

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Ralali didirikan oleh Joseph Aditya pada tahun 2013 dengan modal awal sekitar Rp 500 juta hingga Rp 1 miliar, dan telah berkembang menjadi salah satu platform *e-commerce* B2B terbesar di Indonesia. Sejak awal, Ralali.com berfokus pada inovasi dan ekspansi, dimulai dengan kantor sementara di Tridynamika hingga memiliki kantor pusat sendiri di Alam Sutera. Seiring waktu, perusahaan ini berhasil mendapatkan pendanaan dari berbagai investor terkemuka, termasuk East Ventures, Beenos Partners, Digital Garage, dan SBI Group. Ralali.com terus berevolusi dengan meluncurkan fitur-fitur inovatif seperti RFQ, aplikasi mobile, dan *BIG Agent* untuk memperluas layanan bagi pelaku bisnis. Ekspansi geografis juga dilakukan dengan membuka kantor cabang di berbagai kota di Indonesia serta memperkenalkan RalaliAgent dan RalaliConnect. Pada tahun 2022, Ralali.com memperkuat merek dengan slogan baru "*Business Grow Here*" dan berfokus pada lima solusi bisnis utama. Inovasi terus berlanjut dengan pengembangan platform seperti Kalibrasi.com dan Limbah.id, serta penerapan teknologi AI untuk meningkatkan efisiensi layanan. Melalui perjalanan ini, Ralali.com telah membuktikan diri sebagai platform pengadaan bisnis yang inovatif dan berdaya saing tinggi di pasar Indonesia dan Asia Tenggara.

Saat ini Ralali adalah perusahaan besar yang memiliki beberapa cabang salah satunya Ralali Food. Ralali Food merupakan sektor bisnis yang bergerak pada bidang makanan. Ralali Food sendiri terbagi menjadi tiga yaitu MinaSoku, Lanana, dan juga service (OEM/maklon, *white label*, jasa retort). MinaSoku sendiri merupakan produk makanan yang dibuat untuk menjadi solusi menghadapi permasalahan *food waste* yang terus melanda Indonesia. Ralali Food hadir sebagai solusi untuk membantu pelaku bisnis di sektor makanan dan minuman (F&B) serta industri hotel, restoran, dan catering (HoReCa) dalam mengelola stok makanan agar lebih efisien dengan menggunakan produk milik MinaSoku yang sudah

menggunakan teknologi retort. Teknologi retort ini akan membuat makanan bertahan lebih lama di suhu ruangan. Sedangkan untuk Lanana merupakan salah satu produk unggulan *Ready to Eat* dari Ralali Food, dirancang untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup modern yang serba cepat. Lanana menawarkan solusi makanan instan yang praktis, lezat, dan bergizi. Hanya dengan menambahkan air panas, konsumen sudah dapat menikmati hidangan siap santap dalam hitungan menit.

2.2 Visi Misi Perusahaan

Ralali memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI PERUSAHAAN

Membantu bisnis tumbuh melalui ekosistem bisnis digital.

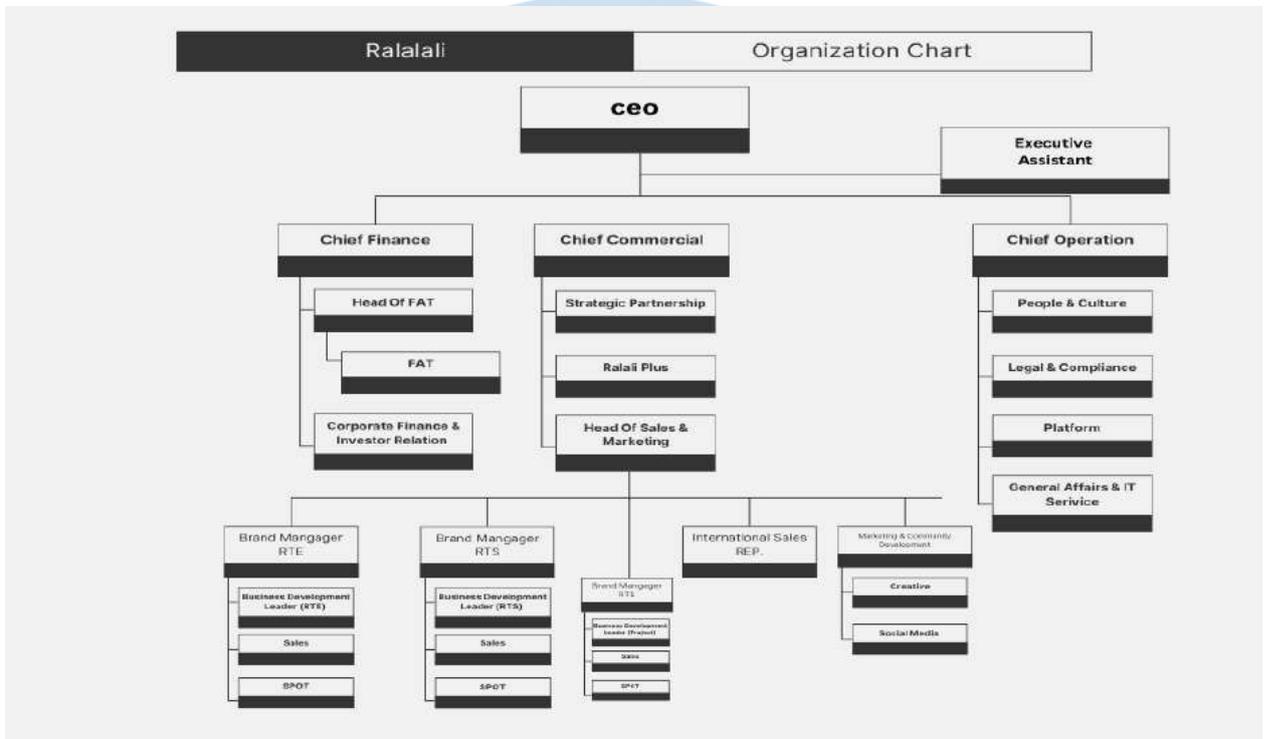
MISI PERUSAHAAN

1. Ralali bertujuan untuk membangun ekosistem bisnis digital terbaik.
2. Ralali membayangkan dapat membantu pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui pemanfaatan pasar lokal.
3. Kami mengembangkan individu melalui pengoptimalan bakat mereka dalam teknologi digital dan bisnis

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.1 Struktur Organisasi Ralali

Sumber : Data Internal PT Raksasa Laju Lintang (2025)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.4 Ruang Lingkup Divisi Social Media Specialist



Gambar 2.2 Ruang Lingkup Kerja Ralali
Sumber : Data Internal PT Raksasa Laju Lintang (2025)

Sesuai dengan yang terlihat pada gambar 2.2, divisi *Social Media Specialist* Ralali berada di bawah divisi Marketing dan di kepalai oleh *Head Of Sales and Marketing* Ralali. *Social Media Specialist* sendiri dibentuk atas dasar untuk bisa memaksimalkan setiap kegiatan media sosial yang dimiliki oleh Ralali itu sendiri. *Social Media Specialist* bertanggung jawab pada setiap media sosial yang dimiliki perusahaan, tidak hanya itu *Social Media Specialist* juga bertanggung jawab atas pembuatan konten yang terdiri dari *brainstorming* ide konten, penentuan *target market* konten, *tone of voice* konten, pembuatan konten, hingga pemantauan *metrics* konten itu sendiri.

Media Sosial yang Ralali gunakan ada 3, yaitu Instagram, Tiktok, dan juga Youtube. *Social Media specialist* bertanggung jawab kepada ketiga sosial media tersebut. Ralali tidak memiliki tim – tim tertentu untuk setiap media sosial, setiap media sosial dikerjakan oleh *social media specialist* dan juga tim creative yang lainnya. Dalam beberapa minggu tim marketing akan melakukan *weekly meeting*, dengan tujuan untuk saling mendiskusikan terkait strategi marketing dalam media sosial dan juga mengetahui progress kerja setiap orang. Dalam *weekly meeting* ini

juga setiap anak magang bisa mengetahui kinerja lebih lanjut mengenai marketing dalam sebuah perusahaan.

Bekerja di Ralali menggunakan Notion dan juga Whatsapp sebagai alat untuk berkordinasi satu sama lain.

Alur kerja Ralali adalah sebagai berikut :

1. Melakukan *Weekly meetings* untuk mendiskusikan strategi marketing alam media sosial dan juga mengetahui progress kerja setiap orang.
2. *Social Media Specialist* akan melakukan *brainstorming* terkait ide konten yang akan dilakukan dalam seminggu, selain *brainstorming social media specialist* juga akan memastikan apakah akan ada konten - konten seasonal tertentu yang perlu dimaksukan ke media sosial dalam seminggu. Konten tersebut akan dikirimkan melalui Notion kepada beberapa orang terkait.
3. Setelah itu pihak-pihak terkait akan meninjau ide-ide yang sudah diberikan dan melakukan *approval*.
4. Setelah medapatkan *approval*, konten bisa dibuat oleh tim *Creative Design*.
5. Tim Media sosial menjadwalkan waktu *posting, caption, hashtag* melalui Notion pada laman yang sesuai dengan ide yang ada. Laman tersebut akan diperiksa secara berkala
6. Setelah semua hal sudah sesuai dan disetujui, konten bisa untuk dipublikasikan ke media sosial terkait.
7. Melakukan pengisian pada sheets *social media metrics* setiap minggu untuk mengukur setiap media sosial yang ada