

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Toko Benning Sembako yang didirikan oleh Joko Nugroho Edi pada tahun 2020 dan berlokasi di wilayah Pasar Kemis, Tangerang. Usaha ini awalnya dibangun sebagai toko sembako yang menyediakan berbagai kebutuhan pokok masyarakat sekitar, seperti beras, minyak goreng, gula, dan berbagai kebutuhan rumah tangga lainnya. Kehadiran Toko Benning Sembako bertujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat dengan harga yang terjangkau dan pelayanan yang mudah diakses.

Pada awal operasionalnya, Toko Benning Sembako menjalankan kegiatan penjualan secara konvensional dengan melayani pembelian langsung di toko fisik. Seiring berjalannya waktu, toko ini mulai dikenal oleh masyarakat sekitar sebagai penyedia kebutuhan pokok yang praktis dan terpercaya. Fokus utama usaha pada tahap awal adalah menjaga ketersediaan produk, kualitas barang, serta membangun hubungan baik dengan pelanggan.



Gambar 2.1 Logo Toko Benning Sembako  
Sumber: Tim Digital Marketing Toko Benning (2025)

Sejalan dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, Toko Benning Sembako mulai melakukan penyesuaian strategi usaha dengan memanfaatkan platform digital. Pengembangan penjualan melalui media sosial dan platform e-commerce dilakukan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Langkah ini menjadi bagian dari upaya Toko Benning Sembako dalam beradaptasi dengan era digital dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

## **2.2 Visi dan Misi**

### **Visi**

Menjadi toko sembako yang terpercaya dan berdaya saing, baik secara konvensional maupun digital, dalam memenuhi kebutuhan harian masyarakat dengan pelayanan yang mudah, cepat, dan terjangkau.

### **Misi**

1. Menyediakan produk kebutuhan pokok yang lengkap, berkualitas, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
2. Memberikan pelayanan yang ramah, responsif, dan mengutamakan kepuasan pelanggan.
3. Memanfaatkan platform digital dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan kemudahan akses bagi konsumen.
4. Mengembangkan strategi pemasaran berbasis konten digital guna meningkatkan brand awareness dan daya saing usaha.
5. Menjalankan usaha secara konsisten dan berkelanjutan dengan mengikuti perkembangan teknologi dan perilaku konsumen.

## **2.3 Struktur Organisasi Perusahaan**

Toko Benning Sembako menerapkan struktur organisasi sederhana dengan pembagian tugas berdasarkan fungsi kerja. Struktur ini disesuaikan dengan skala usaha mikro, di mana satu individu dapat menjalankan lebih dari satu peran untuk menunjang efisiensi operasional. Secara garis besar, struktur organisasi Toko

Benning Sembako terbagi atas beberapa fungsi utama, yaitu pengelolaan usaha, operasional toko, serta pemasaran dan pengelolaan toko online.

Fokus utama dalam laporan ini adalah fungsi pemasaran digital dan pengelolaan toko online, karena penulis menjalani praktik kerja magang pada bidang tersebut, khususnya sebagai digital marketing yang bertanggung jawab atas pembuatan konten promosi serta pengelolaan toko online melalui platform Shopee.



Gambar 2.2 Struktur Toko Benning  
Sumber: Tim Digital Marketing Toko Benning (2025)

### 2.3.1 Content Creation dan Operasional E-Commerce

Dalam praktik kerja magang di Toko Benning Sembako, penulis ditempatkan pada divisi Digital Marketing, sehingga fokus utama laporan ini adalah aktivitas yang terkait dengan pengelolaan konten digital dan toko online. Divisi ini memegang peran penting dalam membangun brand awareness, meningkatkan engagement dengan konsumen, serta mendukung penjualan melalui strategi pemasaran digital yang efektif. Sebagai bagian dari tanggung jawab tersebut, penulis juga berinisiatif membuat akun TikTok dan toko online di Shopee dari awal, sehingga platform digital ini menjadi sarana resmi Toko Benning Sembako untuk promosi dan penjualan.

Sebagai Content Creator, penulis bertanggung jawab dalam merancang dan memproduksi konten promosi untuk media sosial. Kegiatan yang dilakukan mencakup riset ide konten sesuai kebutuhan pasar, penulisan naskah, pengambilan

gambar dan video, proses editing, hingga rendering konten final. Konten yang dibuat diarahkan untuk meningkatkan interaksi dengan audiens sekaligus membangun citra Toko Benning Sembako secara konsisten melalui platform TikTok yang baru dibuat.

Di sisi lain, sebagai operasional e-commerce, penulis mengelola seluruh aktivitas operasional toko online, termasuk pengunggahan produk, pengaturan harga dan stok, pembuatan deskripsi produk yang menarik, serta pengelolaan transaksi penjualan. Penulis juga memantau pesanan, memastikan proses pengemasan dan pengiriman berjalan lancar, serta berkomunikasi dengan pelanggan agar layanan yang diberikan responsif dan memuaskan. Dengan menjalankan kedua peran ini secara bersamaan, sekaligus membangun akun TikTok dan toko Shopee dari awal, penulis berkontribusi langsung terhadap keberhasilan strategi digital marketing dan pengembangan usaha Toko Benning Sembako.