

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Ruparupa adalah situs *e-commerce* dari perusahaan PT Omni Digitama Internusa yang masih berada dibawah naungan dari perusahaan Kawan Lama Group. Didirikan sejak tahun 2016, Ruparupa hadir sebagai *exclusive online retailer* bagi berbagai merek terkemuka yang berada di bawah kepemilikan dari Kawan Lama, seperti ACE Hardware, Informa, Pet Kingdom, Toys Kingdom, Ataru, Krisbow, Pendopo, Selma, hingga Eye Soul.



Gambar 2. 1 Logo Ruparupa
Sumber : Dokumentasi Perusahaan 2024

Ruparupa memungkinkan konsumen untuk dapat memilih berbagai kebutuhan mereka dan melakukan transaksi secara *online* dan barang dapat dikirimkan langsung ke alamat konsumen. Selain itu, Ruparupa memiliki fitur *store pick-up service* dengan mengandalkan kekuatan dari *network* Kawan Lama yang telah memiliki lebih dari 300 toko retail yang tersebar di Indonesia.

Konsumen dapat melakukan transaksi melalui aplikasi atau situs web Ruparupa dan mengambil produknya sendiri pada toko yang telah ia pilih. Selain itu, bagi konsumen yang ingin berbelanja secara langsung dapat memanfaatkan fitur *scan and shop* pada aplikasi Ruparupa yang dapat mempermudah konsumen untuk berbelanja dan melakukan pembayaran melalui aplikasi tanpa harus mengantri di kasir. Pelanggan hanya perlu melakukan scan barcode produk di toko dan melakukan pembayaran melalui aplikasi. Kemudian produk dapat diambil pada konter *check-out point* dan siap dibawa pulang.

Ruparupa memiliki arti yang sederhana, yaitu “Semua ada untuk semua orang”. Hal ini sejalan dengan keyakinan Ruparupa bahwa setiap individu berhak untuk mendapatkan yang terbaik. Hal ini mendorong Ruparupa untuk berupaya menjadi pilihan utama yang dapat diandalkan, relevan, dan hadir pada setiap momen kehidupan. Produk yang dijual melalui situs Ruparupa sangat beragam. Terdapat beberapa kategori mulai dari Rumah Tangga, Furnitur, Rak dan Penyimpanan, Dapur Minimalis, Elektronik & Gadget, *Home Improvement*, *Bed & Bath*, Hobi dan Gaya Hidup, Kesehatan & Olahraga, Mainan & Bayi, hingga Otomotif.

Dalam industri *e-commerce*, terdapat banyak pesaing yang telah lebih dikenal oleh masyarakat luas, seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan lain sebagainya. Meskipun Ruparupa belum dikenal luas dibandingkan dengan pesaingnya, namun pada tahun 2023 Ruparupa berhasil mencatat prestasi yang signifikan dengan mengumpulkan lebih dari satu juta pengunduh aplikasi mereka. Capaian ini menandakan adanya peningkatan jumlah pengunduh yang meningkat dari tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan adanya potensi pertumbuhan yang kuat dan mencerminkan upaya Ruparupa dalam meningkatkan kehadirannya di pasar digital dengan mendapatkan perhatian yang lebih besar dari konsumen.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Ruparupa mempunyai visi dan misi sebagai fondasi utama bagi mereka dalam mewujudkan pemberian layanan yang unggul dan relevan untuk konsumen. Visi dari Ruparupa, yakni “Kami ingin menjadi pilihan utama untuk kebutuhan rumah yang selalu dapat diandalkan dan hadir di setiap momen”. Sedangkan untuk misi dari Ruparupa adalah “Memberikan pengalaman belanja *online-offline* yang mulus dengan membangun portfolio yang relevan untuk produk rumah tangga, gaya hidup, dan hobi yang dapat menjawab dan menginspirasi kebutuhan konsumen kami sehari-hari”.

Ruparupa menempatkan fokusnya pada inovasi dalam berbagai aspek operasionalnya. Mereka tidak hanya melihat inovasi sebagai suatu upaya untuk memperbarui layanan yang mereka tawarkan, tetapi juga sebagai sarana untuk terus meningkatkan kualitas dan efisiensi dalam semua proses bisnis mereka. Ruparupa memanfaatkan teknologi terbaru dan berbagai strategi kreatif untuk menghadirkan pengalaman belanja *online* yang tidak hanya memenuhi kebutuhan, tetapi juga melampaui harapan konsumen. Mereka menyadari bahwa ekspektasi konsumen terus berkembang, oleh karena itu, mereka terus berusaha untuk selalu berada di garis depan dalam memperkenalkan fitur-fitur baru, meningkatkan interaksi pelanggan, dan menyempurnakan proses pengiriman. Sehingga, Ruparupa tidak hanya berusaha untuk mempertahankan posisinya di pasar *e-commerce* yang kompetitif, tetapi juga untuk menjadi pionir dalam membentuk tren dan standar baru dalam industri tersebut.

2.1.2 Nilai Perusahaan

Ruparupa memiliki nilai perusahaan yang dijadikan sebagai pedoman dan landasan untuk menjalani aspek operasional dan interaksi dalam perusahaan. Adapun nilai dari Ruparupa adalah “We CARE”, yakni

1) Care & Delight

Pada nilai pertama ini, Ruparupa sebagai perusahaan selalu berupaya untuk mencari cara baru dalam memberikan pelayanan yang menyenangkan. Ruparupa secara aktif mendengarkan umpan balik dan masukan dari pelanggan untuk membantu dalam pengembangan yang berkelanjutan. Hal ini mencerminkan komitmen Ruparupa untuk terus memperbaiki dan meningkatkan pengalaman belanja pelanggan mereka.

2) Awesome Teamwork

Ruparupa adalah sebuah keluarga besar yang saling mendukung untuk mewujudkan impian dan memberikan perhatian yang sama kepada pelanggan. Mereka berupaya membantu dan menginspirasi pelanggan agar dapat meningkatkan kualitas hidup dan mencapai potensi maksimal mereka.

Kerjasama yang erat di antara tim RUPARUPA menciptakan lingkungan kerja yang positif dan produktif.

3) **Reliable**

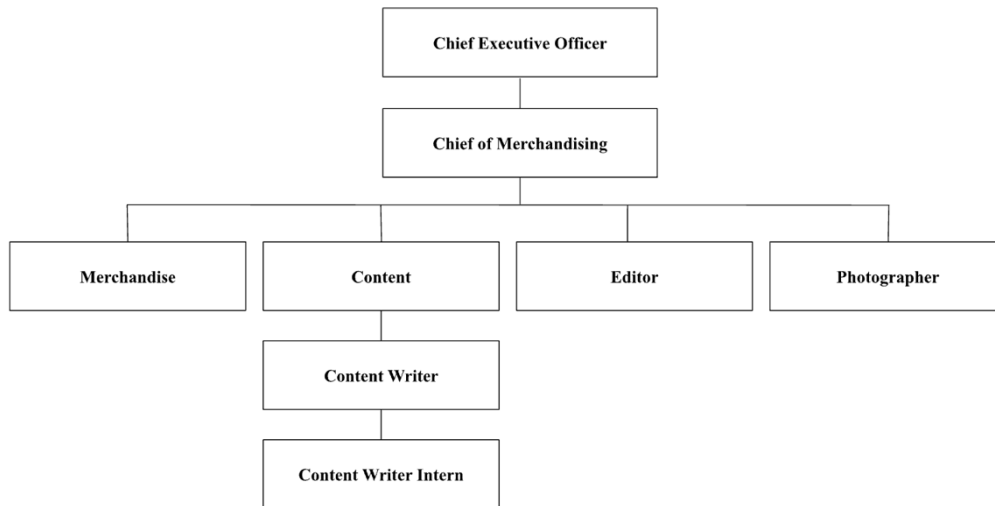
RUPARUPA menunjukkan bahwa mereka dapat dipercaya dan andal dalam menyediakan produk berkualitas dengan harga yang sesuai dan memahami kebutuhan pelanggan melalui pengalaman omnichannel yang terintegrasi.

4) **Excellence**

RUPARUPA selalu berusaha untuk menjadi lebih baik dari hari kemarin dalam segala aspek. RUPARUPA tidak hanya bertujuan untuk mencapai keberhasilan bisnis, tetapi juga untuk membawa dampak positif dalam kehidupan pelanggan dan masyarakat secara luas.



2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi RUPARUPA
Sumber : Dokumen Perusahaan (2024)

Departemen Merchandise and Content dipimpin oleh Susan Wu yang menjabat sebagai Chief Merchandising Officer. Di bawahnya terdapat beberapa divisi yaitu Merchandise, Content, Editor, Photographer.

Posisi Content Writer Intern dalam Departemen Merchandise dan Content memiliki peran yang penting dalam menciptakan konten produk yang menarik dan informatif untuk *website* RUPARUPA. Content writer bertanggung jawab atas pembuatan teks dan deskripsi produk yang menarik serta informatif, yang tidak hanya mempromosikan produk-produk dengan baik tetapi juga meningkatkan pengalaman pengguna di *platform online*.

Content writer harus dapat memahami produk-produk secara mendalam untuk menciptakan deskripsi produk yang persuasif dan menjelaskan fitur-fitur unik serta manfaat yang ditawarkan. Melalui pemilihan kata-kata yang tepat, dapat mampu mempromosikan produk dengan cara yang menarik bagi para calon konsumen, memikat minat, dan mendorong tindakan pembelian. Menciptakan pengalaman pengguna yang memikat dan informatif akan menjadi fokus utama

yang akan memberikan kontribusi dalam memperkuat citra merek dari RUPARUPA sebagai destinasi belanja *online* yang dapat dipercaya dan menjadi pilihan bagi masyarakat.



U M M N

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A