa Pasarnow menjadi solusi mudah dalam berbelanja kebutuhan harian lengkap yang melayani berbagai *channel*, mulai dari B2C, B2B, dan Horeca. B2C terdiri dari program Mitranow dan B2C *direct*. Mitranow merupakan program *reseller* bagi masyarakat yang ingin menambah penghasilan tanpa modal, sedangkan B2C *direct* langsung menjual ke masyarakat perorangan. B2B dan Horeca (*Hotel, Restaurant, and Café*) merupakan layanan menyuplai berbagai kebutuhan bisnis, seperti rumah makan, hotel, kafe, dan sebagainya. Klien B2B dan Horeca dari Pasarnow terdiri dari Warunk Upnormal, Yoshinoya, Pizza é Birra, dan masih banyak lagi.

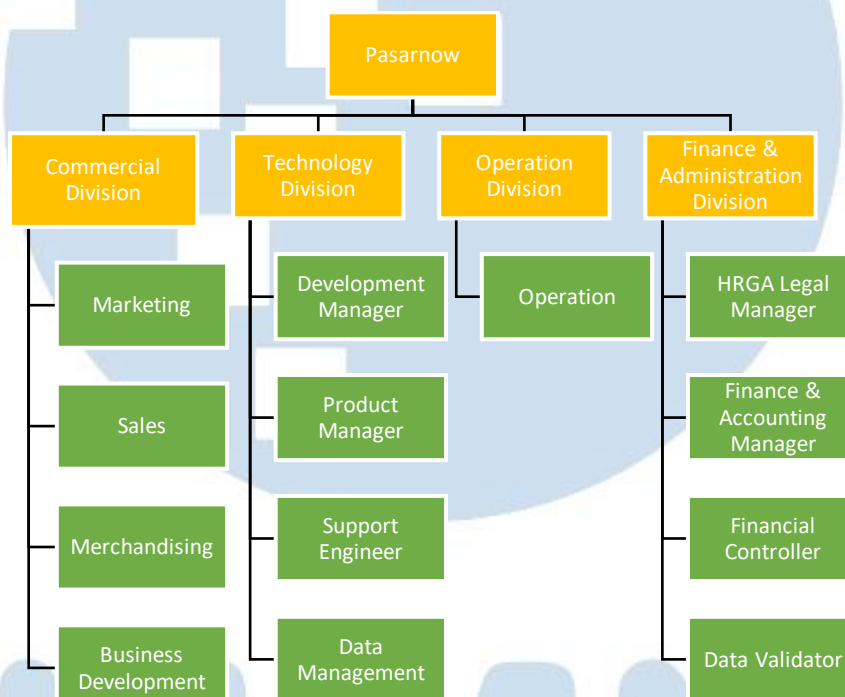
2.2. Visi dan Misi Perusahaan

“Menjadi perusahaan berbasis komunitas terbesar yang dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat, sekaligus meningkatkan perekonomian Indonesia” merupakan visi yang dimiliki oleh Pasarnow. Tidak hanya sebagai perusahaan komersial, tetapi Pasarnow juga ingin dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat dengan lebih mudah dan praktis. Selain itu, Pasarnow juga berfokus dalam meningkatkan perekonomian Indonesia.

Adapun beberapa misi yang dibuat oleh Pasarnow dalam mendukung tercapainya visi di atas, yaitu “Memberikan *customer* akses yang mudah untuk mendapatkan kebutuhan sehari-hari dengan teknologi dan aplikasi yang *modern*, menjaga kepercayaan dengan menyediakan produk dengan kualitas terbaik, serta mendukung petani Indonesia dengan memberikan akses penjualan hasil tani yang adil dan terjamin.” Seluruh misi tersebut berfokus pada konsumen dan petani Indonesia dalam menyejahterahkan mereka.

2.3. Struktur Organisasi Pasarnow

Pasarnow terdiri dari beberapa divisi yang menunjang berbagai aktivitas bisnis, mulai dari Commercial Division, Technology Division, Operation Division, serta Finance & Administration Division. Masing-masing divisi juga memiliki tanggung jawab terhadap divisi lain di bawahnya. Adapun struktur organisasi Pasarnow secara keseluruhan adalah sebagai berikut.

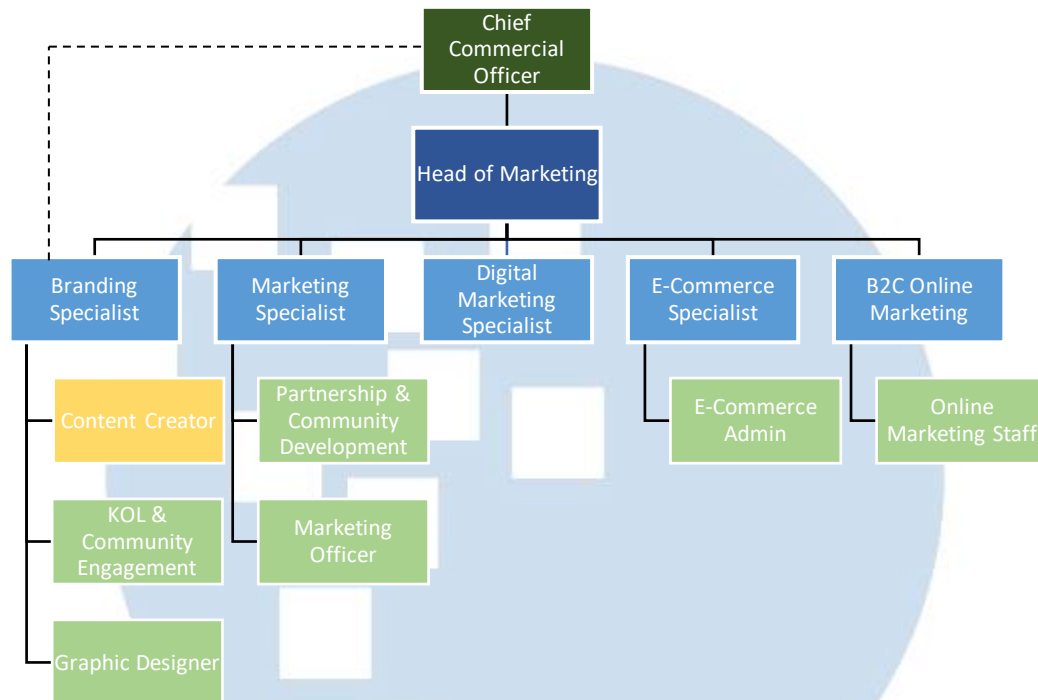


(Sumber data internal Pasarnow, 2021)

Gambar 2. 2 Struktur organisasi Pasarnow

2.4. Ruang Lingkup Kerja Divisi Marketing Pasarnow

Berdasarkan struktur organisasi keseluruhan, terdapat divisi *marketing* yang bertanggung jawab terhadap aktivitas pemasaran di Pasarnow. Berikut ini adalah struktur divisi *marketing* di Pasarnow, mulai dari Chief Commercial Officer (CCO) beserta divisi di bawahnya, termasuk *intern*.



(Sumber data internal Pasarnow, 2021)

Gambar 2. 3 Struktur organisasi Pasarnow Divisi Marketing

Divisi Marketing dipimpin oleh Chief Commercial Officer dengan dibantu oleh Head of Marketing dalam mengkoordinasi seluruh divisi yang ada di bawahnya (Branding Specialist, Marketing Specialist, Digital Marketing Specialist, E-Commerce Specialist, serta B2C Online Marketing), termasuk menanyakan *target*, *update* dari seluruh divisi, dan juga memberikan evaluasi kinerja setiap divisi. Chief Commercial Officer juga akan berkoordinasi langsung dengan divisi Branding Specialist terkait pembuatan konten, aktivitas media sosial, dan sebagainya.

Adapun Branding Specialist bertanggung jawab terhadap *awareness* dan keseluruhan yang berhubungan dengan *brand* Pasarnow. Divisi ini terdiri atas Content Creator yang bertugas terhadap pembuatan konten di seluruh media sosial. Dalam praktik kerja magang, Social Media Intern berada pada divisi ini dan bertanggung jawab terhadap seluruh aktivitas di media sosial, khususnya Instagram. KOL & Community Engagement yang memiliki tugas mengelola *Key Opinion Leader (KOL)* dan B2C community, serta Graphic Designer bertanggung jawab

untuk mendesain seluruh aset Pasarnow, baik *offline* ataupun *online*. Social Media Intern akan memberikan *brief* kepada Graphic Designer ketika ada konten media sosial yang harus dibuat ilustrasinya.

Marketing specialist bertanggung jawab untuk membuat berbagai promosi. Divisi ini terdiri dari Partnership & Community Development yang bertugas untuk mengelola kerjasama dengan pihak luar (B2B) dan Marketing Officer yang membantu Marketing Specialist dalam menjalankan tugasnya. Berbagai konten promosi atau kampanye akan diberikan oleh Marketing Specialist kepada Social Media Intern. Digital Marketing Specialist membantu performa Pasarnow secara digital, termasuk *Google Ads*, *Facebook Ads*, *Instagram Ads*, dan sebagainya. Biasanya Social Media Intern akan memberikan konten yang sudah dibuat kepada tim Digital Marketing untuk dilakukannya *ads*.

E-Commerce Specialist bertugas untuk menjalankan aktivitas bisnis Pasarnow di *e-commerce*, seperti Shopee dan Tokopedia dengan dibantu oleh E-Commerce Admin. Terakhir, B2C Online Marketing bertanggung jawab terhadap penjualan secara *online*, termasuk menawarkan produk dan memberikan katalog melalui *chat*. Social Media Intern akan menghubungi B2C Online Marketing jika ada *customer* yang meminta katalog melalui Direct Message di Instagram.

