

BAB II

GAMBARAN PERUSAHAAN

2.1 Tentang *Synergy Via Online*

Synergy Via Online (SVO) merupakan platform pemasaran digital terkemuka di kawasan Asia Pasifik yang didirikan pertama kali di Malaysia oleh Henry Chin dan Andy Tan dengan didampingi oleh Paul Tan, Shawn Wong dan Justin Teow. Dalam lima tahun terakhir, SVO telah berkembang dan tersebar ke berbagai negara seperti Indonesia, China, Taiwan, Hongkong, Singapore, Vietnam, Thailand dan beberapa wilayah negara lainnya. Untuk Negara Indonesia dengan pendirinya bernama Riyard Setioso telah memiliki 5 cabang yang aktif yaitu Garuda Jakarta, Sky Jakarta, PKU 1-Pekanbaru, PKU 2- Pekanbaru dan SDG- Sleman Jawa tengah.

SVO (*Synergy Via Online*) bekerjasama dengan Wellous yakni sebuah perusahaan asal Malaysia yang berfokus pada produk kesehatan dan suplemen. SVO bekerja sama karena sinergi ini saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Wellous, sebagai brand kesehatan terkenal, memiliki produk berkualitas yang diminati oleh konsumen, salah satunya merupakan *DVN Chewable Tablet*.



Gambar 2. 1 Produk DVN
Source: GDrive Marketing Tools DVN

DVN *Chewable Tablet* merupakan suplemen kecantikan yang dirancang untuk mendukung kesehatan kulit. Produk ini mengandung kolagen berkualitas tinggi, *L-Glutathione*, dan Vitamin C, yang bekerja sama untuk memberikan manfaat seperti meningkatkan kelembaban kulit, mengurangi garis halus, dan memberikan tampilan kulit yang lebih cerah. Kolagen membantu menjaga elastisitas dan kelembaban kulit, sementara *L-Glutathione*, sebagai antioksidan, melawan radikal bebas dan mendukung kesehatan kulit. Vitamin C dikenal untuk meningkatkan produksi kolagen alami serta melindungi kulit dari kerusakan akibat sinar UV. Dengan manfaat ini, DVN *Chewable Tablet* dapat membantu meningkatkan kelembaban kulit, mengurangi garis halus dan kerutan, serta mencerahkan kulit secara alami. Untuk hasil optimal, disarankan mengonsumsi dua tablet kunyah setiap hari. Dengan bentuk tablet yang dapat dikunyah dan rasa yang menyenangkan, produk ini merupakan pilihan praktis bagi mereka yang ingin menjaga kesehatan kulit dengan cara yang lebih nyaman dan menyenangkan.

Sementara SVO memiliki jaringan distribusi yang luas melalui model bisnis dropshipping. Kerjasama ini memungkinkan SVO memperkaya portofolio produk mereka dengan memasukkan suplemen dan produk kesehatan yang populer dari Wellous. Di sisi lain, Wellous dapat memanfaatkan platform SVO untuk memperluas jangkauan pasar mereka, khususnya ke negara-negara yang lebih luas, seperti Indonesia, tanpa harus menanggung biaya logistik dan distribusi yang besar. Kolaborasi ini memperkuat posisi kedua perusahaan dalam industri kesehatan dan *e-commerce*. Produk Wellous tidak diperjualbelikan di *e-commerce* Indonesia karena perusahaan mengadopsi strategi pemasaran yang lebih terkontrol melalui saluran penjualan langsung.

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

Penjualan produk Wellous dilakukan melalui link iklan yang akan menghubungkan langsung calon pembeli dengan customer service di WhatsApp. Pendekatan ini memungkinkan Wellous menjaga eksklusivitas produk mereka dan memastikan bahwa setiap transaksi dapat diawasi dengan lebih ketat, mengurangi risiko pemalsuan produk yang mungkin terjadi di platform *e-commerce*. Selain itu, interaksi langsung dengan *customer service* memungkinkan perusahaan memberikan layanan yang lebih personal, termasuk konsultasi produk yang lebih tepat untuk kebutuhan kesehatan pelanggan, sehingga menciptakan pengalaman pembelian yang lebih terpercaya dan aman.

SVO yang ada di Indonesia bergerak sebagai perusahaan *droshipper* di bawah *Synergy Via Online* (SVO) dengan visi menjadi pemimpin global dalam dunia pemasaran online, SVO ID menekankan tujuan untuk mengembangkan industri *online marketing* dan membuka kesempatan kepada para *entrepreneur* muda untuk belajar cara berjualan dan berbisnis online.

SVO menawarkan berbagai macam jasa, di antaranya yaitu:

1) Memiliki gudang untuk produk Wellous di Indonesia

SVO menawarkan jasa memiliki gudang untuk produk Wellous di Indonesia sebagai upaya untuk mempercepat dan mempermudah proses distribusi produk kepada konsumen lokal. Dengan adanya gudang di Indonesia, SVO dapat mengelola stok secara lebih efisien dan mengurangi waktu pengiriman, sehingga konsumen tidak perlu menunggu lama untuk menerima produk yang mereka pesan. Selain itu, penyimpanan produk di dalam negeri juga membantu menekan biaya logistik, seperti bea cukai dan pengiriman internasional, yang pada akhirnya dapat menurunkan harga produk bagi konsumen. Langkah ini juga memungkinkan SVO untuk lebih responsif terhadap permintaan pasar di Indonesia, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperkuat posisinya sebagai distributor terpercaya untuk produk Wellous di Indonesia.

2) Mengiklankan produk Wellous di platform media sosial Indonesia (seperti

facebook, Instagram, dan TikTok)

SVO mengiklankan produk Wellous di platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok di Indonesia karena media ini memiliki jangkauan luas dan efektif untuk menjangkau audiens yang lebih besar. Penggunaan media sosial sebagai saluran iklan memungkinkan SVO untuk menargetkan pasar yang tepat dengan lebih spesifik melalui fitur targeting yang ada pada platform tersebut. Dengan memanfaatkan tren digital dan gaya hidup masyarakat yang semakin terhubung dengan media sosial, SVO dapat menarik perhatian konsumen potensial, meningkatkan brand *awareness*, serta mempromosikan produk Wellous secara lebih interaktif dan visual. Selain itu, iklan di platform ini memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen melalui fitur link iklan yang terhubung ke WhatsApp, memudahkan komunikasi dan memberikan pengalaman berbelanja yang cepat dan nyaman. Strategi ini memungkinkan SVO memanfaatkan kekuatan media sosial untuk mendukung pertumbuhan penjualan Wellous di Indonesia.

3) Menjadi *sellers* produk wellous

SVO menjadi *sellers* produk Wellous karena kemitraan ini memberikan peluang bisnis yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Wellous, sebagai brand kesehatan terkemuka, memiliki produk yang berkualitas dan telah terbukti diminati oleh konsumen, sementara SVO memiliki keahlian dalam distribusi dan penjualan produk melalui model *dropshipping*, yang mempermudah proses penjualan tanpa harus menanggung biaya penyimpanan dan pengelolaan stok. Dengan menjadi *sellers* produk Wellous, SVO dapat memanfaatkan jaringan distribusinya yang luas serta strategi pemasaran digital yang efektif untuk menjangkau pasar Indonesia dan negara lain. Selain itu, SVO dapat memperluas portofolio produknya dengan menawarkan produk-produk kesehatan yang berkualitas, meningkatkan reputasi dan daya tariknya di kalangan konsumen. Kolaborasi ini memperkuat posisi SVO sebagai distributor terpercaya sekaligus membantu Wellous memperluas jangkauan pasar di luar Malaysia.

4) Mengirimkan barang dan bekerja sama dengan JNE & JNT

SVO bekerja sama dengan JNE dan J&T untuk pengiriman barang karena kedua perusahaan logistik ini memiliki jaringan distribusi yang luas dan terpercaya di Indonesia. Dengan bermitra bersama JNE dan J&T, SVO dapat memastikan bahwa produk Wellous yang mereka jual dapat dikirim dengan cepat, aman, dan efisien ke seluruh penjuru Indonesia, termasuk wilayah terpencil. Kedua layanan logistik ini dikenal memiliki berbagai pilihan pengiriman yang fleksibel, mulai dari pengiriman reguler hingga ekspres, yang memungkinkan SVO memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Selain itu, reputasi JNE dan J&T sebagai perusahaan logistik yang andal juga membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap proses pengiriman produk SVO. Kolaborasi ini memungkinkan SVO menjaga kepuasan pelanggan dengan menyediakan layanan pengiriman yang efisien dan tepat waktu.

Selain itu, berikut adalah beberapa jenis klien yang menggunakan layanan SVO:

- 1) *Brand* luar Asia yang ingin mulai menjual dan mengiklankan produknya di Indonesia

Klien SVO berasal dari brand luar, terutama yang berbasis di Asia, yang ingin mulai menjual dan mengiklankan produk mereka di Indonesia karena pasar Indonesia menawarkan potensi yang sangat besar. Dengan populasi yang besar dan semakin meningkatnya minat konsumen terhadap produk-produk baru, banyak brand internasional melihat Indonesia sebagai kesempatan strategis untuk ekspansi bisnis. SVO, sebagai distributor lokal yang memiliki pemahaman mendalam tentang pasar Indonesia dan strategi pemasaran digital yang efektif, menjadi pilihan menarik bagi *brand-brand* tersebut. Melalui kemitraan dengan SVO, brand luar dapat memanfaatkan jaringan distribusi dan platform pemasaran yang sudah ada, sehingga mereka dapat fokus pada pengembangan produk dan branding, sementara SVO menangani aspek penjualan dan logistik. Hal ini memungkinkan *brand* luar untuk masuk ke pasar Indonesia dengan lebih cepat dan efisien, mengurangi risiko dan biaya yang terkait dengan memasuki pasar baru.

- 2) Para *entrepreneur* muda yang sedang belajar cara berjualan dan berbisnis online

Klien SVO, yang terdiri dari para *entrepreneur* muda, tertarik untuk belajar cara berjualan dan berbisnis online karena mereka menyadari pentingnya digitalisasi dalam dunia bisnis saat ini. Dengan semakin banyaknya konsumen yang beralih ke belanja online, pemahaman tentang strategi pemasaran digital, manajemen *e-commerce*, dan penggunaan platform sosial media menjadi keterampilan yang sangat berharga. SVO menyediakan bimbingan dan sumber daya yang diperlukan untuk membantu para *entrepreneur* ini memahami seluk-beluk berjualan secara online, mulai dari cara membangun brand hingga teknik pemasaran yang efektif. Melalui pelatihan dan dukungan yang diberikan, SVO membantu para *entrepreneur* muda untuk meraih kesuksesan di pasar digital yang kompetitif.

Synergy Via Online merupakan platform yang menggunakan kolaborasi, komunikasi, dan pengelolaan proyek secara digital, yang sangat relevan dengan pekerjaan *content creator* yang sering melibatkan kerja jarak jauh dan penggunaan teknologi digital. Jakarta sebagai pusat industri kreatif menyediakan banyak peluang bagi *content creator* untuk berkolaborasi melalui platform digital seperti SVO, yang memungkinkan mereka untuk mengelola berbagai aspek pekerjaan seperti pembuatan konten, editing, serta distribusi tanpa perlu bertatap muka. Penggunaan SOV juga mendukung efisiensi kerja karena memudahkan koordinasi antar tim, berbagi file, dan berkomunikasi dalam satu platform terpadu, yang sangat penting dalam dunia digital kreatif yang serba cepat. Oleh karena itu, *Synergy Via Online* menjadi pilihan tepat untuk mendukung aktivitas *content creator*, terutama di kota besar seperti Jakarta, di mana mobilitas dan kolaborasi *online* sangat diperlukan.



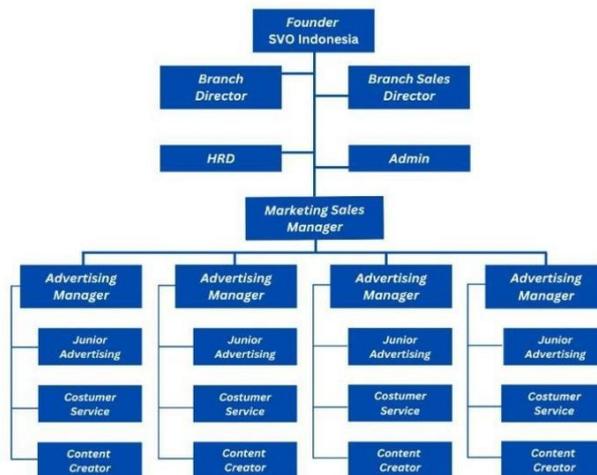
Gambar 2. 1 Logo SVO ID
Source: svojakartapalmerah.com

2.2 Visi Misi Synergy Via Online

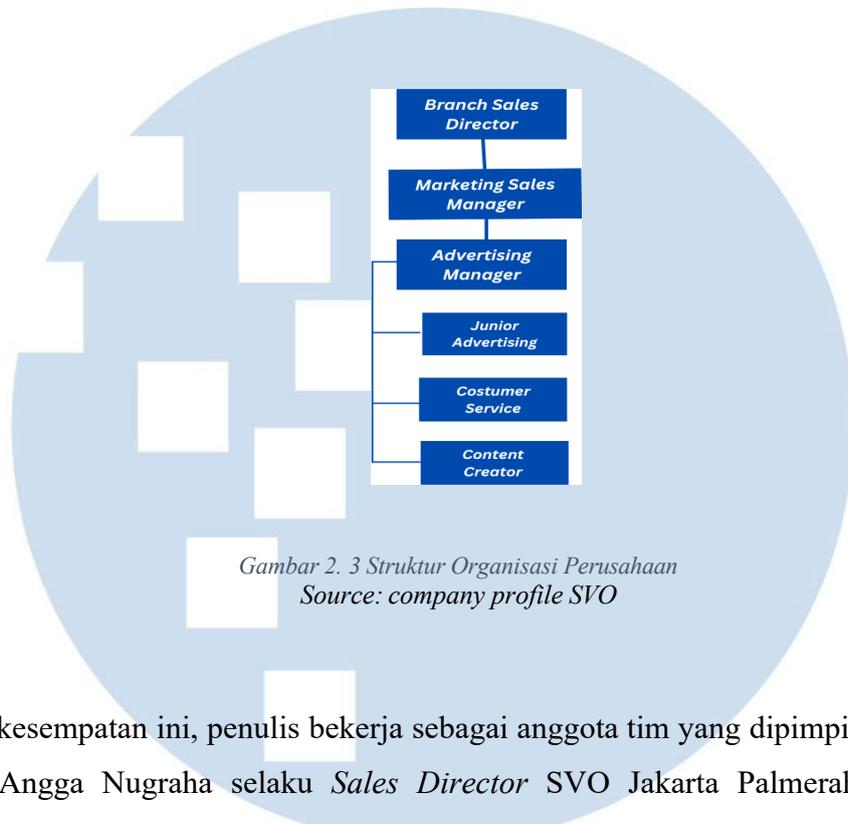
Visi Perusahaan: Menjadi pemimpin global dalam dunia pemasaran *online*.

Misi Perusahaan: Merevolusi industri *online marketing* menuju tingkat professional dengan sistem komprehensif yang baik.

2.3 Struktur Organisasi Synergy Via Online



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Perusahaan
Source: Company profile SVO



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Perusahaan
Source: company profile SVO

Pada kesempatan ini, penulis bekerja sebagai anggota tim yang dipimpin langsung oleh Angga Nugraha selaku *Sales Director* SVO Jakarta Palmerah. Tim ini memiliki tanggung jawab dalam hal produksi konten-konten media dan juga penjualan produk DVN. Berikut adalah bagan tim beserta dengan tanggung jawabnya:

a) *Sales Director*

Sales Director memiliki tugas dan tanggung jawab yang luas dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan perusahaan. *Sales Director* bertanggung jawab untuk mengembangkan strategi penjualan yang efektif, mengelola tim penjualan, serta memantau dan meningkatkan kinerja penjualan secara terus-menerus. Selain itu, *Sales Director* juga harus berkomunikasi dengan tim lainnya, seperti marketing dan produksi, untuk memastikan koordinasi yang baik dan meningkatkan efisiensi operasional.

b) *Customer Service*

Customer Service memiliki tugas dan tanggung jawab yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan reputasi perusahaan. Dalam hal ini, *Customer Service* menangani keluhan dan pertanyaan pelanggan dengan efektif dan efisien, serta memberikan informasi yang akurat dan jelas tentang produk atau layanan yang ditawarkan dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan untuk memastikan kepuasan pelanggan yang tinggi dan loyalitas yang kuat.

a) *Content Creator*

Tanggung jawab utama seorang *Content Creator* adalah mengembangkan dan mengelola konten yang berkualitas dan relevan untuk platform media sosial, situs web, atau aplikasi. Tugasnya meliputi merancang strategi konten yang sesuai dengan tujuan bisnis, menulis dan mengedit konten yang menarik dan informatif, serta mengelola dan memantau performa konten melalui analisis data.

b) *Marketing Sales Manager*

Tugas dan tanggung jawab utama *Marketing Sales Manager* meliputi mengembangkan strategi penjualan yang efektif, memantau dan meningkatkan penjualan produk, serta memastikan kualitas produk dan layanan yang diberikan kepada pelanggan. Dalam hal ini, *Marketing Sales Manager* berperan sebagai koordinator antara departemen marketing dan penjualan untuk memastikan sinkronisasi strategi dan tujuan bisnis, serta memantau dan mengelola anggaran penjualan. Selain itu, harus mampu berkomunikasi efektif dengan tim penjualan, departemen lain, serta pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan..

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