

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat PT. Lingkar Niaga Solusindo

PT. Lingkar Niaga Solusindo atau yang dikenal dengan Sirclo merupakan perusahaan asal Indonesia yang berdiri sejak tahun 2013. Dimulai dari ide 3 anak muda Indonesia yang melihat adanya peluang pada bisnis lokal yang ingin mencapai target pasar digital, melahirkan satu visi untuk menjadi *e-commerce enabler* atau fasilitator dalam membantu bisnis lokal Indonesia memasuki pasar *e-commerce*. Melalui visi tersebut, Sirclo hadir dengan solusi pertamanya yaitu, SIRCLO Store yang merupakan sebuah *Software-as-a-Service* (SaaS). SIRCLO Store membantu para bisnis lokal dengan menyediakan jasa website template siap pakai yang terhubung atau terintegrasi dengan berbagai *marketplace*, sehingga dapat membantu mereka yang ingin terjun ke pasar digital.

Mulai dari perjalanan 3 anak muda Indonesia yang salah satunya merupakan Brian Marshal selaku Founder dan Group Chief Executive Sirclo, Sirclo berkembang menjadi perusahaan dengan lebih dari 2000 talenta muda yang memberikan pelayanan terbaik melalui teknologi kepada *brand* dari skala lokal hingga multinasional. Dengan masih memegang satu visi yang sama yaitu, solusi manajemen *end-to-end* untuk masuk ke jalur distribusi online, Sirclo terus menghadirkan inovasi teknologi. Inovasi tersebut menjadikan Sirclo saat ini menawarkan 2 kategori solusi: Enterprise Solution untuk skala bisnis multinasional dan Entrepreneur Solution untuk skala bisnis UMKM. Berikut merupakan *milestone* dari PT. Sirclo:



Gambar 2.1
Milestone PT. Sirclo
Sumber: sirclo.com

Pada tahun 2021, sebagai bagian dari Enterprise Solution, PT. Sirclo mengakuisisi Orami yang merupakan *platform parenting* dengan tujuan untuk menghubungkan *commerce*, *content*, dan *community* dalam satu platform untuk memenuhi kebutuhan Ibu dan Anak. Ferry Tenka, sebagai Chief Executive Officer Entrepreneur Solution dan sekaligus sebagai pemilik Orami yang sebelumnya bernama Bilna ini ingin menjadikan Orami sebagai *one stop solutions for parents*. Di mana dengan mengakses Orami, Ibu dapat memenuhi kebutuhan keluarga dengan berbelanja melalui fitur *commerce*, mendapatkan informasi seputar *parenting* dari fitur *content*, dan mendapatkan jaringan untuk bersosialisasi dengan sesama Ibu dari fitur *community*.

Menjadi bagian dari fitur *community* Orami, IbuSibuk berdiri sebagai program untuk pemberdayaan komunitas Ibu agar mampu menghasilkan pemasukkan tambahan hanya dari rumah saja dengan menjadi nano atau mikro *influencer*. IbuSibuk sendiri terbentuk karena melihat potensi anggota komunitas Orami yang aktif di media sosial atau sosok yang *influential*. IbuSibuk dari sisi *brand* bergerak sebagai Entrepreneur Solution yang menyediakan jasa KOL atau *influencer marketing* dalam melakukan promosi di sosial media. Dengan target Ibu dan Anak di Indonesia, IbuSibuk telah

membantu berbagai *brand parenting* di Indonesia untuk mencapai target pasar mereka di ranah digital(Nabila, 2022).

2.1.1 Visi Misi

Dilansir dari website resmi Sirclo.com, sebagai perusahaan *e-commerce enabler* di Indonesia, Sirclo memiliki tujuan untuk membantu *brand* berjualan online melalui penerapan visi misi sebagai berikut ini:

- a. **Visi PT. Sirclo:** “Menjadi solusi e-commerce #1 bagi *brand* untuk berjualan online kepada konsumen Indonesia.”

Melalui visi tersebut, PT. Sirclo secara langsung menekankan goals perusahaan untuk menjadi nomor 1 dalam hal solusi *e-commerce* di Indonesia. PT. Sirclo ingin menjadi perusahaan yang dicari oleh *brand* untuk membantu mereka mencapai target pasar atau membuka pasar baru di ranah digital.

- b. **Misi PT. Sirclo:** “Menciptakan solusi e-commerce yang terpadu bagi *brand* dari berbagai skala.”

Melalui Misi tersebut, membuat PT. Sirclo melebarkan skala bisnisnya dari UMKM menjadi multinasional dengan mengakuisisi berbagai *brand* yang salah satunya adalah Orami, *platform parenting* yang merupakan bagian dari Enterprise Solution (skala bisnis multinasional).

Meskipun menjadi bagian dari Sirclo, Orami memiliki visi misi-nya sendiri dalam mencapai tujuan bisnis sebagai berikut ini:

- a. **Visi Orami:** “*Simplifying Parenting.*”

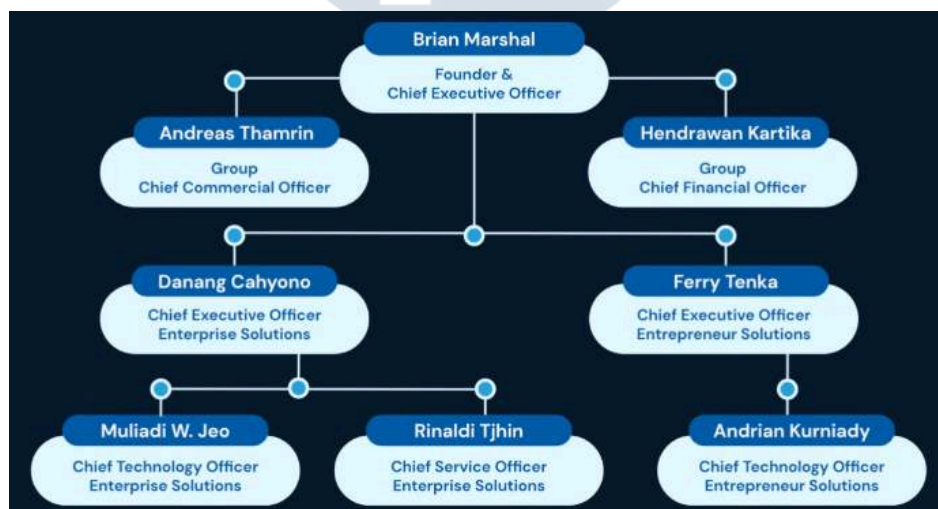
Melalui Visi tersebut, Orami ingin menjadi *platform* yang mampu mempermudah orang tua di Indonesia dalam menjalankan peran keluarga. Melalui visi tersebut juga, Orami ingin mencapai *goals* sebagai *parenting super-app*, di mana dengan hanya mengakses 1 aplikasi, orang tua bisa mendapatkan segala informasi dan kebutuhan yang mereka perlukan.

b. Misi Orami: “Menciptakan *all-in-one parenting platform* dengan menjalankan 3 pilar utama, yaitu *commerce*, *content*, dan *community*.”

Melalui misi tersebut, Orami hadir dengan 3 fokus utama yaitu memberikan layanan berbelanja untuk orang tua, sarana informasi seputar *parenting*, dan ruang untuk bersosialisasi, sehingga menciptakan koneksi antar orang tua di Indonesia. Termasuk hadirnya IbuSibuk yang merupakan program pemberdayaan dari komunitas Orami.

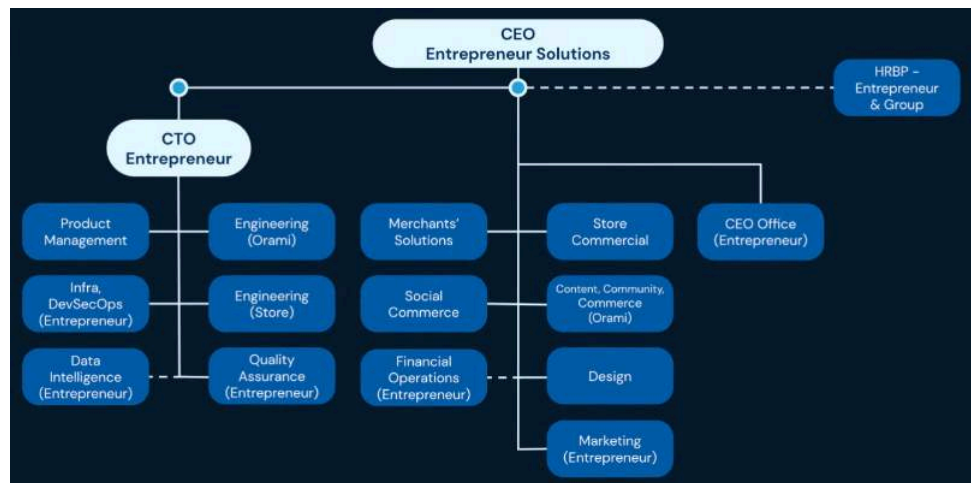
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Seperti yang disampaikan sebelumnya, Sirclo memiliki 2 bidang bisnis utama, yaitu Entrepreneur Solutions dan Enterprise Solutions yang membuat struktur organisasi executive dari PT. Sirclo juga terbagi menjadi 2 bidang bisnis tersebut. Berikut merupakan Executive Team dari PT. Sirclo:



Gambar 2.2
Team Executive PT. Sirclo
Sumber: dokumen internal

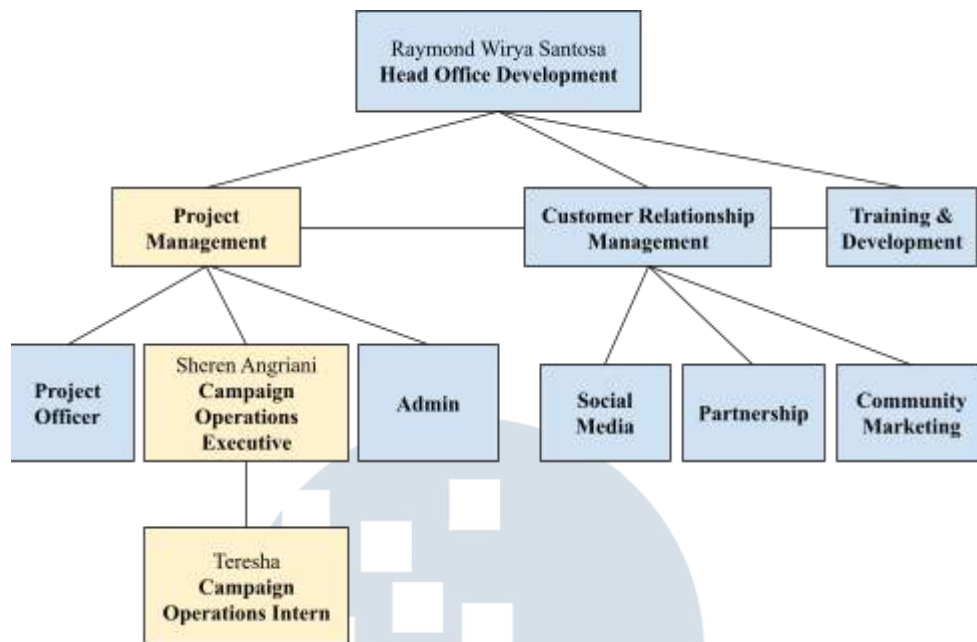
Orami merupakan bagian dari Entrepreneur Solutions, sehingga dipimpin langsung oleh Ferry Tenka yang juga merupakan pemilik dari Orami itu sendiri. Berikut merupakan struktur organisasi dari Entrepreneur Solutions PT. Sirclo:



Gambar 2.3
Struktur Organisasi Entrepreneur Solutions PT. Sirclo
Sumber: dokumen internal

Dilihat dari struktur organisasi Entrepreneur Solutions PT. Sirclo, IbuSibuk termasuk ke dalam bagian Social Commerce. Departemen IbuSibuk dan Orami saling terintegrasi satu sama lain, tetapi juga terpisah karena program IbuSibuk dianggap sebagai program sosial yang bertujuan untuk memberdayakan Ibu-ibu dari komunitas Orami. Dengan tujuan dan motivasi yang berbeda membuat IbuSibuk dan Orami akhirnya memiliki departemennya masing-masing untuk mencapai KPI yang berbeda juga. Berikut merupakan struktur organisasi dari IbuSibuk:

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Bagan 2.1
Struktur Organisasi IbuSibuk
Sumber: dokumen internal

Dalam proses kerja magang sebagai Campaign Operations di IbuSibuk, penulis menjadi bagian dari departemen Project Management. Namun, tidak menutup kemungkinan bagi pekerja magang untuk bekerja sama antar departemen lain yaitu, Customer Relationship Management. Berikut merupakan masing-masing *job description* dan tanggung jawab setiap divisi yang ada pada struktur organisasi IbuSibuk, serta hubungannya dalam proses kerja magang:

1) Project Officer

Bertanggung jawab untuk menjadi perantara Account Executive dan tim internal dalam menjalankan proyek campaign dari *brand*. Project Officer juga sebagai penanggung jawab akhir dalam mengelola *influencer* (*briefing, drafting, hingga posting*) dan membuat evaluasi dari hasil *campaign* yang sudah berjalan.

2) Campaign Operations

Bertanggung jawab untuk menetapkan strategi dan mengelola *campaign*, baik *paid campaign* maupun *free campaign*. Mengelola *dashboard* pada *platform* Orami untuk pemenuhan suatu *campaign*.

Melakukan kurasi *influencers* agar sesuai dengan syarat dan ketentuan *campaign*. Bekerja sama dengan Project Officer agar *campaign* dapat berjalan sesuai dengan waktu dan kesepakatan antar *brand*.

3) Admin

Bertanggung jawab untuk melakukan *blasting* pesan kepada sejumlah *influencer* dengan tujuan *regrouping* (menyatukan berbagai *influencer* ke dalam satu *group campaign* untuk mendapatkan *brief* lebih lanjut). Admin juga bertanggung jawab untuk membuat laporan dan mengajukan pembayaran *fee influencer* yang nantinya diserahkan kepada tim Finance.

4) Social Media

Bertanggung jawab mengelola sosial media Ibusibuk, baik Instagram maupun Tiktok. Social Media juga memegang peran untuk menyebarkan informasi dan promosi yang dibutuhkan dari tim Project untuk keberlangsungan suatu *campaign*.

5) Partnership

Bertanggung jawab untuk mencari dan menetapkan kerja sama dengan berbagai KOL *management* untuk memenuhi suatu *campaign* sesuai dengan SOW yang dibutuhkan.

6) Community Marketing

Mengelola komunitas Ibusibuk dengan menghadirkan berbagai strategi dan program yang mampu meningkatkan loyalitas dari seluruh anggota komunitas. Bekerja sama dengan Campaign Operations untuk menyediakan data anggota komunitas Ibusibuk dalam pemenuhan suatu *campaign* sesuai dengan SOW yang dibutuhkan.