

BAB II

LATAR BELAKANG PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Sirclo

Sirclo merupakan sebuah perusahaan yang didirikan pada tahun 2013 dengan visi menjadi *e-commerce enabler* terdepan bagi bisnis lokal di Indonesia. Solusi pertama SIRCLO adalah dengan memberikan *Software-as-a-Services* (SaaS) yang dinamakan Sirclo Store. Sirclo Store sendiri menyediakan jasa untuk pembuatan *website* toko *online*, tentunya ini dapat menjadi solusi bagi *brand* yang ingin memiliki situs *brand.com* yang resmi agar dapat dengan mudah memfasilitasi pelanggan untuk melakukan transaksi *online*.



Gambar 2. 1 Logo Sirclo

Di tahun 2017, Sirclo meluncurkan program lain yang bernama Sirclo Commerce yang merupakan solusi manajemen *end-to-end* bagi bisnis nasional dan juga multinasional untuk dapat melakukan penjualan melalui jalur distribusi *online*. Pada tahun 2020, Sirclo melakukan merger dengan ICUBE yang merupakan sebuah agensi penyedia teknologi dan solusi. Pada April 2021, Sirclo mengakuisisi Orami, yang merupakan sebuah platform *parenting* pertama dan terbesar di Indonesia, yang di dalamnya terdapat *Commerce*, *Content*, dan juga *Community*.



Gambar 2. 2 Logo Orami

Orami sendiri merupakan sebuah perusahaan yang didirikan pada tahun 2012 oleh Ferry Tenka dan Gusmantara Ekamukti H yang menjual produk untuk ibu hamil, ibu rumah tangga, bayi dan juga kecantikan. Awalnya Orami sendiri bernama Bilna yang hanya dapat menjangkau wilayah Jakarta dan juga Bandung, hingga akhirnya tahun 2016 nama Bilna berubah menjadi Orami dengan didukung oleh ratusan *brand* dan juga puluhan ribu ibu yang tersebar di seluruh Indonesia. Saat ini Orami telah memiliki 4 platform yang disesuaikan dengan kebutuhan para ibu, di antaranya Orami Parenting, Orami Circle, IbuSibuk dan Sooplai.

Penulis sendiri melakukan kegiatan magang di IbuSibuk, yang merupakan platform yang menghubungkan para *brand* dengan *influencer*. IbuSibuk adalah platform terbuka bagi *brand* untuk dapat terhubung dengan para ibu yang aktif dalam menggunakan media sosial. Sehingga para ibu dapat menjadi *influencer* untuk mempromosikan produk yang diminta oleh *brand*.



Gambar 2. 3 Logo IbuSibuk

2.2 Visi Misi Ibu Sibuk

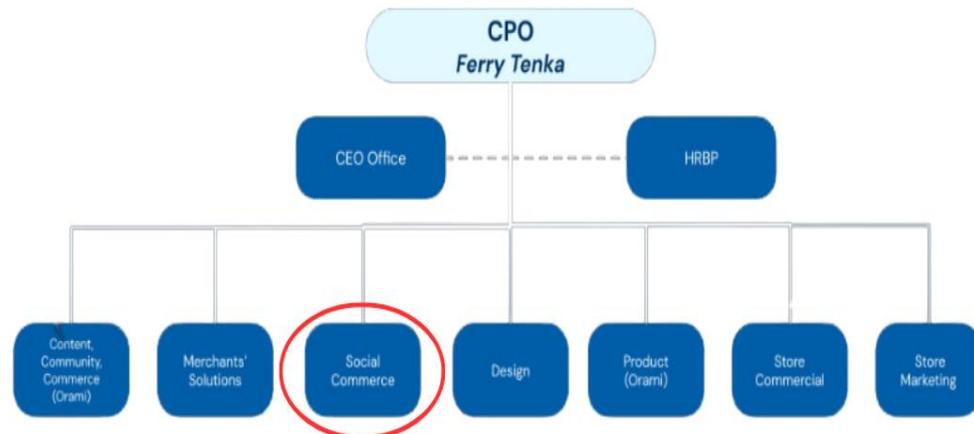
Visi

Menciptakan kehidupan yang lebih baik bagi setiap ibu dan bisnis dengan memanfaatkan komunitas dan teknologi

Misi

1. Menawarkan berbagai peluang agar setiap ibu dapat memperoleh penghasilan tambahan untuk keluarganya.
2. Menawarkan berbagai layanan sehingga setiap merek dapat bermitra dan mengembangkan bisnisnya bersama kami.

2.3 Struktur Organisasi

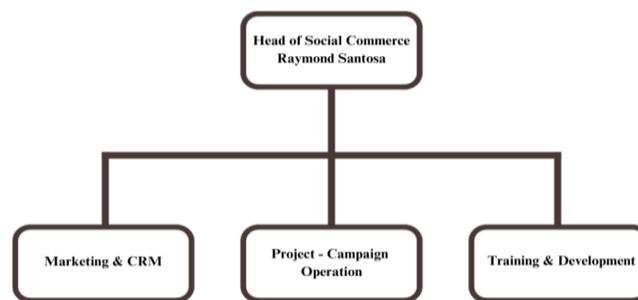


Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Orami

Dalam struktur organisasi yang dapat dilihat dari gambar di atas, IbuSibuk by Orami berada di posisi *Social Commerce*. Di mana di atasnya terdapat CEO Office Entrepreneur dan juga HRBP (*Human Resource Business Partner*), yang berada di bawah pimpinan Chief Product Officer, Ferry Tenka, yang memiliki

tanggung jawab untuk memastikan divisi-divisi dalam struktur tersebut menjalankan pekerjaan dengan baik.

Divisi Social Commerce sendiri dipimpin oleh Raymond Santosa selaku *Head of Social Commerce*. Di mana di dalamnya ada beberapa divisi yang menjadi tanggung jawab dari Head of Social Commerce, di antara lain Marketing & CRM, Project & Campaign Operation, dan juga Training & Development.



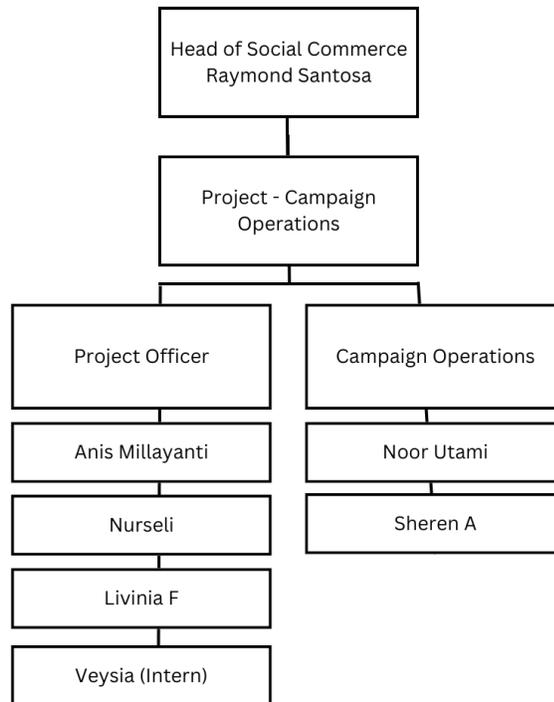
Gambar 2. 5 Struktur Organisasi Divisi Social Commerce

Setiap divisi memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Tim Marketing dan CRM memiliki tugas untuk mengolah konten-konten di media sosial, dan juga menjaga hubungan baik dengan para *momfluencer*. Sehingga tim ini memiliki peranan dalam menciptakan loyalitas dari pihak-pihak yang bekerja sama dengan IbuSibuk. Berikutnya yaitu tim Training & Development, yang bertugas untuk memberikan pelatihan-pelatihan kepada para *momfluencer* agar dapat terus meningkatkan kemampuan diri dalam membuat konten dan bekerja sama dengan *brand*. Berikutnya adalah tugas dari tim Project & Campaign Operations, yang bertugas untuk menjadi penghubung dari *brand* kepada para *momfluencer*, serta yang bertugas untuk melakukan kurasi pada saat pemilihan *momfluencer*.

Berikut adalah ruang lingkup dari divisi Project & Campaign Operations:

1. Nama : Raymond Santosa
Jabatan : Head of Social Commerce
Jobdesc : Bertanggung jawab atas kinerja dari berbagai divisi antara lain Marketing & CRM, Project - Campaign Operations, dan Training & Development
2. Nama : Noor Utami
Jabatan : Campaign Operations
Jobdesc : Melakukan kurasi dan pemilihan *momfluencer* yang sesuai dengan kriteria *brand*
3. Nama : Sheren Anggraini
Jabatan : Campaign Operations
Jobdesc : Melakukan kurasi dan pemilihan *momfluencer* yang sesuai dengan kriteria *brand*
4. Nama : Anis Millayanti
Jabatan : Project Officer
Jobdesc : Menjadi penghubung antara tim *account executive* dengan para *momfluencer* serta memastikan setiap *momfluencer* melakukan tanggung jawabnya dan menyesuaikan konten-konten yang diingini *brand*.
5. Nama : Nurseli
Jabatan : Project Officer
Jobdesc : Menjadi penghubung antara tim *account executive* dengan para *momfluencer* serta memastikan setiap *momfluencer* melakukan tanggung jawabnya dan menyesuaikan konten-konten yang diingini *brand*.
6. Nama : Livinia Ferinsia
Jabatan : Project Officer
Jobdesc : Menjadi penghubung antara tim *account executive*

dengan para *momfluencer* serta memastikan setiap *momfluencer* melakukan tanggung jawabnya dan menyesuaikan konten-konten yang diinginkan *brand*.



Gambar 2. 6 Struktur Divisi Project – Campaign Operations

