



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

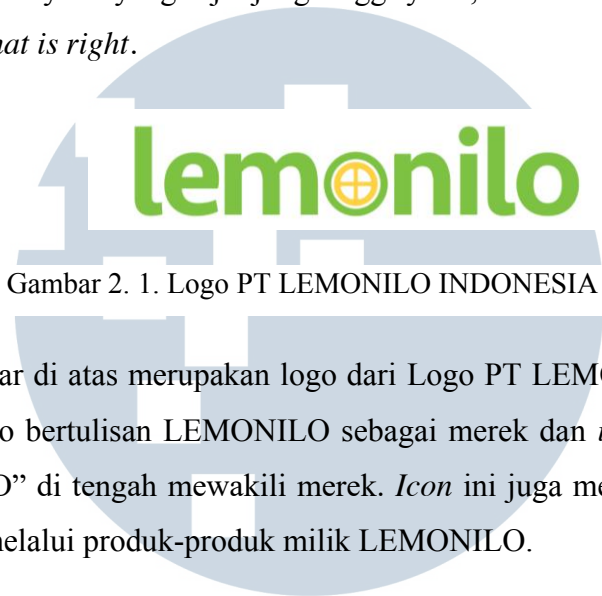
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

Melalui artikel yang berjudul “Bincang Karier: Shinta Nurfauzia, CEO dan Co-Founder Lemonilo” (2018) mengatakan bahwa LEMONILO bermula dari salah satu CEO yaitu Shinta yang menghadapi quarter life crisis yang membuatnya berpikir apakah ingin melanjutkan bergelut di bidang hukum sesuai dengan jalurnya, atau mengambil risiko untuk terjun ke dunia bisnis. Shinta menyadari bahwa minatnya terhadap dunia bisnis kian meningkat. Ia akhirnya memutuskan untuk serius memulai bisnis, Lalu di tahun 2015, lahirlah Lemonilo. Dengan mimpi dan tekadnya yang kuat untuk memberikan perubahan bagi masyarakat Indonesia, Shinta memilih konsentrasi di bisnis perusahaan healthy lifestyle ecosystem yang menghadirkan berbagai produk alami dan terjangkau untuk segala kebutuhan yang bebas dari 100 lebih bahan sintetis berbahaya.

LEMONILO merupakan satu-satunya *curated marketplace* di Indonesia yang dipimpin oleh 3 orang CEO. Lemonilo HQ terletak di Jl. Panjang blok A3 No.1, kedoya utara, Unifam tower 2FG. Melalui *website* LEMONILO, dikatakan bahwa LEMONILO memiliki visi untuk membangun ekosistem gaya hidup sehat yang menghadirkan berbagai macam jenis produk alami, sehat, dan terjangkau yang bebas dari 100 lebih bahan sintetis berbahaya. Misinya adalah membantu masyarakat Indonesia menjadi lebih bahagia dan produktif melalui gaya hidup sehat yang mudah dan terjangkau. LEMONILO memiliki 3 alur ekosistem. Pertama, memastikan semua produk yang ditawarkan alami dan sehat untuk dikonsumsi. Kedua, membantu mitra UKM untuk mengoptimalkan produksi. Ketiga, melalui LEMONILO penggabungan sumber daya dan teknologi yang menciptakan produk alami dan terjangkau dapat memenuhi kebutuhan pasar.

LEMONILO membantu Lemonizen (pelanggan LEMONILO) untuk menjalankan hidup sehat dengan memberikan berbagai macam tips dan edukasi tentang kesehatan melalui media social dan blog. LEMONILO memiliki moto produk yang berbunyi sehat, terjangkau, dan praktis. Selain itu LEMONILO memiliki kebudayaan yang dijunjung tinggi yaitu, *serve others, be great at what you do, do what is right.*



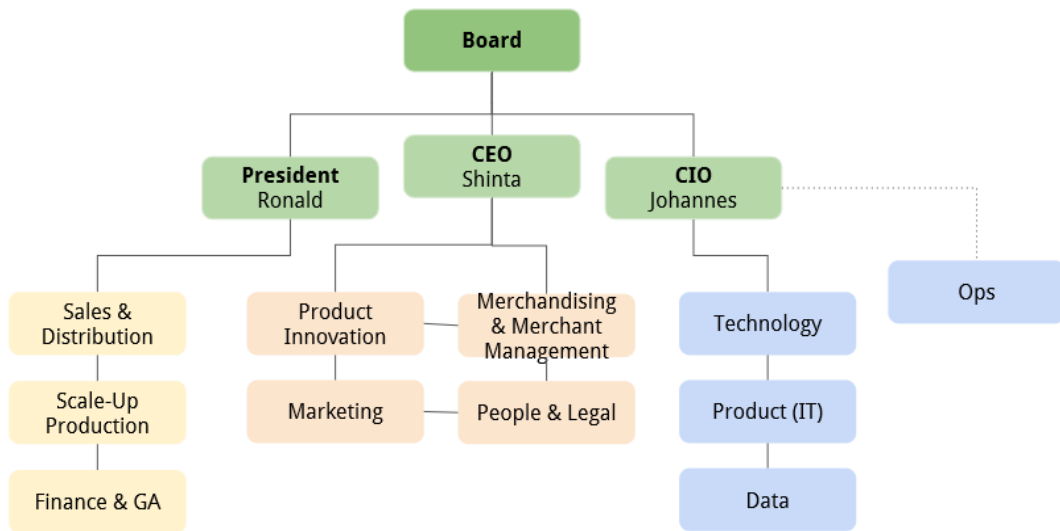
Gambar 2. 1. Logo PT LEMONILO INDONESIA SEHAT

Gambar di atas merupakan logo dari Logo PT LEMONILO INDONESIA SEHAT. Logo bertulisan LEMONILO sebagai merek dan *icon* berbentuk lemon pada huruf “O” di tengah mewakili merek. *Icon* ini juga menjadi gambaran gaya hidup sehat melalui produk-produk milik LEMONILO.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur organisasi PT LEMONILO INDONESIA SEHAT:



Gambar 2. 2. Gambar Struktur Organisasi Perusahaan

LEMONILO memiliki berbagai macam divisi, mulai dari sales , produk dan marketing sampai operational selama masa magang penulis berada di dalam divis marketing sebagai videografer dan video editor di bawah kepemimpinan Shinta. Dalam divisi ini penulis bertugas untuk membantu semua kebutuhan konten untuk marketing dalam bentuk video.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA