



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan



Alamat : Senayan Trade Center 4<sup>th</sup> Floor no. 1006

Jl. Asia Afrika Pintu Timur IX- Gelora

Jakarta Selatan Indonesia

Phone : (021) 5793-1900

Email : askme@cleanshop.co.id

PT. Cleanshop Indonesia merupakan perusahaan yang bernaung dibawah PT. EX.CLEANINDO yang bergerak dalam bidang *Fast Moving Consumer Good* (FMCG) dalam bidang *cleaning*. Penjualan produk Cleanshop bersifat *business to consumer* (B2C), yaitu dimana perusahaan (*business*) yang melakukan penjualan produk-produknya langsung kepada pembeli (*consumer*). Beberapa produk yang dijualnya masuk dalam kategori produk rumah tangga yaitu deterjen, pewangi pakaian, sabun pembersih, dll. Sedangkan beberapa produk lainnya dapat dikategorikan sebagai produk *health dan personal* seperti sabun mandi, sanitasi toilet dan *hand sterilizer*. Awalnya Cleanshop ingin diasosiasikan sebagai toko *online* yang menjual produk-produk kebersihan dan menjadi solusi dalam bidang kebersihan bagi masyarakat. Namun seiring dengan berjalan waktu dalam mengembangkan *website onlineshop*-nya, Cleanshop tetap memasarkan produknya dan menjalankan aktivitas *marketing communication* secara *offline*.

Cleanshop memiliki sekitar 15 karyawan yang terbagi kedalam beberapa bagian yaitu *sales, business development & marketing communication*, dan admin. Selain itu Cleanshop juga memiliki sejumlah *reseller* yang berdomisili di berbagai kota, seperti: Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali dan Makassar. Produk

unggulan dari Cleanhop, yaitu *Q-San Toilet Seat Sanitizer & Sterobac Hand Sterilizer* sudah terjual di beberapa *store modern channel*, seperti Guardian, Watson, Foodhall, Ranch Market, Farmers Market, Lotte Mart, Alfamidi, Pepito dan beberapa *store* lainnya yang terletak di kota Jakarta, Surabaya dan Bali. Selain itu Produk Cleanshop juga sudah terjual di beberapa *store online* seperti tokopedia.com, bilna.com, elevania.com, dan beberapa *online store* lainnya.

Tahun 2014 ini, Cleanshop tengah mengembangkan website berbasis *online shop* untuk memperluas market Cleanshop. Selain itu Cleanshop juga memulai membuat akun *social media* (Twitter dan Fanpage Facebook) untuk kedua produk unggulan Cleanshop yang kedepannya akan digunakan sebagai media informasi dan publikasi kepada pelanggan atau calon pelanggan.

### 2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Sebagai perusahaan nasional yang bergerak di bidang *cleaning*, Cleanshop mempunyai visi dan misi yang menjadi pedoman bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, yaitu:

**Visi:**

Menjadi perusahaan nasional yang bergerak dalam bidang *cleaning*. Visi Cleanshop biasa disingkat dengan “**Clean The Archipelago**”.

**Misi:**

Meningkatkan budaya kebersihan dengan cara menghadirkan produk-produk *cleaning and health* yang berkualitas yang dapat memberikan solusi budaya bersih kepada masyarakat. Misi Cleanshop ini biasa disingkat dengan “**Clean is the lifestyle**”.

Sama halnya dengan perusahaan lainnya, Cleanshop memiliki *core values* yang menjadi nilai-nilai dasar bagi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Adapun empat *core values* yang dimiliki Cleanshop antara lain;

1. Passion for TEAM (Together Effort Achieve More)

Organisasi perlu memiliki *good team work* untuk meraih sukses bersama karena kesuksesan tidak dapat dicapai seorang diri.

## 2. Passion to achieve a Greatness

Perusahaan berusaha untuk mencapai nilai-nilai yang terbaik dalam membuat produk, meningkatkan kinerja organisasi menjadi yang terbaik, mencapai nilai yang terbaik dan menghasilkan *output* yang terbaik. Sehingga pekerjaan yang dilakukan tidak setengah-setengah atau tidak bekerja asal-asalan.

## 3. Passion to Learn

Seluruh organisasi diharapkan mempunyai semangat untuk terus belajar guna meningkatkan kinerja, baik itu untuk meningkatkan intelektual/*knowledge*, karena hanya organisasi yang mau terus belajar yang dapat memberikan inovasi baru untuk meraih sukses.

## 4. Passion to Love

Perusahaan ingin menjadi '*lovely company*' yaitu menghasilkan produk yang dicintai market, karyawan senang bekerja karena memiliki harapan untuk terus berkembang dan para *shareholders* senang karena perusahaan memiliki reputasi dan *profitability* yang baik.

### 2.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Cleanshop Logo

Nama Cleanshop dipilih perusahaan awalnya dari kata *clean* yang berarti bersih dan *shop* yang berarti toko. Sejak awal Cleanshop ingin diasosiasikan sebagai toko yang menjadi sarana/tempat dalam memfasilitasi produk-produk kebersihan dan sanitasi. Selain itu menjadi solusi bagi masyarakat dalam meningkatkan kebersihan guna memelihara budaya bersih.

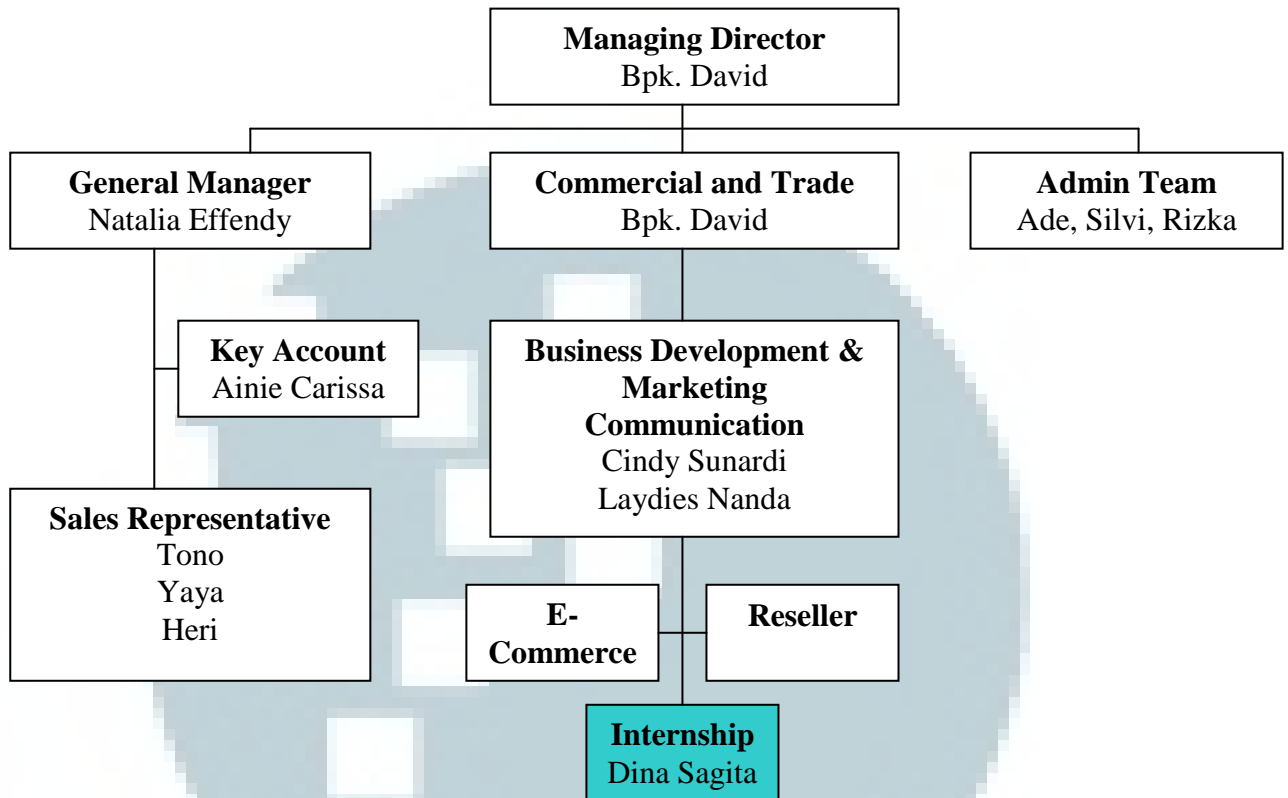
Artinya dari logo Cleanshop yaitu menggambarkan alat-alat kebersihan, sanitasi dan menunjukkan kegiatan bersih-bersih dalam kehidupan sehari-hari. Logo ini disesuaikan dengan pemilihan nama Cleanshop itu sendiri. Warna biru dipilih karena mempunyai persepsi bersih.

### **2.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan**

Untuk melakukan seluruh pekerjaan, diperlukan adanya koordinasi yang baik antar departemen. Struktur organisasi perusahaan berperan untuk menggambarkan hubungan yang struktural kepada masing-masing departemen di dalam perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi dalam suatu perusahaan, maka akan memberikan kejelasan pekerjaan, wewenang dan tanggungjawab kepada masing-masing karyawan dalam melakukan pekerjaannya. Sehingga pekerjaan yang dilakukan akan lebih terarah dan efektif. Berikut struktur organisasi PT Cleanshop Indonesia:

U M M N

Bagan 2.1 Struktur Organisasi PT. Cleanshop Indonesia



Sumber : Cindy Sunardi, Business Development & Marketing Communication PT. Cleanshop Indonesia

## 2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Berdasarkan jabatan yang telah diuraikan di atas, setiap divisi memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing. Adapun jenis pekerjaan dan tanggung jawab yang dilakukan oleh divisi *Business Development & Marketing Communication* PT. Cleanshop Indonesia antara lain ialah;

1. Business Development bertanggung jawab dalam menyusun *sales activity* Cleanshop, mengembangkan program *reseller* dan *affiliate* baik secara offline maupun online.
2. Marketing Communication bertanggung jawab menyusun konten website, berkoordinasi dengan *social media* agency, memonitor *social media*,

mempersiapkan kebutuhan *event*, meng-*update* program promosi di setiap *store*.

3. Reseller bertanggung jawab untuk menyusun program reseller, mencari dan membina reseller. Para *reseller* sendiri yang terletak di berbagai kota bertanggung jawab untuk memasarkan kembali produk Cleanshop ke target market mereka.
4. E-Commerce, bertanggung jawab untuk membuat *sales promotion* program, berkoordinasi dengan *web developer* dan *web design* untuk mengatur tampilan website. Tenaga kerja yang membantu *e-commerce* ini adalah tenaga kerja *outsourcing* yang ahli di bidangnya dan bukan pegawai tetap.

UMMN