

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Profil Perusahaan PT Lintas Mitra Perkasa (AsiaCommerce Surabaya)**

##### 2.1.1 Sejarah Perusahaan

AsiaCommerce (PT Lintas Mitra Perkasa) adalah perusahaan jasa yang berorientasi kepada teknologi penyedia solusi untuk pengadaan barang, perdagangan lintas negara untuk membantu rantai pasokan, dan manajemen bisnis agar dapat melakukan perdagangan grosir dengan lebih baik. AsiaCommerce didirikan oleh Bapak Frans Setio Yuwono pada 6 Mei 2016. AsiaCommerce mulai beroperasi dengan memiliki dua kantor di Surabaya dan Jakarta. Demi kemudahan proses bisnis, pada tahun 2017, AsiaCommerce membuka kantor di Hong Kong dan Singapura.

Pertumbuhan jumlah klien membuat AsiaCommerce membuka kantor dan gudang di Guangzhou, China pada tahun 2018 untuk mengakomodir pertumbuhan jumlah klien, dan memudahkan perusahaan melakukan *quality control* pada barang sebelum dikirim ke Indonesia. Beberapa dari klien yang ditangani oleh AsiaCommerce adalah Berrybenka, Moka, Samsonite, Goswiff, dan Plazakamera. AsiaCommerce dapat menjadi solusi pengadaan barang dan perdagangan lintas negara dan telah mencakup Malaysia, Vietnam, Thailand, Filipina, Korea, China dan Indonesia.

Hingga saat ini PT Lintas Mitra Perkasa memiliki 5 kantor dengan rincian profil sebagai berikut:

1. Kantor Surabaya, Head Office

Alamat kantor: Jl. Karet No. 45, Gedung Jansen Grosir, Bongkaran,  
Kec. Pabean Cantikan, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60161

2. Kantor Jakarta, Branch Office

Alamat kantor: Jl. Tubagus Angke No 21 A, Grogol Petamburan,  
Wijaya Kusuma, Jakarta Barat

3. Kantor Hong Kong, Branch Office

Alamat kantor: No. 5, 17/F Bonham Trade Centre, 50 Bonham Strand,  
Sheung Wan, Hong Kong

4. Kantor China, Branch Office

Alamat kantor: No. 691, Room 105 Xunfeng Trade Center T2, Shicha  
road, Baiyun District, Guangzhou City, China

5. Kantor Singapore, Branch Office

Alamat kantor: BLK 531A Upper Cross Street #04-95 Hong Lim  
Complex Singapore 051531

#### 2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi PT Lintas Mitra Perkasa adalah menjadi solusi rantai suplai anda dari hulu ke hilir.

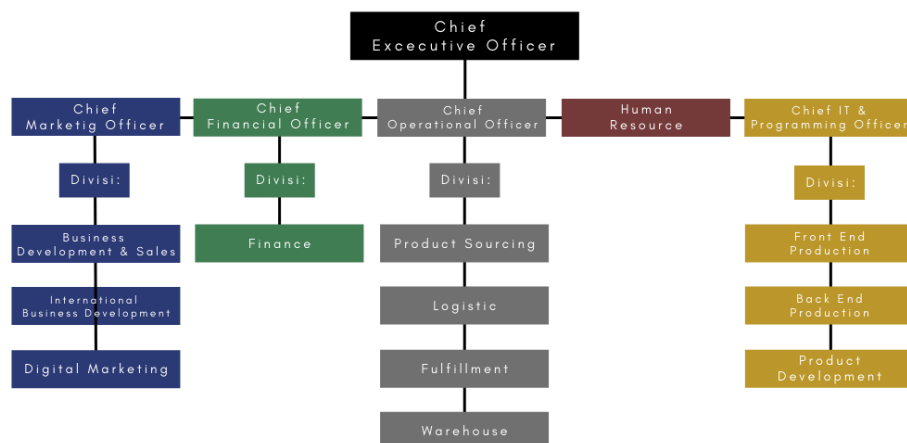
Misi PT Linitas Mitra Perkasa:

1. Memberikan solusi pengadaan barang mulai dari membantu anda mendapatkan produk terbaik, supplier yang terpercaya, *quality control* barang dan pengiriman sampai ke Indonesia
2. Memberikan pengalaman ekspor impor berbasis teknologi yang mudah, aman dan cepat.
3. Memberikan pengalaman *cross border e-commerce* terbaik dengan integrasi teknologi yang memudahkan anda mendapatkan pasokan barang dan menjualnya antar negara.
4. Membantu bisnis dan brand untuk dapat mengembangkan jaringan distribusi dan manajemen pergudangan.

### 2.1.3 Struktur Organisasi

## PT. LINTAS MITRA PERKASA

### STRUKTUR ORGANISASI



**Gambar 1. Struktur Organisasi PT Lintas Mitra Perkasa**

Sumber: Bagus Subekti, AsiaCommerce (2021)

#### 2.1.4 Job Description

##### a. *Chief Executive Officer (CEO)*

CEO Merupakan posisi tertinggi kepemimpinan dalam perusahaan mempunyai tugas sebagai berikut:

- 1) Bertanggung jawab terhadap semua kegiatan dan operasional yang terdapat dalam Perusahaan.
- 2) Membuat perencanaan dalam bidang organisasi perusahaan, menentukan kebijakan dan arah perusahaan kedepan.
- 3) Mengadakan pengawasan atau control terhadap semua rencana yang telah ditetapkan dan memberikan pengarahan-pengarahan atau nasehat
- 4) Mengadakan pengawasan atau control terhadap semua divisi yang ada di bawah kepemimpinan CEO
- 5) Menerima laporan dari seluruh kepala divisi mengenai perusahaan
- 6) Mewakili perusahaan dalam hubungannya dengan instansi pemerintah dan swasta.

##### b. *Chief Marketing Officer (CMO)*

CMO memiliki tanggung jawab melaksanakan kegiatan pemasaran perusahaan, dan membawahi tiga divisi yaitu:

- 1) Divisi *Business Development and Sales*: Memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan AsiaCommerce di Indonesia dan terus memperlebar jangkauan layanan AsiaCommerce agar semakin

banyak brand dan bisnis yang terbantu dengan layanan AsiaCommerce.

- 2) Divisi *International Business Development*: Memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan *cross-border* AsiaCommerce dan terus mengembangkan layanan AsiaCommerce sehingga semakin banyak brand dan bisnis dari berbagai negara dapat terbantu dengan layanan AsiaCommerce.
- 3) Divisi *Digital Marketing*: Meningkatkan *brand awareness* dari AsiaCommerce dan meningkatkan traffic kepada website resmi AsiaCommerce melalui *email marketing*, *SEO (Search Engine Optimization)*, dan *social media marketing*.

c. *Chief Financial Officer* (CFO)

CFO memiliki tanggung jawab mengelola keuangan dan pencatatan akuntansi perusahaan membawahi satu divisi, yaitu:

- 1) Divisi Keuangan: Mempunyai tugas mengelola dan mengatur administrasi keuangan perusahaan, membina administrasi keuangan, serta menyusun pertanggungjawaban keuangan periodik maupun tahunan. Juga untuk mencatat dan mengarsipkan laporan keluar masuknya kas perusahaan dan melaksanakan pencatatan akuntansi keuangan perusahaan.

d. *Chief Operational Officer (COO)*

COO memiliki tanggung jawab untuk memastikan tiap layanan AsiaComemrce terintegrasi dan berjalan dengan baik melaksanakan kegiatan pemasaran keluar perusahaan, dan membawahi empat divisi, yaitu:

- 1) Divisi *Sourcing*: Membantu memberi referensi produk unik, terbaik untuk di impor kepada member AsiaCommerce dan membantu pelanggan untuk mendapatkan produk yang dicari dengan kualitas, harga terbaik dari supplier yang terpercaya.
- 2) Divisi *Logistik*: Mengurus kelengkapan dokumen produk dan pengiriman pelanggan dan memastikan kelancaran pengiriman paket pelanggan.
- 3) Divisi *Fulfillment*: Memastikan mampu memberikan layanan fulfillment yang terbaik untuk bisnis dan brand yang menggunakan jasa fulfillment AsiaCommerce.
- 4) Divisi *Warehouse*: Mengurus manajemen gudang untuk barang pelanggan. Mulai dari bantuan *Quality Control (QC)* untuk barang pelanggan dari gudang Guangzhou, China sampai barang pelanggan sampai di gudang Jakarta atau Surabaya, Indonesia.

e. *Human Resource*

Divisi *Human Resource* berfokus untuk membantu perusahaan mendapatkan sumber daya manusia yang dibutuhkan oleh perusahaan. Merancang perekrutan dan pelatihan untuk karyawan baru ataupun pelajar yang sedang praktik kerja. Divisi ini juga bertanggung jawab untuk absensi

dan terus melakukan observasi berkala agar kebutuhan sumber daya manusia yang dibutuhkan perusahaan terpenuhi

f. *Chief IT & Programming Officer (CPO)*

CPO memiliki tanggung jawab melaksanakan pengembangan website dan aplikasi layanan AsiaCommerce, dan membawahi tiga divisi yaitu:

- 1) Divisi *Front End*: Departemen Front End lebih berfokus mengembangkan tampilan situs dan aplikasi dengan Bahasa pemrograman seperti HTML (Hypertext Markup Language, CSS (Cascading Style Sheets), dan Javascript.
- 2) Divisi *Back End*: Departemen Back End lebih berfokus kepada memastikan fitur-fitur pada layanan situs dan aplikasi berfungsi dengan baik.
- 3) Divisi *Product Development*: Departemen Product Development lebih berfokus untuk terus meneliti, menerapkan, dan melakukan evaluasi kepada situs dan aplikasi ponsel pintar agar semakin memudahkan pelanggan dalam proses ekspor impor.

#### 2.1.5 Layanan Perusahaan

PT Lintas Mitra Perkasa memiliki 4 layanan utama, yaitu; *product sourcing, import & export solution, cross border e-commerce*, dan terakhir *marketplace distribution & fulfillment*.

**Tabel 1. Layanan PT Lintas Mitra Perkasa**

No.	Layanan	Cakupan Layanan
1.	<i>Product Sourcing</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Membantu pelanggan dalam pencarian produk terbaik untuk diimpor</li><li>b) Membantu pelanggan dalam menemukan <i>supplier</i> yang terpercaya dengan harga terbaik</li><li>c) Membantu menghitung di depan seluruh biaya dalam rupiah</li><li>d) Membantu <i>quality control</i>, kelengkapan dokumen, dan pengiriman barang pelanggan sampai di Indonesia</li><li>e) Membantu memberikan opsi pembayaran dengan rupiah</li></ul>
2.	<i>Import Export Solution</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Membantu menghitung di awal seluruh biaya dalam rupiah</li><li>b) Membantu <i>quality control</i>, kelengkapan dokumen, dan pengiriman barang impor maupun ekspor</li><li>c) Membantu memberikan opsi pembayaran dengan rupiah</li></ul>
3.	<i>Cross Border E-Commerce</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Membantu pelanggan dengan integrasi teknologi yang memungkinkan pelanggan mampu mengirimkan barang dari negara <i>supplier</i> langsung ke negara pembeli tanpa perlu melakukan stock barang</li></ul>
4.	<i>Marketplace Distribution &amp; fulfillment</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Membantu <i>brand</i> mengembangkan jaringan distribusi dengan menambahkan produk kedalam jaringan <i>reseller network</i> AsiaCommerce</li><li>b) Membantu <i>brand</i> untuk mengurus sistem pergudangan, penjualan dari marketplace, sampai pengiriman kepada pembeli, sehingga <i>brand</i> dapat lebih fokus untuk marketing dan pengembangan.</li></ul>

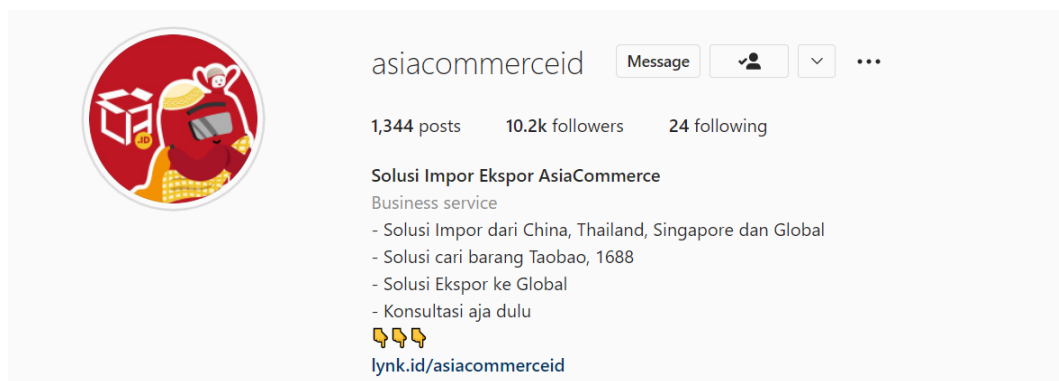
Sumber: Azharuddin, AsiaCommerce (2021)

## 2.2 Pengenalan Media Sosial Instagram AsiaCommerce

AsiaCommerce memiliki 3 akun media sosial Instagram karena setiap akun dibuat untuk segmen yang berbeda. Dimana akun utama @asiacommerceid untuk

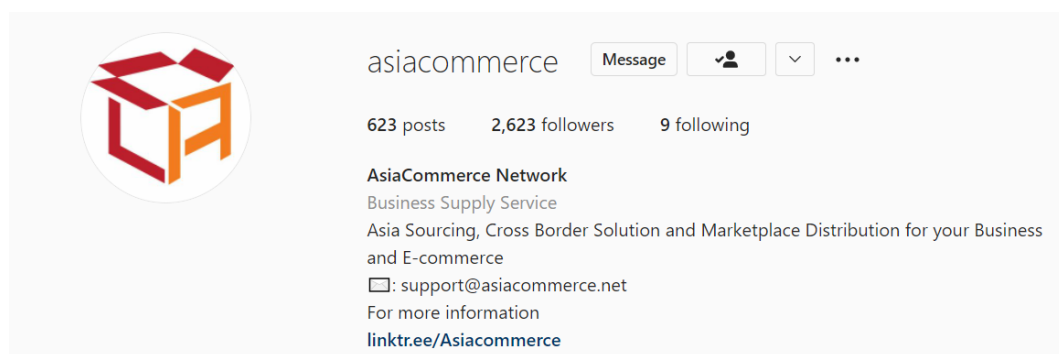


*audience* Indonesia, akun @asiacommerce untuk *audience* global, dan akun @acecommerceid untuk *resseler network* AsiaCommerce. Memiliki akun untuk masing-masing segmen *audience* memudahkan tim untuk menyusun strategi dan membuat konten yang sesuai segmen. Tetapi memiliki 3 akun akan memecah fokus apabila sumber daya manusia yang dimiliki tidak memadai. Berikut ini merupakan media sosial resmi AsiaCommerce Indonesia. Data ini diambil secara simultan pada tanggal 17 Mei 2022.



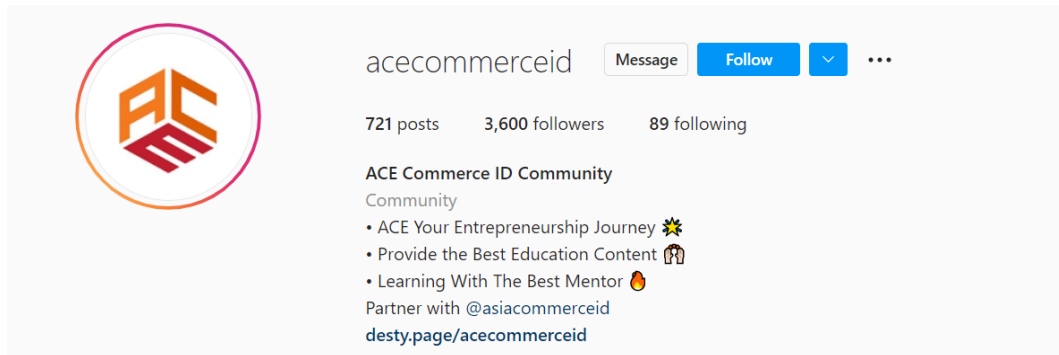
**Gambar 2. Media Sosial Instagram AsiaCommerce Indonesia**

**Sumber: Diolah Penulis (2022)**



**Gambar 3. Media Sosial Instagram AsiaCommerce Network**

**Sumber: Diolah Penulis (2022)**



**Gambar 4. Media Sosial Instagram ACE Commerce Indonesia**

**Sumber: Diolah Penulis (2022)**