

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Terang Bagi Bangsa atau yang dikenal sebagai Titipku merupakan perusahaan rintisan berbasis teknologi di bidang *e-grocery* yang menyediakan aplikasi online untuk memudahkan para ibu rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan produk segar, seperti sayuran, buah, daging, hingga sembako dari pasar terdekat. Saat ini, Titipku telah hadir di lebih dari 100 pasar di Jabodetabek dengan basis pengguna aktif lebih dari 500 ribu pengguna, dan berlokasi di Foresta Business Loft 2, Unit No. 29, Jl. BSD Raya Utama, Pagedangan, Kecamatan Pagedangan, Tangerang, Banten 15339.



Gambar 2.1 Logo PT Terang Bagi Bangsa (Titipku)

Sumber : Titipku.com, 2024

Titipku didirikan pada tanggal 14 Oktober 2017 di Kota Yogyakarta oleh beberapa *co-founder*, meliputi Bapak Ong Tek Tjan, Bapak Henri Suhardja, Ibu Faradhita Delicia Savira, Bapak Andre Ian Stephens, Bapak Franciscus Pandhu Regawa, dan Bapak Stephanus Deo Aquino. Sejak didirikan, Titipku bertujuan untuk dapat membantu para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dan para pedagang pasar. Dengan adanya tujuan tersebut, Titipku pada awalnya berusaha menyediakan platform digital yang memungkinkan para pedagang kaki lima dan para pelaku UMKM di seluruh Indonesia untuk dapat memasarkan

produknya secara digital. Konsep model bisnis yang digunakan oleh Titipku tersebut berhasil membawa perusahaan untuk meraih 10 ribu pengguna pertama di tahun 2018, dan 100 ribu pengguna di tahun 2019.

Berlangsungnya situasi pandemi Covid-19 memicu adanya perubahan model bisnis Titipku di tahun 2020. Titipku beralih untuk menjadi platform *e-commerce* yang berfokus pada produk segar, dan menyediakan layanan yang bersifat *hyperlocal* atau terbatas di area geografis tertentu, yaitu di kawasan Jabodetabek. Perubahan bisnis model ini mendasari adanya strategi Titipku untuk bekerja sama dengan para pedagang pasar tradisional. Di tahun yang bersamaan dengan perubahan model bisnis tersebut, Titipku berhasil lolos ke salah satu program akselerator perusahaan rintisan (*startup*) tahunan ternama yang berada di Amerika Serikat, yaitu program YCombinator S21. Program tersebut diadakan oleh Y Combinator (YC) sebagai institusi yang dikenal telah berinvestasi pada lebih dari 5 ribu perusahaan rintisan sejak tahun 2005 meliputi beberapa perusahaan ternama seperti Airbnb, Instacart, Doordash, Twitch, hingga Dropbox. Setelah berhasil mengikuti program YCombinator S21, Titipku melakukan ekspansi kerja sama dengan para pedagang pasar di lebih dari 100 area pasar di Jabodetabek dan memungkinkan perusahaan dalam memperoleh 500 ribu pengguna aktif di tahun 2021. Sehingga, adanya pertumbuhan masif tersebut mendasari langkah Titipku berikutnya dalam mengembangkan penyediaan layanan bersifat *business-to-business* (B2B) berbentuk penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) di tahun 2022.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Sebagai perusahaan rintisan (*startup*), Titipku memiliki harapan besar untuk dapat membantu pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui upaya digitalisasi ekosistem UMKM dan pasar tradisional. Dengan begitu, Titipku memiliki visi dan misi sebagai berikut:

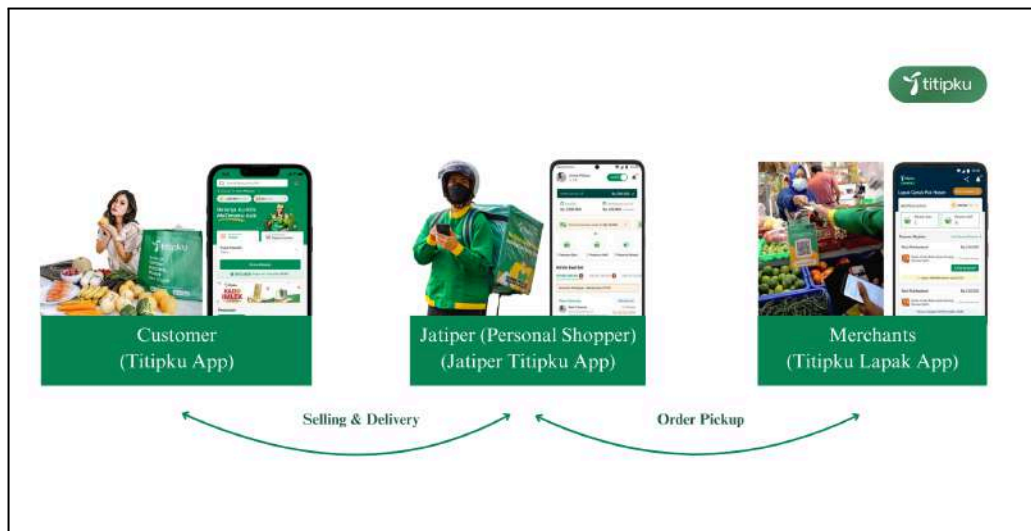
1. Visi Perusahaan

Titipku memiliki visi untuk menjadi pilar penting dalam proses digitalisasi 1,000 pasar tradisional di Indonesia pada tahun 2030.

2. Misi Perusahaan

Titipku memiliki misi untuk melestarikan pasar melalui adanya proses digitalisasi pada ekosistem pasar tradisional.

2.1.2 Konsep Model Bisnis Perusahaan



Gambar 2.2 Konsep Model Bisnis Titipku

Sumber : Internal Perusahaan, 2024

Titipku pada dasarnya merupakan aplikasi online berbentuk platform digital yang memungkinkan para pedagang pasar sebagai *merchant* untuk memasarkan produk segar atau produk *grocery* melalui aplikasi. Dalam proses menyediakan layanan, Titipku memiliki tiga aplikasi utama yang digunakan. Beberapa aplikasi tersebut meliputi:

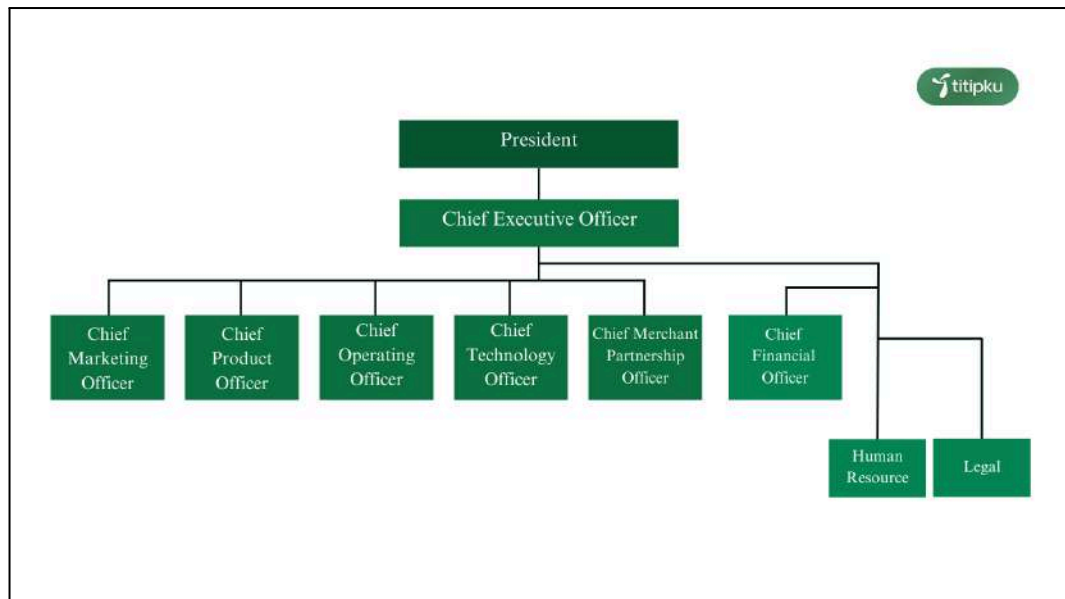
1. Aplikasi **Titipku**, aplikasi utama yang diperuntukkan bagi konsumen atau pengguna untuk melakukan transaksi pembelian produk segar atau produk *grocery* secara daring dari pilihan produk yang disediakan oleh lapak pedagang pasar (*merchant*) di pasar terdekat.
2. Aplikasi **Titipku Lapak**, aplikasi yang dikhususkan untuk para pedagang pasar (*merchant*) yang merupakan mitra perusahaan. Melalui aplikasi ini, para pedagang pasar dapat mendaftarkan produk di aplikasi, mengatur status kesediaan stok dari produk yang dipasarkan di aplikasi, hingga melakukan konfirmasi pesanan yang datang dari pengguna aplikasi Titipku.

3. Aplikasi **Jatiper Titipku**, aplikasi yang diperuntukkan bagi mitra perusahaan yang merupakan para *personal shopper* terafiliasi atau yang dikenal juga sebagai Jatiper Titipku. Melalui aplikasi ini, para Jatiper Titipku dapat mengelola dan memperoleh informasi tugas belanja dan pengantaran pesanan produk kepada pengguna aplikasi Titipku.

Dari adanya beberapa aplikasi tersebut, rangkaian terjadinya proses layanan yang disediakan oleh Titipku secara sederhana dapat dipahami sebagai berikut:

1. Pedagang pasar (*merchant*) yang terdaftar mendaftarkan beberapa produk melalui aplikasi Titipku Lapak. Sehingga, produk yang didaftarkan dapat tersedia menjadi opsi pilihan produk yang dapat dilihat oleh pengguna aplikasi Titipku.
2. Pengguna aplikasi Titipku melakukan transaksi pembelian produk segar atau produk *grocery* secara daring dari pilihan lapak dan pilihan pasar terdekat yang tersedia melalui aplikasi Titipku.
3. Jatiper Titipku mendapatkan informasi terkait pesanan produk yang datang dari pengguna melalui aplikasi Jatiper Titipku dan pergi ke lokasi lapak pedagang di pasar untuk membeli produk sesuai pesanan pengguna.
4. Setelah membeli produk sesuai pesanan pengguna, Jatiper Titipku kemudian mengantarkan pesanan ke alamat lokasi yang telah ditetapkan oleh pengguna.
5. Pengguna menerima produk sesuai dengan daftar pesanan yang telah dilakukan melalui aplikasi Titipku.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Terang Bagi Bangsa (Titipku)

Sumber : Internal Perusahaan, 2024

PT Terang Bagi Bangsa (Titipku) memiliki struktur organisasi yang terdiri dari beberapa departemen, yaitu departemen *Marketing* yang dipimpin oleh *Chief Marketing Officer*, departemen *Product* yang dipimpin oleh *Chief Product Officer*, departemen *Operation* yang dipimpin oleh *Chief Operating Officer*, departemen *Technology* yang dipimpin oleh *Chief Technology Officer*, departemen *Merchant & Partnership* yang dipimpin oleh *Chief Merchant Partnership Officer*, departemen *Finance* yang dipimpin oleh *Chief Financial Officer*, dan tim manajemen *general* yang terdiri dari departemen *Human Resource* dan departemen *Legal*. Seluruh departemen tersebut kemudian dipimpin oleh *Chief Executive Officer* yang perlu bertanggung jawab kepada *President* perusahaan.