

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT. Bos2Bos Indonesia hadir dan beroperasi sejak 2021 yang dimana organisasi ini menjalani bisnisnya dalam industri *digital marketing*, dan *sosial commerce enablement*, Bos2Bos sendiri langsung menjadi mitra strategis TikTok, hadirnya Bos2Bos dalam pasar ini menjawab kebutuhan pasar dalam proses mendampingi *brand* lokal hingga internasional dalam menembus & scale up market di platform TikTok. Kekuatan utama dari Bos2Bos sendiri adalah bukan dikarenakan dapat memetakan algoritma platform TikTok, melainkan mengkombinasikan disrupti digital menjadi suatu strategi yang berdampak secara nyata untuk menaikkan pertumbuhan yang secara nyata dapat diukur oleh klien



Gambar 2. 1 Logo Bos2Bos Indonesia

Sumber: Websiter Internal Perusahaan

PT. Bos2Bos Indonesia hadir dan beroperasi sejak 2021 yang dimana organisasi ini menjalani bisnisnya dalam industri digital marketing, dan sosial commerce enablement, Bos2Bos sendiri langsung menjadi mitra strategis TikTok, hadirnya Bos2Bos dalam pasar ini menjawab kebutuhan pasar dalam proses mendampingi brand lokal hingga internasional dalam menembus & scale up market

di platform TikTok. Kekuatan utama dari Bos2Bos sendiri adalah bukan dikarenakan dapat memetakan algoritma platform TikTok, melainkan mengkombinasikan disrupsi digital menjadi suatu strategi yang berdampak secara nyata untuk menaikkan pertumbuhan yang secara nyata dapat diukur oleh klien

Bos2Bos Indonesia sendiri berada di kawasan Cengkareng Business itu, Tangerang. Di tempat inilah lebih dari 150 manpower professional bekerja, dari sudut pandang manajemen, rasio jumlah ini menunjukkan sebegitu siap Bos2Bos dalam menangani banyaknya klien secara menyeluruh tanpa perlu menurunkan standar kualitas yang diberikan secara nyata kepada klien. Divisi dalam Bos2Bos ini dibagi menjadi lima pilar utama yang diantaranya adalah Business Development Officer (BDO), Multi Channel Network (MCN), Livestream, Content Creation, hingga Advertisement. Pembagian 5 divisi ini menjadi sangat taktis, dengan tujuan yang jelas yaitu menyatukan seluruh rantai operasional digital marketing dalam suatu komando agar lebih linier antar divisi dan terjadinya informasi yang efisien.

Bila kita lihat model business dari Bos2Bos, akan terdapat empat servis utama yang membentuk ekosistem mandiri (closed-loop) . Lini pertama adalah optimasi akun tiktok yang memiliki layanan berupa merapikan fundamental merek, mulai dari positioning, presisi target audiens, sampai dengan engagement, berikutnya adalah content Creation dimana tim ini tidak hanya membuat video agar viral, namun juga memastikan konten dapat terkalibrasi dengan sangat baik, dan ketat sesuai dengan brief dari klien, selanjutnya adalah live streaming, divisi ini menjadi tombak utama dalam menjadikan engagement sebagai konversi GMV, dimana divisi ini melakukan pengelolaan layanan siaran langsung untuk memancing interaksi dan menghasilkan konversi Gmv, dan yang terakhir adalah Digital Advertisement (TikTok ADS) sebagai akselerator untuk meningkatkan traffic dan nilai konversi.

Keempat lini utama ini saling keterkaitan dan tidak bisa bekerja secara sendiri, semuanya saling terhubung dalam satu kesatuan strategi. Akun yang memiliki

fondasi dasar yang optimal akan menghasilkan konteks organik, dan akan mengarahkan nilai audiens dalam sesi live streaming dan merubah engagement menjadi suatu konversi nyata.

Dan, aset paling utama dan berharga dalam perusahaan ini berada pada divisi Multi Channel Network (MCN). Divisi ini menjadi motor penggerak yang memegang kendali secara langsung kepada lebih dari 10.000 kreator afiliasi aktif dari berbagai macam industri, dan rekam jejak yang masih dengan melibatkan lebih dari 5.000 influencer untuk berbagai kebutuhan kampanye komersial. Dengan skalabilitas yang sangat besar, Bos2Bos sendiri dapat memetakan influencer dengan sangat matang dan presisi, sehingga menghasilkan eksekusi kampanye yang tepat sasaran. Persaingan yang sangat tinggi untuk industri sosial commerce saat ini menjadikan Bos2Bos mengambil peran sebagai mitra strategis dengan pendekatan client-centric. Yang berarti Bos2Bos hadir untuk memenuhi segala kebutuhan klien mulai dari rumusan mendasar hingga dengan kompleksitas tinggi. Dan hal ini tertuang dalam nilai fundamental visi dan misi perusahaan

2. 1.1. Visi Perusahaan

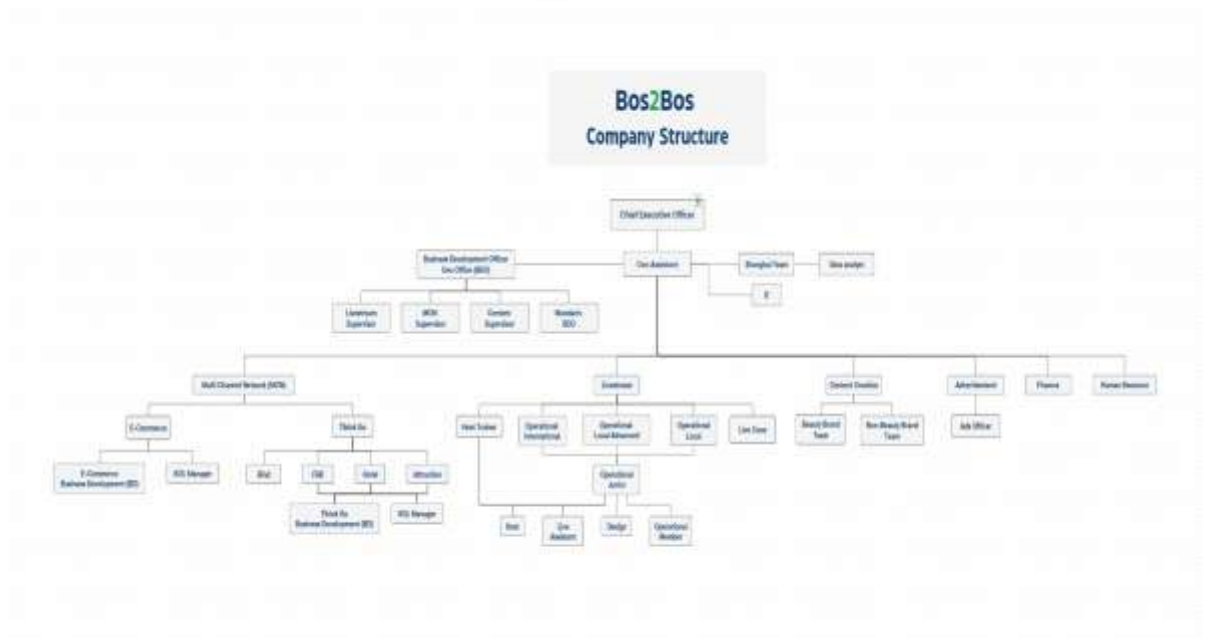
Visi dari Bos2Bos Indonesia sendiri adalah menjadikan Bos2Bos sebagai solusi nyata dalam kebutuhan market, untuk pengembangan market dalam platform TikTok, dengan rekam jejak dan sudah menjadi mitra strategis oleh TikTok. Bos2Bos sendiri hadir sebagai solusi dalam keterbatasan klien untuk memahami secara mendalam bagaimana platform TikTok itu bekerja untuk menghasilkan konversi nyata bagi para klien, dengan menjadikan pimpinan pasar yang inovatif adalah salah satu tujuan utama dari Bos2Bos dalam mengatasi permasalahan para klien dalam industri yang luas.

2.1.2. Misi Perusahaan

Untuk memberikan support dalam menunjang tujuan dari Bos2Bos Indonesia, misi yang di yakini oleh Bos2Bos sendiri dipecah menjadi 5 poin yang menjadi pilarnya dalam menjalani operasional secara menyeluruh:

1. Memberikan layanan terbaik dalam bidang digital marketing, media kreatif, dan pengembangan bisnis secara profesional.
2. Menghasilkan konten dan strategi pemasaran yang inovatif, efektif, dan mengikuti perkembangan tren digital.
3. Membangun hubungan kerja sama yang baik dengan klien, partner, dan tim kerja berdasarkan integritas dan kepercayaan.
4. Mengembangkan sumber daya manusia yang kreatif, adaptif, dan kompeten di bidang industri digital.
5. Mendukung pertumbuhan bisnis klien melalui solusi promosi dan branding yang tepat sasaran.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. Struktur Organisasi Bos2Bos

Sumber: Internal Perusahaan

PT. Bos2Bos Indonesia memiliki struktur organisasi yang langsung dipimpin oleh CEO, yang membawahi Business Development Officer (BDO) Asst. CEO, Shanghai Team, & Data analyst. Lalu secara umum perusahaan terbagi dalam empat divisi utama dalam menjalani operasional sehari-hari. Yang dimana diantaranya adalah Multi Channel Network (MCN) yang bertugas dalam mengelola KOL, influencer, dan kreator selain itu MCN juga berperan dalam memastikan program loyalitas kreator dapat berjalan secara normal, lalu ada Live Stream dimana seluruh operasional livestream dikelola dengan baik pada divisi ini, lalu terdapat content creation yang dimana divisi ini selain bertugas dalam mn-create konten yang viral juga menjadi kurasi dalam setiap konten yang diproduksi untuk brand yang sedang menjalin kerja sama dengan Bos2Bos Indonesia.

Dan, atas semua divisi yang bernaung dalam satu kesatuan hal ini dengan sengaja dimaksudkan agar antar divisi terikat secara mekanisme ketika menjalani operasional, karna semuanya saling berkesinambungan dalam memaksimalkan operasional.

2.3 Portfolio Perusahaan

Bos2Bos Indonesia telah memiliki kepercayaan dari berbagai macam brand besar lintas industri, hal ini menjadi bukti nyata kalau Bos2Bos Indonesia telah menancapkan kiprah nya di dalam industri ini. Namun hal ini bukan hanya sebagai acuan berapa banyak angka yang di miliki, naun ragam portfolio ini menjadi acuan dalam kapasitas profesional Bos2Bos dalam beradaptasi menyesuaikan keinginan klien dan kondisi industri saat ini yang memiliki keinginan dalam setiap klien yang bekerja sama

Sebagai contoh pada industri teknologi dan telekomunikasi, Bos2Bos dipercaya dalam mengerjakan dua brand besar seperti Xiaomi dan Vivo, dan kedua brand besar ini memiliki penetrasi pasar cukup besar dan dalam di indonesia. Dengan dua karakter yang berbeda pada sektor ini, tentu bukan lah hal yang mudah dan sederhana, dikarenakan kampanye yang kita develop harus dirancang dengan

memahami masing-masing karakter dari audiens yang sangat fanatik dalam dunia teknologi, serta peka akan persaingan pasar handphone yang cepat berubah.

Dan, untuk industri kecantikan, serta self-care, Bos2Bos juga mengelola brand premium seperti L'Oréal, Kérastase, dan Skintific. Dalam scope ini, key point berada dalam melakukan perancangan pembuatan konten yang menarik secara visual, serta strategi yang banyak bertumpu dengan kolaborasi antar influencer. Industri kecantikan di Indonesia memiliki siklus yang sangat dinamis, dan Bos2Bos sangat bisa memahami dalam membaca perubahan ini, dan dibuktikan dalam pendekatan berbasis data yang terus berhasil dalam menjadi acuan dasar.

Segmentasi klien masih terus dikembangkan, dan bukan hanya dalam dua industri di atas saja, namun saat ini juga merambah dalam sektor fashion melalui kerja sama dari Guess, Skechers, dan Jiniso. Ketiga brand ini memiliki karakteristik yang menarik mulai dari market internasional (Guess, alas kaki global (Skechers)), dan local pride yang saat ini sedang sangat hype di audiens Gen-Z (Jiniso)



Gambar 2. 2 Pencapaian Diamond TSP Bos2Bos

Sumber: Internal Perusahaan

Kredibilitas management, serta efektifitas pengelolaan operasional yang solid tidak hanya membuahkan suatu hasil kerja sama klien yang organik, namun juga tervalidasi secara legit melalui platform TikTok pada tahun 2025 dalam bentuk Diamond Tik Tok Shop Partner (TSP). Apresiasi ini didapatkan pada proses audit performance metrics yang sangat rigid, meliputi pertumbuhan klien, eskalasi volume transaksi, dan kualitas kampanye digital yang dijalani

Capaian ini menjadi milestone baru bagi internal Bos2Bos, hal ini dikarenakan Diamond TikTok Shop Partner (TSP) merupakan apresiasi puncak dalam piramida para mitra agency TikTok.

Dari aspek strategis, hal ini meningkatkan bargain point bagi Bos2Bos indonesia dalam proses negosiasi bisnis pada klien. Hal ini dikarenakan menjadi nilai tambah dalam Unique Selling Point (USP) saat melakukan pitching klien, dan menjadi garansi nyata bagi klien yang akan melakukan kerja sama kepada Bos2Bos Indonesia

