

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Keppack PT Gudang Anak Bangsa yang berada di bawah naungan PT Gudang Anak Bangsa merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang logistik dan berfokus pada layanan *Warehouse Management System (WMS)*. Keppack PT Gudang Anak Bangsa didirikan pada tahun 2019 dan berpusat di Jakarta Utara. Dengan memanfaatkan teknologi yang disebut *Warehouse Management System (WMS)* dan *Order Management System (OMS)*, Keppack PT Gudang Anak Bangsa memiliki tujuan yaitu untuk menciptakan ekosistem *Multi-Channel Fulfillment Services* yang efisien dan praktis digunakan bagi pengguna *E-Commerce* atau para pebisnis. Sampai saat ini, Keppack PT Gudang Anak Bangsa memiliki lebih dari 40 Gudang yang tersebar di 9 provinsi di Indonesia. Layanan yang disediakan oleh Keppack PT Gudang Anak Bangsa sangat beragam, mulai dari *Warehouse Management*, *Order Management*, sampai dengan *Fulfillment Services*.



Gambar 2.1 Logo Keppack Indonesia

Sumber : Keppack PT Gudang Anak Bangsa

Ekosistem yang disertakan dalam Keppack PT Gudang Anak Bangsa mencakup *stock management*, *sales insights*, *quality control*, *packing*, *shipping*, *warehouse rental*. Sementara untuk jasa tambahan lainnya seperti *Store Admin*, *Managed Services*, dan *COD Services*. Tujuannya adalah untuk mempermudah penjual *E-Commerce* (Pelaku Retail) agar dengan mudah mengembangkan

bisnisnya. Dalam berkomunikasi dengan audiens nya, Keppack PT Gudang Anak Bangsa berfokus untuk bermain di 2 platform media sosial, yaitu Instagram dengan username @keppack.id , dan Tiktok dengan username @keppack.id.

### **2.1.1 Visi Misi**

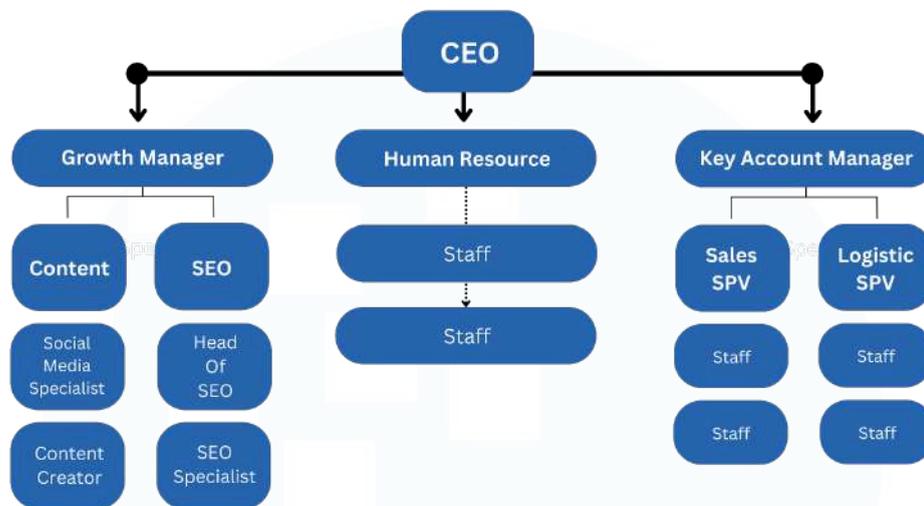
Visi yang ingin disampaikan oleh Keppack PT Gudang Anak Bangsa yaitu untuk ingin berkomitmen untuk menjadi sebuah perusahaan jasa *fulfillment* terbesar se-Asia Tenggara yang memiliki standar kualitas terbaik dan tingkat kepuasan pelanggan tertinggi. Hal ini ditunjukkan dari pelayanan Keppack PT Gudang Anak Bangsa yang memberi kesan baik terhadap semua pelanggan.

Didukung oleh visi yang tertera, Keppack PT Gudang Anak Bangsa juga memiliki misi-misi untuk membuat perusahaannya tetap menjadi perusahaan yang bermanfaat dan unggul di bidang *fulfillment* sebagai berikut:

- a) Menciptakan ekosistem logistik dan *fulfillment* yang efisien sehingga membantu para pelaku ritel semakin mudah mengembangkan usahanya,
- b) Memberikan kepuasan untuk setiap pelanggan,
- c) Membantu para pelaku bisnis untuk dapat berkompetisi dalam ekosistem logistik secara efisien, dan
- d) Menyediakan solusi logistik dari setiap kendala yang dialami oleh setiap pelanggan.

### **2.2 Struktur Organisasi Perusahaan**

Berikut merupakan bagan struktur organisasi dari Keppack PT Gudang Anak Bangsa. Setiap divisi memiliki peran dan kepentingan yang berbeda-beda untuk kegiatan perusahaan. Berikut merupakan tugas dari masing-masing peran :



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Logistik Keppack  
 Sumber: Keppack PT Gudang Anak Bangsa, 2024

### 2.2.1 Growth Manager

*Growth Manager* merupakan seseorang yang bertugas untuk mengumpulkan ide baru, melakukan riset, mengembangkan riset tersebut, melakukan evaluasi, dan memperbaiki akan bisnis perusahaan. Maka dari itu tugas dari seorang *Growth Manager* adalah untuk memastikan pelanggan menjadi *loyal* melalui salah satu aktivitasnya, yaitu pemasaran atau *marketing*.

Terdapat beberapa tugas dari *Growth Manager* :

#### a) *Customer Research*

Tugas utama dari seorang *Growth Manager* adalah untuk melakukan riset dan mencari pelanggan yang sesuai dengan target pasar perusahaan. Riset tersebut dapat dilakukan secara *offline* dengan mendatangkan kriteria-kriteria tertentu ataupun melalui *online* pada forum komunitas target pasar atau menggunakan media sosial. Dalam hal ini, *Growth Manager* ingin memeriksa keinginan dan kebutuhan dari target pasar tersebut. Informasi ini dapat digunakan perusahaan untuk melakukan perkembangan ataupun memperbaiki jasa atau layanan yang disediakan ataupun untuk merubah strategi pemasaran ke titik yang lebih tepat.

## b) Pemasaran Merek

Tugas selanjutnya dari seorang *Growth Manager* adalah untuk meningkatkan kesadaran merek dari sebuah perusahaan dengan melakukan pemasaran. Cara yang dapat dilakukan juga beragam, seperti mengenalkan perusahaan melalui *platform* media sosial, mengirimkan *e-mail* terhadap kriteria target pasar, bergabung dalam acara atau pameran *offline*, mengajak kerja sama dengan *influencer* dan lainnya.

## c) Melakukan Analisis dan Laporan Data

*Growth Manager* bertugas untuk mengumpulkan data, mempelajari, mengolah, dan melaporkan data tersebut kepada *CEO* ataupun tingkatan lainnya. Dalam hal ini, *Growth Manager* tidak diperkenankan untuk lalai dalam menganalisa data tersebut karena setiap data nya dapat digunakan perusahaan untuk memperbaiki dan mengembangkan bisnis nya. Biasanya, data akan dibuat atau dirangkum dalam bentuk presentasi agar lebih mudah dijelaskan.

Di bawah arahan *Growth Manager*, terdapat 2 divisi, yaitu divisi *Content* dan divisi *SEO*. Keduanya memiliki peran yang berbeda, sebagai berikut :

### 1. Divisi *Content*

Di dalam divisi *content*, terdapat 2 tim, yaitu tim *Social Media Specialist*, dan tim *Content Creator*. Tim *Social Media Specialist* bertugas untuk memanfaatkan penggunaan *platform* media sosial untuk menyediakan konten *digital* yang menarik dan kreatif untuk perusahaan. Tujuan dari *Social Media Specialist* adalah untuk meningkatkan kesadaran merek sehingga penjualan perusahaan dapat meningkat.

*Content Creator* merupakan suatu kegiatan dalam membuat gambar, video, dan tulisan yang diolah menjadi konten kemudian disebarluaskan melalui berbagai *platform* media sosial (Yulia & Mujtahid, 2023). Tugas dari seorang *content creator* adalah untuk membuat konten yang menarik dan berkualitas,

menulis dan mengedit konten dengan baik agar pesan perusahaan tersampaikan, melakukan analisa data dari performa media sosial, seperti *engagement*, *interactions*, dan *reach* dari media sosial perusahaan. Selain itu, tim *content creator* juga bertugas untuk berkolaborasi dengan tim pemasaran dan tim kreatif untuk menghasilkan ide-ide baru yang menarik.

## 2. Divisi SEO

Divisi *SEO (Search Engine Optimization)* merupakan divisi yang mengutamakan optimisasi mesin pencarian untuk meningkatkan pemasaran perusahaan. Divisi ini dipimpin oleh *Head of SEO* dan dilangsungkan oleh tim *SEO Specialist*. Divisi ini mengatur strategi konten yang akan di unggah oleh perusahaan. dari konten tersebut, akan dijalankan strategi yang dapat membuat *traffic website* perusahaan, serta meningkatkan peringkat pencarian tentang perusahaan di berbagai *platform*.

### 2.2.2 Human Resource

Divisi *Human Resource (HR)* dipimpin oleh *Human Resource Supervisor* dan memiliki 2 staff di dalam divisi tersebut. Divisi *Human Resource* memiliki tugas untuk mencari, merekrut, dan memberi pelatihan kepada para karyawan, mengatur penggajian bulanan, hingga mengurus seluruh data administrasi terkait karyawan perusahaan. *Human Resource* memiliki peran penting untuk membantu perusahaan memiliki sumber daya yang berkualitas sehingga produktivitas perusahaan dapat meningkat.

### 2.2.3 Key Account Manager

*Key Account Manager* memiliki tugas untuk membangun hubungan bisnis yang baik dengan konsumen. Selain itu, *Key Account Manager* bertugas untuk melakukan *monitoring* penjualan, melakukan evaluasi pada periode tertentu, dan bekerja sama dengan divisi lain untuk memastikan bahwa kebutuhan konsumen

terpenuhi. Di bawah arahan *Key Account Manager*, terdapat 2 tim di dalamnya, yaitu tim *Sales* dan Logistik.

Tim *Sales* bertugas untuk menawarkan jasa perusahaan kepada konsumen, memberikan rincian perencanaan biaya yang harus dikeluarkan konsumen dan manfaat yang akan diperoleh jika bergabung dengan perusahaan, dan menyusun strategi penjualan yang terbaik untuk perusahaan. Tim Logistik bertugas untuk melakukan perencanaan yang matang untuk strategi jangka panjang dari rantai pasok perusahaan. Selain itu, divisi logistik memiliki tanggung jawab untuk pengelolaan persediaan yang efisien. Aktivitasnya termasuk manajemen stok, pengoptimalan *level* persediaan, *packing*, dan pengiriman kepada konsumen.