

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT Omni Digitama Internusa

PT Omni Digitama Internusa atau Rugarupa merupakan solusi *omnichannel e-commerce* di Indonesia dari Kawan Lama Group sejak 27 April 2016. Kawan Lama Group merupakan perusahaan multisektor sejak 1955 yang telah mempunyai enam pilar bisnis, yaitu *Consumer Retail, Property & Hospitality, Food & Beverage, Industrial & Commercial, Commercial Technology*, dan *Manufacturing & Engineering*. Hingga saat ini, Kawan Lama Group telah mempunyai lebih dari 30 merek usaha. Seiring berkembangnya era digitalisasi, Kawan Lama Group membangun Rugarupa sebagai manifestasi keikutsertaan mereka dalam mendukung perkembangan teknologi yang menyebabkan tumbuhnya kebiasaan baru konsumen dalam berbelanja.

Arti sederhana dari Rugarupa adalah ‘semua ada untuk semua orang’ sebab Rugarupa mempunyai keyakinan bahwa setiap konsumen mempunyai hak untuk mendapatkan yang terbaik sehingga Rugarupa akan terus berupaya untuk menjadi pilihan utama yang dapat diandalkan, relevan, dan hadir dalam setiap momen kehidupan konsumen. Melalui solusi *omnichannel e-commerce*, Rugarupa menyediakan pengalaman belanja terintegrasi secara daring maupun luring bagi para konsumen serta hadir untuk melengkapi berbagai produk kebutuhan rumah tangga, gaya hidup, dan hobi.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan Rugarupa

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Definisi logo Rugarupa merupakan gabungan dari bentuk lingkaran dan daun untuk merepresentasikan hubungan antara Rugarupa dan pelanggan karena Rugarupa ingin membantu pelanggan untuk dapat menjalani kehidupan yang lebih baik melalui produk dan pelayanan berkualitas dari Rugarupa. Selain itu, huruf 'a' dalam logo tersebut merupakan kombinasi dari *alpha* dan *omega* dalam abjad Yunani sehingga mempunyai makna sebagai awal dan akhir. Melalui huruf 'a' tersebut, Rugarupa bertujuan untuk memperkuat visi dengan menggunakan 'infinity eye' sebagai bentuk pesan bahwa Rugarupa akan selalu fokus kepada pelanggan serta ingin membangun hubungan harmonis dan berkelanjutan sehingga dapat diandalkan dan selalu hadir dalam setiap momen kehidupan pelanggan. Dalam logo tersebut, terdapat dua warna utama yang menjadi identitas dari Rugarupa, yaitu oranye dan biru yang digunakan untuk merepresentasikan karakter Rugarupa, yaitu bersahabat, menyenangkan, dapat dipercaya, dan dapat diandalkan. Rugarupa mempercayai bahwa kedua warna ini dapat menjadikan Rugarupa mencapai tujuan dalam menjadikan pelanggan sebagai prioritas.

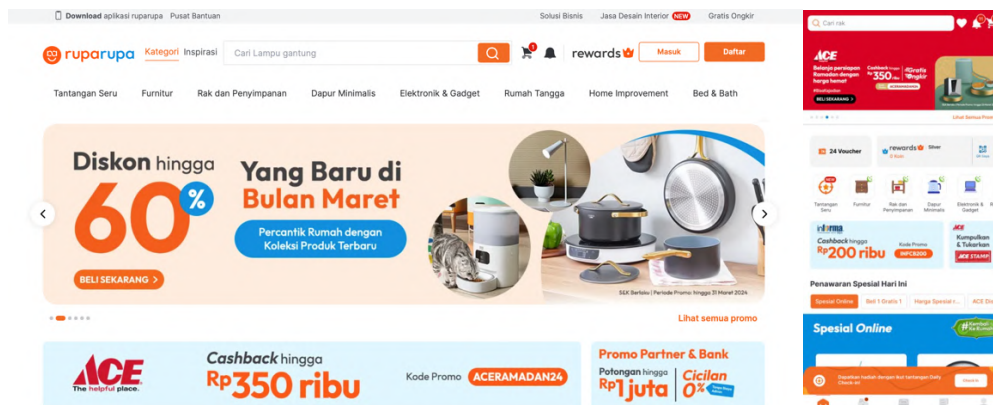
Sebagai salah satu unit bisnis dan solusi *omnichannel* dari Kawan Lama Group, rugarupa menyediakan berbagai pilihan produk lengkap, orisinal, berkualitas, dan bergaransi resmi dengan beragam pilihan merek-merek usaha ritel dibawah naungan Kawan Lama Group seperti ACE Hardware, Informa, Informa Electronics, Krisbow, ATARU, Toys Kingdom, Pet Kingdom, Pendopo, SELMA, dan EYESOUL dengan beragam variasi kategori dimulai dari furnitur, rak dan penyimpanan, dapur minimalis, elektronik dan gadget, rumah tangga, *home improvement*, *bed and bath*, hobi dan gaya hidup, kesehatan dan olahraga, mainan dan bayi, hingga otomotif.

Selaras dengan identitasnya, Rugarupa menawarkan berbagai keuntungan untuk para pelanggannya seperti gratis ongkir seluruh Indonesia, cicilan 0% tanpa biaya admin dengan berbagai pilihan bank ternama, beragam metode pembayaran digital, dan garansi 14 hari. Tidak hanya itu, Rugarupa juga menawarkan beberapa kemudahan untuk para pelanggannya dengan menghadirkan fitur *Store Pick-Up Service* (STOPS) dan *Scan and Shop*. Melalui fitur *Store Pick-Up Service* (STOPS),

pelanggan dapat membeli produk secara daring melalui aplikasi ataupun situs dari Ruperupa kemudian mengambil pesanan secara luring atau langsung di lebih dari 600 jaringan toko Kawan Lama Group sehingga konsumen dapat menghemat waktu dalam pencarian barang sebab konsumen dapat mencari produk yang dibutuhkan dan diinginkan berdasarkan kata kunci kemudian sistem akan otomatis menampilkan beragam pilihan barang berdasarkan kata kunci tersebut.

Sedangkan, melalui fitur *Scan and Shop*, konsumen dapat melihat kualitas produk secara langsung di jaringan toko Kawan Lama Group kemudian melakukan *scan barcode* pada produk dan membayarnya melalui aplikasi Ruperupa. Selain itu, Ruperupa juga menghadirkan Ruperupa Rewards yang menjadi program penggabungan keanggotaan dari merek-merek ritel Kawan Lama group. Program keanggotaan ini menawarkan berbagai keuntungan bagi pelanggan seperti harga spesial khusus anggota, hadiah langsung saat bergabung, hadiah saat anggota keluarga berulang tahun, gratis biaya instalasi, gratis bungkus kado, dan gratis ongkir.

Ruperupa juga menghadirkan fitur unik dan berbeda dari *platform omnichannel e-commerce* lainnya, yaitu *Gift Registry* dan *Share and Earn*. Melalui fitur *Gift Registry*, pengguna Ruperupa dapat mengirimkan *wishlist* produk yang berada di aplikasi maupun situs Ruperupa kepada orang terdekatnya kemudian penerima dapat langsung melakukan pembelian barang-barang dalam *wishlist* tersebut. Tidak hanya menjadi pengguna, Ruperupa juga membuka kesempatan bagi pengguna untuk menjadi *affiliator* sehingga nantinya *affiliator* akan mendapatkan komisi sebesar 5% dari hasil pencapaian setiap bulannya. Dapat dikatakan bahwa ruperupa menghadirkan kenyamanan, kepraktisan, dan keuntungan bagi setiap pelanggan terutama Ruperupa juga sering menghadirkan beragam penawaran eksklusif dan promo menarik bagi para pelanggan.



Gambar 2.2 Tampilan Situs dan Aplikasi RUPARUPA
 Sumber: www.ruparupa.com dan aplikasi RUPARUPA

2.2 Visi Misi PT Omni Digitama Internusa

PT Omni Digitama Internusa (RUPARUPA) sebagai solusi *omnichannel* Kawan Lama Group mempunyai visi dan misi sebagai berikut:

VISI

Menjadi pilihan utama untuk berbagai kebutuhan rumah tangga, gaya hidup, dan hobi yang dapat diandalkan serta hadir dalam setiap momen kehidupan keluarga.

MISI

- 1.) Memberikan pengalaman belanja *hybrid* atau *online-offline* dengan mulus.
- 2.) Menghadirkan portofolio relevan dalam setiap produk rumah tangga, gaya hidup, dan hobi sehingga dapat menjawab dan menginspirasi berbagai kebutuhan pelanggan.

2.3 Nilai Perusahaan

Sebagai solusi *omnichannel e-commerce* dari Kawan Lama Group, PT Omni Digitama Internusa atau RUPARUPA mempunyai nilai-nilai perusahaan tersendiri yang selaras dengan visi dan misi dari Kawan Lama Group. Nilai perusahaan RUPARUPA yang menjadi landasan dalam beroperasional sehari-hari adalah 'we CARE'. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai 'we CARE':

A.) *Care and Delight*

Ruparupa ingin menjadi solusi *omnichannel* yang selalu berusaha menemukan berbagai cara baru untuk memberikan pelayanan menyenangkan. Selain itu, Ruparupa juga ingin selalu mendengarkan pendapat dari konsumen untuk perkembangan yang berkelanjutan.

B.) *Awesome Teamwork*

Ruparupa adalah satu keluarga besar yang ingin saling membantu untuk mewujudkan mimpi dan memberikan perhatian yang sama kepada seluruh pelanggan. Maka dari itu, Ruparupa selalu berusaha untuk membantu dan memberikan inspirasi kepada pelanggan sehingga mereka dapat terus meningkatkan kualitas hidup serta memaksimalkan potensi mereka.

C.) *Reliable*

Ruparupa selalu terus berusaha untuk menjadi yang terpercaya dan andal dalam menyediakan berbagai produk berkualitas berdasarkan kebutuhan pelanggan dengan harga sesuai melalui pengalaman *omnichannel* yang terintegrasi.

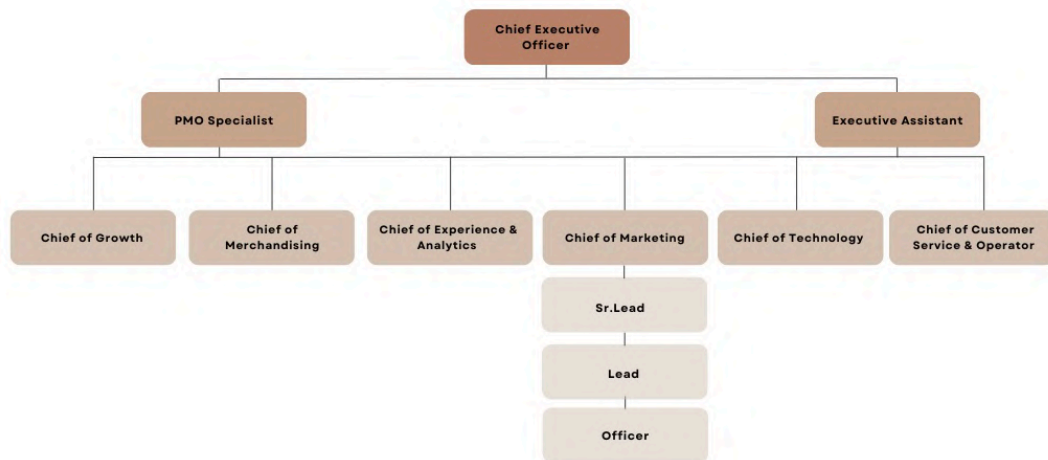
D.) *Excellence*

Ruparupa selalu berusaha untuk menjadi yang lebih baik dalam segala hal sehingga mampu memberikan dampak positif kepada pelanggan.

2.4 Struktur Perusahaan PT Omni Digitama Internusa

PT Omni Digitama Internusa atau Ruparupa yang menjadi bisnis *omnichannel e-commerce* dari Kawan Lama Group telah berdiri sejak 27 April 2016 sebagai *exclusive online retailer* untuk beberapa unit bisnis dari Kawan Lama Group. Berikut struktur perusahaan dari PT Omni Digitama Internusa:

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

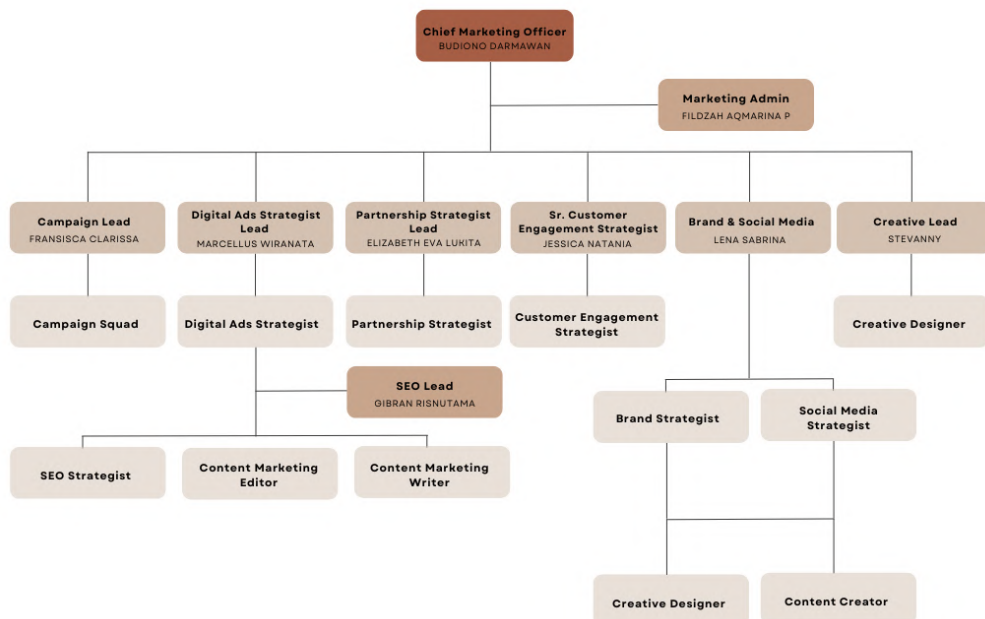


Gambar 2.3 Struktur Perusahaan Ruparupa

Sumber: Data Olahan Pemegang (2024)

Dalam menjalani kegiatan operasional sehari-hari, PT Omni Digitama Internusa atau Ruparupa menerapkan sistem kerja terstruktur yang mempermudah pembagian tugas seluruh karyawan sehingga lingkungan kerja dapat berlangsung secara produktif, efisien, dan efektif. Perusahaan ini dipimpin oleh Teresa Wibowo selaku *Chief Executive Officer* (CEO) dari Ruparupa dengan membawahi beberapa departemen didalamnya yang bekerja sesuai kemampuan pada bidangnya.





Gambar 2.4 Struktur Departemen *Marketing* RUPARUPA
 Sumber: Data Olahan Pemegang (2024)

Setiap perusahaan pasti membutuhkan adanya kegiatan pemasaran untuk mendukung jalannya suatu bisnis. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang digital, yaitu *omnichannel e-commerce*, RUPARUPA membentuk adanya Departemen *Marketing* guna mendukung aktivitas pemasaran digital agar mampu meningkatkan keterlibatan, memperkuat pencitraan merek, hingga meningkatkan penjualan. Pemegang menjadi salah satu bagian dari Departemen *Marketing* RUPARUPA yang dipimpin oleh Budiono Darmawan selaku *Chief Marketing Officer* (CMO).

Departemen *Marketing* terdiri atas beberapa divisi atau tim guna mendukung jalannya aktivitas pemasaran dari RUPARUPA, diantaranya:

1.) *Campaign Squad*

Bertanggung jawab untuk mengembangkan, mengelola, dan melaksanakan strategi pemasaran dan promosi mulai dari ide hingga promosi serta bertanggung jawab untuk mengoptimalkan kampanye pemasaran melalui berbagai *digital assets* dari RUPARUPA. Selain itu, divisi ini juga bertanggung

jawab untuk mendukung kampanye pemasaran dari *Business Unit* (BU) yang terdapat di RUPARUPA, BU *apps*, dan *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia. *Campaign Squad* juga melaksanakan aktivitas *monitoring* dan *reporting* kampanye pemasaran serta *monitoring* dan *analysis* kompetitor untuk dijadikan ide dan inspirasi aktivitas pemasaran RUPARUPA kedepannya. Tidak hanya itu, *Campaign Squad* juga bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan evaluasi kampanye yang telah dilaksanakan.

2.) *Digital Ads Strategist*

Bertanggung jawab untuk membuat strategi kampanye pemasaran dengan mengintegrasikan aset digital melalui proyek *digital activation*. Selain itu, *Digital Ads Strategist* juga bertugas untuk meningkatkan kualitas SEO dan SEM pada *platform* daring perusahaan.

3.) *Partnership Strategist*

Bertanggung jawab untuk mengadakan kerja sama antara RUPARUPA dengan pihak eksternal seperti bank. Selain itu, *partnership strategist* juga bertanggung jawab untuk melakukan hubungan kerjasama secara *cross partnership* seperti Traveloka, Telkomsel, dan lainnya. Pada intinya, *Partnership Strategist* bertanggung jawab terhadap pembayaran dalam di RUPARUPA.

4.) *Customer Engagement Strategist*

Bertanggung jawab dalam merancang atau membuat hingga mengaplikasikan materi komunikasi yang nantinya akan dinaikkan dalam *own channel web* dan aplikasi RUPARUPA seperti *push notif*, *web push*, dan lainnya.

5.) *Brand & Social Media*

Bertanggung jawab untuk membuat *brand messaging* di seluruh media dan *platform* yang berkaitan dengan RUPARUPA. Selain itu, *Brand Squad* juga

bertugas untuk mengembangkan *brand campaign* melalui analisis *feedback* pelanggan, tren pasar, dan tanggapan survei serta mengawasi seluruh materi iklan *brand*. *Brand Squad* juga perlu memastikan bahwa seluruh komunikasi yang dilakukan telah mengikuti pedoman merek serta mempunyai nada dan pesan yang konsisten. Sedangkan, divisi *social media* bertugas untuk memproduksi dan mengunggah seluruh keperluan konten di media sosial seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan YouTube dari Rugarupa. Pada intinya, *brand squad* dan *social media* bertanggung jawab untuk membuat cerita merek yang bertujuan untuk membangun hubungan emosional antara Rugarupa dan pelanggan.

6.) *Creative*

Bertanggung jawab untuk membuat dan mendesain seluruh keperluan *asset* visual di aplikasi dan situs dari Rugarupa seperti *page banner*, *slider banner*, *microsite*, *banner microsite*, promo major, promo hari ini, *current offers*, dan lainnya.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA