

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1. Sejarah Instansi/Perusahaan

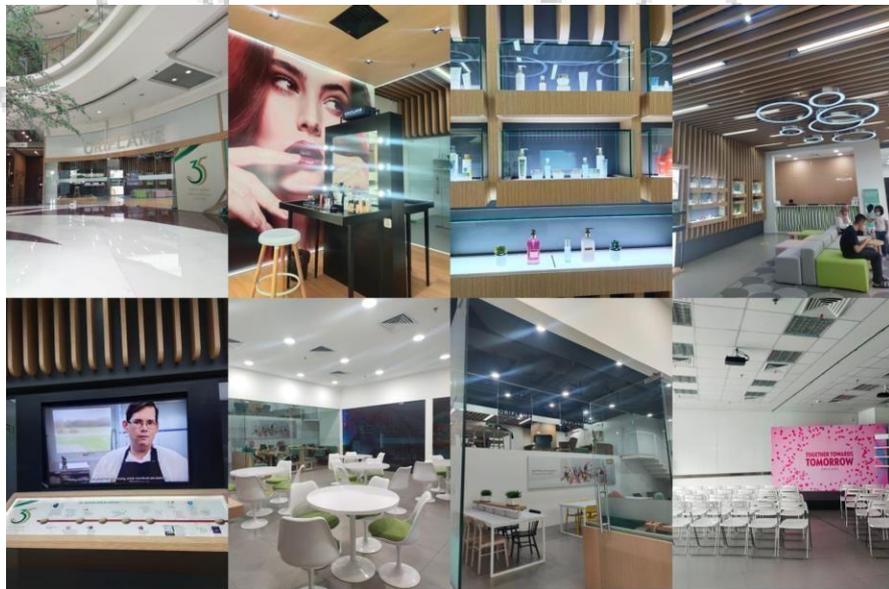


Gambar 2. 1 Logo PT Orindo Alam Ayu (Oriflame)

Sumber Gambar : <https://logos-world.net/oriflame-logo/>

Oriflame merupakan perusahaan kecantikan yang didirikan oleh dua bersaudara Robert dan Jonas Af Jochnick pada tahun 1967 di Stockholom, Swedia beserta temannya Bengt Hellsten. Mereka ingin mendirikan perusahaan yang berbeda dan menawarkan jenis produk yang berbeda, sebuah perusahaan yang dapat membuat produk kecantikan berkualitas tinggi berdasarkan alam Swedia. Dengan penjualan langsung di lebih dari 60 negara, Oriflame telah berkembang menjadi merek kecantikan internasional. Formula mutakhir Oriflame dibuat difasilitas menggunakan manufaktur sendiri dan dikembangkan di pusat penelitian dan pengembangan internasional. Produk Oriflame inovatif, alami, dan berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif. Oriflame benar-benar peduli dengan alam dan kemasannya dapat didaur ulang. Berbahan dasar tumbuhan yang digunakan di setiap produk oriflame dan aman bagi manusia dan hewan. *Independent beauty consultant* adalah jaringan penjualan mandiri yang mempromosikan produk Oriflame. Pelanggan bisa mendapatkan saran dan inspirasi dari orang yang mereka kenal dan percaya melalui sistem penjualan langsung. Membeli secara langsung itu menyenangkan dan dapat diandalkan. Ketika menjadi Konsultan di

Oriflame, akan memiliki akses ke peluang karir yang luar biasa, pendapatan tak terbatas, pertumbuhan pribadi, dan rasa kebersamaan dan persahabatan global. Saat ini, Oriflame *Cosmetics* adalah perusahaan kosmetik yang berkembang dengan kecepatan tercepat di dunia. Jaringan pemenang merancang strategi sukses untuk bisnis Oriflame dengan kesuksesan tiga arah. Oriflame adalah sebuah peluang yang luar biasa jika dilakukan secara konsisten dan fokus pada bisnis.



Gambar 2. 2 Oriflame Experience Center Jakarta

Oriflame di Indonesia beroperasi pada tahun 1986 dan di percayakan kepada PT Orindo Alam Ayu untuk memasarkan produknya. Oriflame Experience Center (OEC) atau kantor cabang resmi Oriflame di Indonesia terbagi menjadi 8 kantor cabang, yaitu : Jakarta, Bandung, Medan, Surabaya, Makassar, Pekanbaru, Balikpapan, dan Denpasar. Bisnis Oriflame yang berhubungan dengan kecantikan adalah gabungan dari penjualan langsung dan pemasaran bertingkat (dikenal sebagai MLM) dan sistem penjualannya sudah terdaftar di Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI). Oriflame adalah perusahaan kosmetika multilevel marketing yang telah berdiri selama kurang lebih 36 tahun

di Indonesia. Selain itu, Oriflame memiliki Sistem Sarpio yang digunakan oleh semua konsultannya. Oriflame sadar bahwa bisnis memiliki kewajiban moral yang sebanding dengan kewajiban individu. Oriflame memiliki 1000 jenis produk yang terdiri dari perlengkapan kosmetik, parfum (wewangian), perawatan kulit, perawatan rambut dan tubuh, kesehatan, perawatan anak dan aksesoris.

Bisnis Oriflame menggunakan strategi *green marketing* dan mengusung tema "*back to nature*" dalam produknya. Akibatnya, kata "kembali ke alam" digunakan untuk menarik pelanggan agar membeli produk mereka. Istilah "alami" atau "organik" telah menjadi sangat identik dengan istilah "hijau" dalam pemasaran saat ini sehingga ketika konsumen mendengar atau melihat istilah "*Green Cosmetics*", mereka akan langsung menganggap bahwa produk dan perusahaan tersebut ramah lingkungan. Hal ini menjadikan produk oriflame dapat menarik minat beli konsumen, karena konsumen hijau peduli akan kelestarian lingkungan serta selalu menggunakan produk yang ramah lingkungan dalam melengkapi kebutuhan sehari-hari. Oriflame meluncurkan label Ecobeauty pada semua produknya sebagai produk hijau pada tahun 2011 dan menjadi kategori produk kecantikan pertama di dunia yang disetujui oleh empat organisasi independen terkemuka Fairtrade, Ecocert, The Vegan Society, dan Forest Stewardship Council di menghadapi persaingan pasar kosmetik internasional.

Oriflame adalah perusahaan multinasional yang logonya dapat dikenali secara global, karena produk Oriflame mematuhi standar tinggi dan selalu memenuhi persyaratan kelayakan. Logo Oriflame dapat dilihat sebagai simbol pada produk dan katalog oriflame. Di oriflame, ada 14 logo nasional paling terkenal di dunia meliputi:

1. Logo *Leaf*, menunjukkan bahwa produk alami Oriflame terbuat dari ekstrak tumbuh-tumbuhan. Jangan khawatir produk Oriflame aman dan bebas bahan kimia berbahaya.
2. Logo Segitiga, menunjukkan bahwa kemasan produk Oriflame dapat didaur ulang, memastikan tidak merusak atau mencemari lingkungan.
3. Logo "*Animal paw*", menunjukkan bahwa produk Oriflame tidak diuji

coba pada hewan, yang menunjukkan bahwa produk Oriflame ini ramah terhadap hewan.

4. Logo Bola Dunia, produk Oriflame yang mengandung aerosol dalam bentuk body spray atau parfum tidak merusak lapisan ozon, yang ditandai dengan logo Global. Alhasil, Oriflame ramah lingkungan.
5. Logo Oriflame "jaminan 100%", menandakan bahwa perusahaan menjanjikan pengembalian dana penuh jika produk Oriflame menyebabkan kerusakan pada kulit wajah. Hasilnya, produk Oriflame benar-benar terjamin.
6. Logo sertifikat halal MUI, menandakan bahwa produk Oriflame sudah bersertifikat halal.
7. Logo *Rainforest Alliance* menunjukkan bahwa katalog oriflame dan kertas selebaran berasal dari hutan yang ditanam kembali di Swedia.
8. Logo Oriflame Foundation adalah badan amal di seluruh dunia yang membantu anak-anak terlantar. Oleh karena itu, Oriflame akan mendonasikan sebagian dari keuntungannya untuk membantu anak-anak yang dilecehkan dan ditelantarkan di seluruh dunia.
9. Logo Asosiasi Penjual Langsung Indonesia (APLI) menandakan Oriflame otomatis masuk ke Indonesia jika melewati BPOM, alias Oriflame terdaftar di APLI dan BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan).
10. Logo "WFDSA" mengacu pada *World Federation of Direct Selling Association*, yang menunjukkan bahwa Oriflame adalah anggota dari organisasi tersebut.
11. Logo *Ecocert*, sertifikasi dari *Ecosert Greenlife* yang menunjukkan bahwa produk Oriflame benar-benar alami sesuai dengan Standar *Ecocert* yang terdapat di <http://www.cosmetics.ecocert.com>
12. Logo *Fairtrade*, Komponen utama *Fairtrade Ecobeauty* adalah kelapa dan *shea butter*, yang masing-masing diproduksi di India dan Afrika. Bersama dengan *Fairtrade* Oriflame, produk ini berkontribusi dalam menciptakan masa depan yang lebih baik bagi masyarakat petani di India dan Afrika.
13. Logo FCS, mengeluarkan sertifikasi formal yang menunjukkan



Gambar 2. 4 Jenjang Karir Oriflame

Sumber (<https://id.oriflame.com/>, 2022)

1. Visi dan Misi PT Orindo Alam Ayu (Oriflame)

Visi PT Orindo Alam Ayu (Oriflame):

Visi Oriflame yaitu menjadi #1 sebagai perusahaan penjualan langsung yang bergerak di bidang kecantikan

Misi PT Orindo Alam Ayu (Oriflame):

Misi Oriflame yaitu untuk mewujudkan impian.

2. Nilai Dasar Oriflame

Semangat perusahaan Oriflame secara keseluruhan didasarkan pada nilai-nilai fundamental yang dianut oleh semua konsultan dan pekerja. Oriflame berbeda karena nilai-nilai yang dijunjungnya sejak awal. Oriflame membutuhkan manajemen organisasi yang kuat karena merupakan landasan utama untuk menjalankan perusahaan dengan ribuan pelanggan dan karyawan. Nilai dasar dalam perusahaan Oriflame yaitu *Togetherness* (Kebersamaan), *Spirit* (semangat) and *Passion* (gairah). Kami percaya bahwa kami dapat berhasil dalam bisnis yang kompetitif dan meningkatkan dunia dengan menjalankan nilai-nilai inti ini.

- a. *Togetherness*, Nilai fundamental pertama adalah kebersamaan, yang berarti CEO dan karyawannya memprioritaskan gagasan bahwa "bekerja bersama lebih baik

daripada sendiri" dengan bekerja sama untuk mencapai hasil yang sama atau serupa. Mereka berkolaborasi untuk mengubah bisnis menjadi yang terbesar di dunia. Mereka menyadari bahwa bekerja bersama lebih baik, saling memberi motivasi satu sama lain.

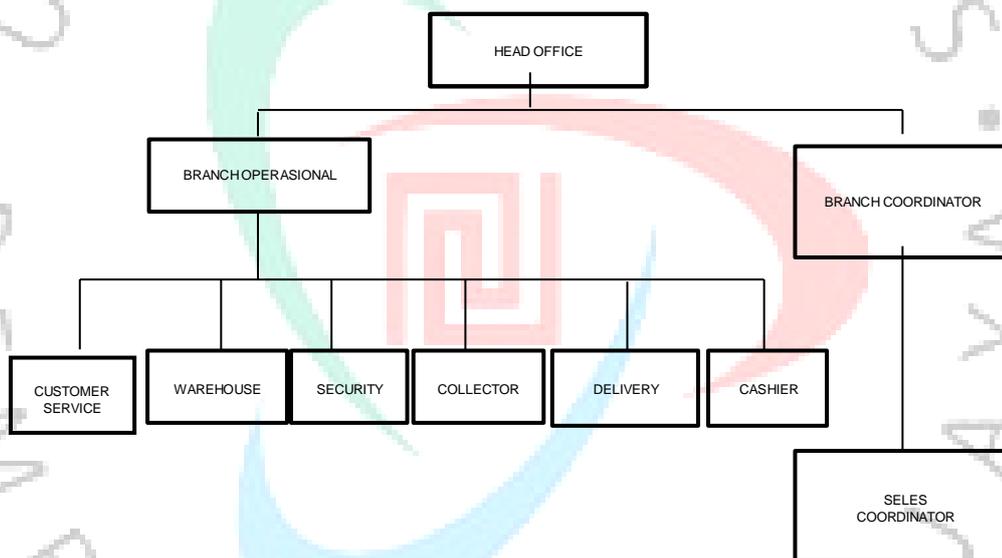
b. *Spirit* yaitu orang yang percaya bahwa mereka "bisa" berhasil, memiliki pandangan positif, dan pantang menyerah. Sejak awal nilai ini telah dikomunikasikan kepada seluruh konsultan dan pekerja di Oriflame. Nilai ini berarti bahwa mencapai tujuan bersama dan ketekunan diperlukan untuk mewujudkan mimpi. Semangat dianggap sebagai bentuk motivasi yang paling dapat dipercaya, dan harus diberikan kepada semua orang termasuk pekerja dan konsultan karena secara langsung akan mempengaruhi kinerja mereka dan berdampak positif pada kinerja Oriflame secara keseluruhan. Nilai ini mengacu pada tekad dan semangat yang diperlukan untuk mencapai tujuan bersama, yaitu mencapai impian. Berkomitmen akan mengerjakan apa saja yang perlu dilakukan untuk mencapai keberhasilan. *Spirit* ini dijadikan sebagai motivasi yang kuat dan harus ditanamkan kepada seluruh karyawan dan konsultan. Karena hal ini dapat memberikan dampak langsung kepada mereka dan akan berdampak positif juga pada kinerja perusahaan Oriflame.

c. *Passion* dalam menjalankan bisnis Oriflame, kegairahan adalah kekuatan pendorongnya. Mereka mengetahui bahwa diri mereka dapat membuat perbedaan. *Passion* ini tidak hanya memberikan kegairahan pada sebuah produk saja akan tetapi juga mencintai prosesnya, dan belajar menghadapi keluhan-keluhan di setiap jaringannya. Semua konsultan dan karyawan di Oriflame akan memperoleh rasa percaya diri yang lebih besar sebagai hasil dari nilai ini, yang akan membantu perusahaan mencapai misinya, yaitu "membuat mimpi menjadi kenyataan". Dalam menjalankan bisnis Oriflame, *passion* berperan sebagai pusat energi positif. Kegairahan ini

menunjukkan bahwa konsultan dan karyawan harus mendekati setiap tugas dengan sikap positif untuk mencapai hasil yang positif.

Filosofi menjalankan bisnis Oriflame didasarkan pada nilai fundamental ini, yang didukung oleh lima (*five-in-one*) prinsip operasional. Oriflame menyusun prinsip operasionalnya menjadi lima prinsip dasar: kesederhanaan dan efektivitas biaya, kepedulian terhadap lingkungan, fokus pada pelanggan, kepedulian terhadap konsultan, dan kapasitas untuk terus beroperasi di industri ini.

2.2. Struktur Organisasi



Gambar 2. 5 Struktur Organisasi Kantor Cabang PT Orindo Alam Ayu (Oriflame)

Sumber : Data Kantor Cabang Oriflame

Struktur organisasi perusahaan yaitu suatu tingkatan yang berisi pembagian setiap tugas dan peran seseorang berdasarkan jabatannya di perusahaan. Sehingga dengan terbentuknya struktur organisasi akan membantu perusahaan berproses serta beroperasi dengan baik untuk tercapainya sebuah tujuan. Agar tercapainya efektivitas serta efisiensi pada setiap karyawan yang bekerja maka perusahaan perlu mempersiapkan, menyusun dan menetapkan bagan organisasi yang disertakan dengan tugas dan tanggung jawab. Peran dan tanggung jawab

masing-masing komponen struktur organisasi Oriflame dapat diuraikan pada gambar di atas, diantaranya:

1. Branch Operasional
 - a. Berkoordinasi dengan divisi operasional masing-masing perusahaan.
 - b. Bekerjasama dengan Branch Coordinator untuk mengkoordinir setiap kegiatan perusahaan.
 - c. Wajib melapor ke kantor pusat.
2. Customer Service
 - a. Memberikan pelayanan pada setiap keluhan dari pelanggan maupun para *independent beauty consultant* Oriflame.
 - b. Melayani pendaftaran untuk menjadi member Oriflame
 - c. Melakukan penjualan katalog, formulir pendaftaran distributor (DOF) dan formulir pendaftaran distributor (DOF).
3. Ware House
 - a. Bertanggung jawab atas jumlah barang yang tersedia di gudang.
 - b. Memiliki tanggung jawab atas keluar masuknya barang dari gudang.
 - c. Bertanggung jawab atas kelancaraan order dan distributor.
4. Delivery
 - a. Mengirimkan produk yang telah dipesan oleh distributor dan konsumen.
5. Cashier
 - a. Bertanggung jawab untuk mengarahkan pesanan barang dagangan ke pusat.
 - b. Bertanggung jawab atas pembayaran kredit dan pesanan.
 - c. Melayani sebagai server dan menerima pesanan di OEC dan kantor cabang untuk *independent beauty consultant*.
6. Branch Coordinator
 - a. Memotivasi distributor dan membantu mereka dengan masalah penjualan dan pemasaran.
 - b. Bekerja dengan operasional cabang untuk mengkoordinasikan kegiatan.

- c. Melaporkan kepada manajer pemasaran perusahaan.
- 7. Sales Coordinator
 - a. Memotivasi distributor melalui pelatihan dan arahan tentang strategi penjualan yang efisien.
- 8. Collector
 - a. Kunjungan distributor dan pelanggan untuk melakukan penagihan.
 - b. Bertugas mentransfer dana ke kasir.
 - c. Hitung jumlah faktur.

2.3. Kegiatan Umum Instansi/Perusahaan

PT Orindo Alam Ayu atau lebih dikenal dengan Oriflame ini bergerak dibidang perancangan, pengembangan, manufaktur dan pemasaran global. Rangkaian produk ikonik mencakup kosmetik, parfum (wewangian), perawatan kulit, perawatan rambut dan tubuh, *wellness* dan aksesoris. Oriflame dianggap sebagai pemimpin pasar dalam perusahaan kecantikan berjejaring karena merupakan perusahaan MLM yang sudah cukup lama berdiri di Indonesia (1986-2022). Kosmetik dapat diartikan sebagai hal yang berhubungan dengan kecantikan atau sebagai bahan untuk mempercantik diri dari mulai rambut, wajah, kulit, kuku dan sebagainya. Kosmetik menjadi salah satu cara setiap insan untuk menunjukkan citra dirinya kepada insan lain. Oriflame menjual berbagai jenis produk yang dapat digunakan oleh wanita dan pria mulai dari bayi, anak remaja, dewasa, dan ibu-ibu pada umumnya. Oriflame menyediakan produknya yang dapat disesuaikan dengan usia para penggunanya mulai dari 1 bulan s/d 50 tahun keatas. Produk oriflame hampir 70% itu merupakan kosmetik untuk wanita, diikuti oleh perawatan pria sebesar 20% dan untuk aksesoris sebesar 10%.

Produk dari Oriflame aman untuk konsumen dan berkualitas tinggi, terutama dibuat dengan bahan-bahan alami. Akibatnya, ketika mempromosikan produk Oriflame, konsultan Oriflame juga memanfaatkan ini sebagai "nilai jual". Prinsip peduli lingkungan Oriflame adalah "menghormati lingkungan." Salah satunya menentang penggunaan hewan dalam pengujian produk Oriflame. Oriflame sangat menghargai alam setiap saat. Oriflame menentang penggunaan hewan sebagai subjek uji untuk produknya dan berusaha menjadi warga korporat yang baik dengan menghormati manusia dan alam. Logo *Rainforest Alliance* Oriflame menunjukkan komitmen perusahaan terhadap pelestarian lingkungan. Konsultan merasa lebih percaya diri memasarkan produk Oriflame karena bahan dasarnya digunakan dalam produk tersebut dijamin halal dan sesuai dengan peraturan BPOM.



Gambar 2. 6 Sertifikat Halal Produk Oriflame

Sumber : PT Orindo Alam Ayu (Oriflame)

2.4. Produk-produk PT Orindo Alam Ayu (Oriflame)

1. Kosmetik/Make up

Cosmetics yang oriflame pasarkan selalu *up to date* mengikuti perkembangan tren. Make up menjadi ritual yang sering dilakukan

konsentrasi minyak wangi terkuat dan tinggi untuk aroma yang dominan.



Gambar 2. 8 Produk Parfume Oriflame

3. *Skin Care* (Perawatan Wajah)

Skin Care Oriflame terdiri dari kategori yang lengkap yang dapat disesuaikan dengan usia dan jenis kulit wajah. Seperti misalnya kulit berminyak dan berjerawat, kulit kering dan terhidrasi, atau anti penuan. Kategori *Skin Care* Oriflame ada Pure Skin, Love Nature, Essential Fairness, Optimals dan Novage. Rangkaian perawatan kulit Oriflame yang berkualitas dengan hasil yang telah teruji, hadir untuk semua jenis kulit dan beragam kebutuhan. Oriflame hadir percaya bahwa cantik bisa di dapatkan oleh semua orang. Maka Oriflame melakukan riset dan memanfaatkan yang terbaik dari alam, serta dipadukannya dengan ilmu pengetahuan yang inovatif untuk membantu mendapatkan kulit yang sehat dan cantik.



Gambar 2. 9 Produk Skincare Oriflame

4. *Personal Care* (Perawatan Tubuh dan Rambut)

Perawatan tubuh Oriflame tersedia mulai dari ujung rambut (*hair care*) deodorat, pasta gigi, (*foot care*) perawatan kaki dan kuku. *Personal Care* ini terdiri dari banyak brand yaitu swedish spa, eleo, hair x advanced care, activeille, milk & honey, feet up advanced, north for men, feel good, lovenature, optifresh, feminine, feet up dan discover.



Gambar 2. 10 Produk Personal Care Oriflame

5. Wellness (Produk Kesehatan/Kebugaran)

Nutrishake dan Madu Hutan adalah dua jenis produk kesehatan yang tersedia di Oriflame Indonesia saat ini. Nutrishake adalah minuman yang sehat dan bergizi, baik untuk mendapatkan nutrisi yang cukup dan baik untuk menjaga berat badan tetap seimbang. Namun, madu hutan adalah minuman kesehatan yang dibuat oleh lebah hutan yang memiliki banyak manfaat.



Gambar 2. 11 Produk Wellness Oriflame

6. Aksesoris

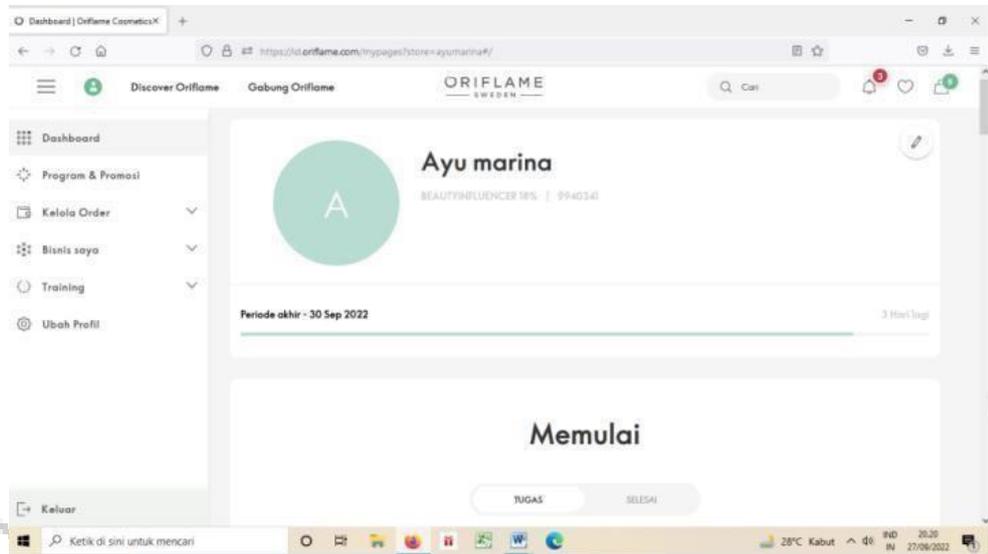
Oriflame mengeluarkan produk perlengkapan aksesoris seperti tas, dompet, kacamata, kalung, scarf, dan jam tangan.



Gambar 2. 12 Aksesoris Oriflame

2.5. Situs Website/Aplikasi Oriflame

Tampilan di situs web dan aplikasi Oriflame memudahkan untuk melakukan pembayaran dan membantu konsultan kecantikan independen meningkatkan pengembangan bisnis mereka tanpa mengetahui di mana atau kapan mereka dapat mengaksesnya. Situs web/apss ini adalah program yang dapat diakses secara online. Ini memungkinkan setiap konsultan untuk melihat semua bisnisnya, termasuk stok kosong produk, poin bonus, promo festival produk, jaringan, level, dan masih banyak lagi.



Gambar 2. 13 Tampilan Situs Website Online

Sumber : <https://id.oriflame.com/>

2.6. Keunggulan Situs Website/Aplikasi Oriflame

Oriflame memiliki bantuan yang benar-benar lengkap dengan situs mereka, khususnya www.id.oriflame.com. Pelanggan akan lebih mudah menemukan informasi katalog produk dan layanan yang ditawarkan berkat situs web ini. Di situs ini, setiap konsultan harus masuk terlebih dahulu untuk memiliki pilihan dan mengatur barang di website. Oriflame memiliki cabang di beberapa kota di Indonesia, sehingga memudahkan untuk mendapatkan produknya. Kemudahan sistem pemesanan online menambah keunggulan layanan yang ditawarkan, dan metode pembayaran transfer atau *cash on delivery* (COD) memudahkan setiap konsultan Oriflame untuk menjalankan bisnis. Berikut keunggulan situs web Oriflame:

1. Real Time Online Order

Permintaan Berbasis Internet Konstan memberikan manfaat yang signifikan di situs/aplikasi Oriflame. Sistem akan memberi tahu secara otomatis apakah produk yang ingin di pesan tersedia atau tidak saat pergi untuk melakukan pembelian dan memasukkan kode produk serta jumlah yang diinginkan.

2. Proses Berdasarkan Sistem

Proses berdasarkan sistem ini dilakukan mulai dari pemesanan, pembayaran sampai dengan pengiriman semuanya diproses menggunakan satu sistem secara otomatis. Hal ini menjadi kemudahan dalam pembayaran dan mempercepat proses pemesanan menerima pesanan lebih cepat.

3. 24x7 Real Time Data Display

Sistem pada situs web ini akan secara otomatis memperbarui data secara cepat selama 24x7 dalam seminggu. Situs web/apps Oriflame akan menampilkan semuanya sehingga data dapat dilihat dengan cepat dan akurat.

4. Online Report Lebih Lengkap

Sembilan jenis laporan yang berbeda untuk membantu menjalankan bisnis Oriflame disertakan dalam laporan online. Mencetak, mengirim email, menyimpan sebagai file, dan melihat laporan ini langsung di situs web/apss adalah semua pilihan.

5. Fitur Kredit

Pemesanan dapat dilakukan menggunakan fitur kredit Oriflame, yang memiliki jangka waktu pembayaran 30 hari dan tanpa bunga. Permohonan kredit dapat diajukan secara online melalui situs web dan aplikasi Oriflame hanya dalam empat langkah sederhana, dan seluruh proses hanya membutuhkan waktu tiga hari kerja.

6. Fitur Deep SMS

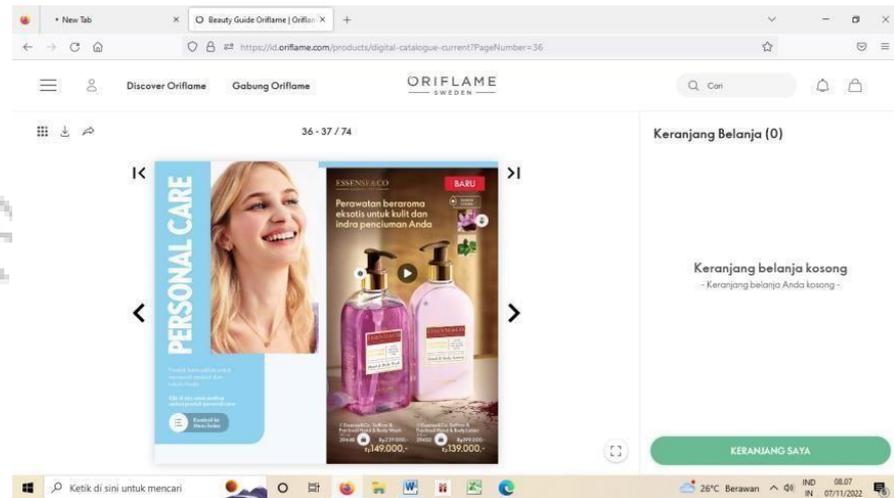
Kini dalam menyampaikan informasi menjadi lebih mudah dan cepat, fitur deep sms pada situs web memudahkan dalam mengirimkan pesan singkat ke sebagian atau seluruh jaringan pribadi. Pesan akan terkirim sekaligus dan saat itu juga.

7. Fitur Pilihan Pengiriman dan Pilihan Kurir

Dengan adanya fitur ini dapat membantu dalam menentukan pengiriman dan logistik yang tepat sesuai dengan kebutuhan. Semakin mudah melakukan pelacakan pengiriman dengan menentukan kurir pilihan sendiri maka cukup dengan masuk ke dalam situs web/apps kurir pilihan, lalu masukan nomor resi yang tersedia untuk melacak pengiriman pesanan.

2.7. Langkah-Langkah Memesan Produk Oriflame Pada Situs Website

1. Di situs web resmi Oriflame, Anda dapat melihat katalog produk secara online.

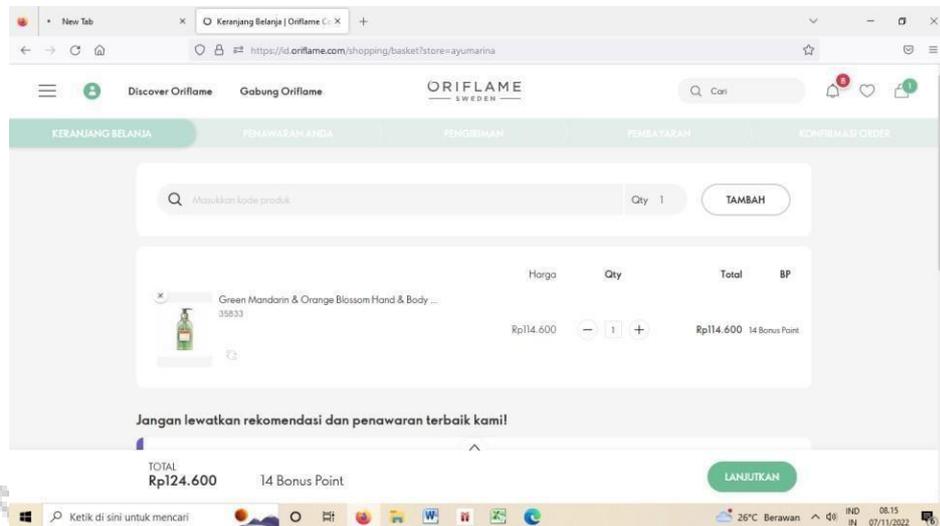


Gambar 2. 14 Tampilan Katalog Produk Online

Sumber : <https://id.oriflame.com/>

2. Memilih Produk.

Dengan menggunakan mode opsi "tambahkan ke keranjang", pelanggan dapat memilih barang yang ingin dibeli. Pelanggan juga dapat memeriksa dan mengubah item di keranjang belanjanya kapan saja dengan mengubah jumlah item, menghapus item, atau menghapus total belanjaan pada keranjang.

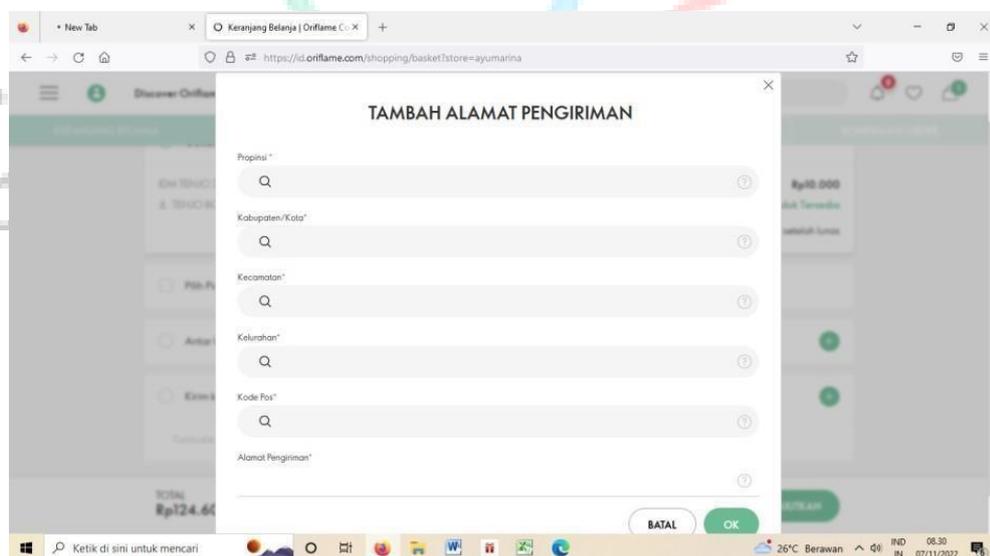


Gambar 2. 15 Gambar Keranjang Produk

Sumber : <https://id.oriflame.com/>

3. Mengisi data pribadi.

Masukkan informasi pribadi yang diperlukan, seperti nama, alamat, dan nomor telepon. Data Pribadi ini diperlukan untuk pengiriman dan penerimaan penggunaan informasi oleh Oriflame untuk tujuan yang diuraikan dalam kebijakan privasi Oriflame.

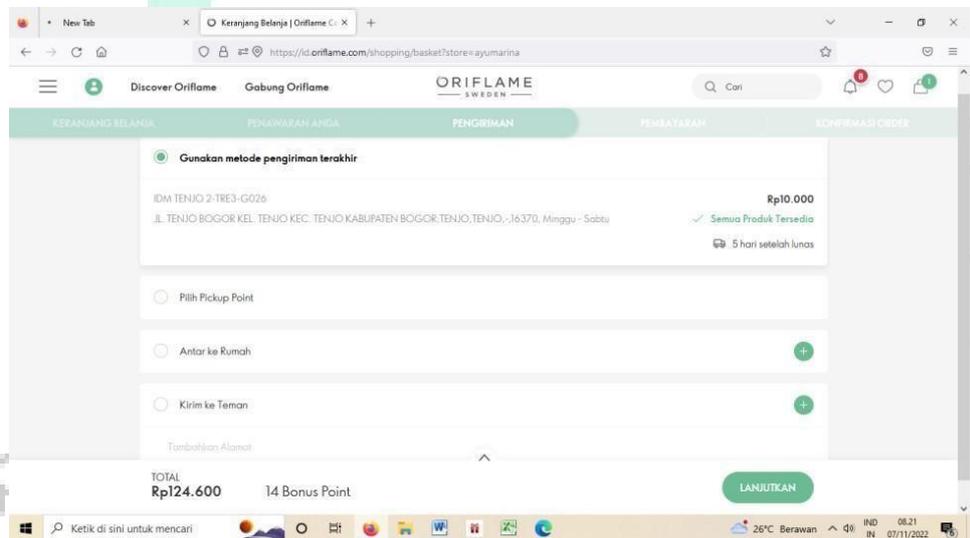


Gambar 2. 16 Formulir Data Pengiriman

Sumber : <https://id.oriflame.com/>

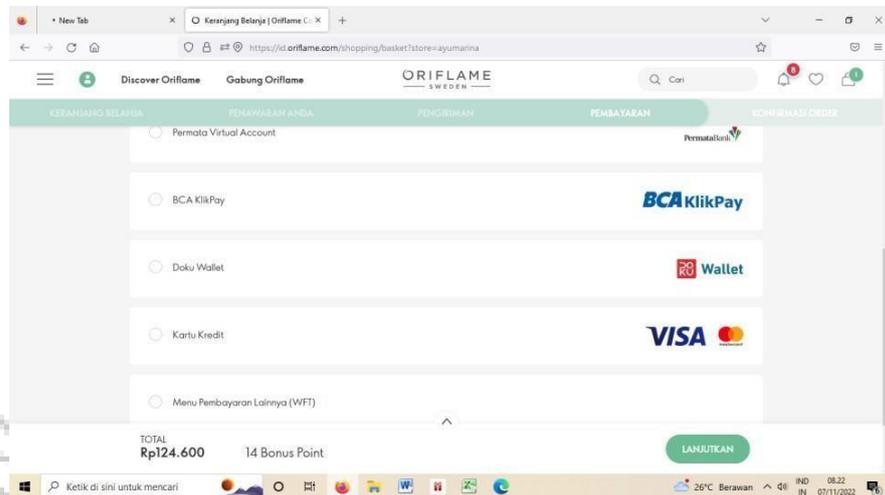
4. Memilih metode pengiriman dan pembayaran.

Pelanggan yang memesan secara online dan telah membayarnya tidak dapat membatalkannya di situs web. Harga yang tertera sudah termasuk PPN. Harga belum termasuk transportasi, pengiriman, atau biaya atau pengeluaran lainnya yang dikeluarkan. Biaya atau pengeluaran ini akan ditambahkan dengan jelas ke harga saat pesanan dilakukan dan akan bervariasi tergantung pada metode pengiriman yang dipilih. Sebagian besar kartu kredit dan transfer bank diterima untuk pembayaran. Semua tagihan harus dibayar penuh dalam waktu 2 (dua) hari sebagai aturan umum. Apabila gagal melakukan pembayaran dalam jangka waktu tersebut, Oriflame berhak membatalkan pesanan.



Gambar 2. 17 Tampilan Pilihan Pengiriman

Sumber <https://id.oriflame.com/>



Gambar 2. 18 Tampilan Pilihan Pembayaran

Sumber : <https://id.oriflame.com/>

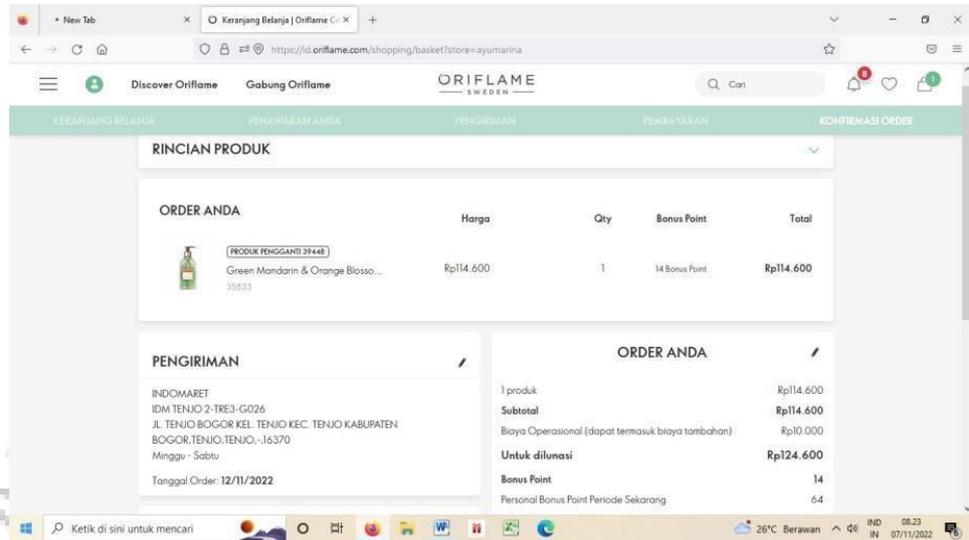


Gambar 2. 19 Payment Channel Oriflame

Sumber : <https://id.oriflame.com/>

5. Konfirmasi penerimaan pesanan

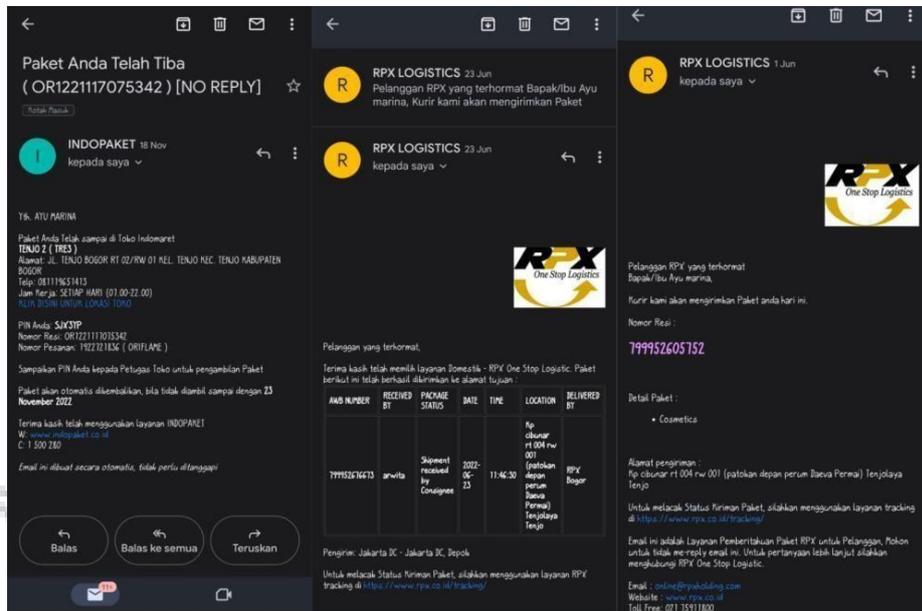
Pelanggan akan menerima konfirmasi pesanan elektronik (e-mail) yang mengkonfirmasi kesimpulan dari perjanjian pembelian setelah Oriflame menerima pesanan mereka. Oriflame berhak menolak pesanan tanpa memberikan alasan, dan pelanggan akan menerima pembayaran penuh pengembalian dana.



Gambar 2. 20 Proses Pengiriman Dan Konfirmasi Pengiriman Produk Oriflame

Sumber : <https://id.oriflame.com/>

6. Pihak Oriflame mengantisipasi bahwa pelanggan akan menerima pemesanan produk Oriflame dalam waktu singkat. Pelanggan dapat mengharapkan pesanan Oriflame mereka untuk diproses dan dikirim sesegera mungkin, tetapi tidak lebih dari tiga hari setelah pesanan dikonfirmasi. Ketika produk selesai, konsumen akan menanggung risiko kehilangannya. Oriflame tidak bertanggung jawab atas pesanan yang tidak lengkap, tidak benar, atau tidak dapat dikirimkan sebagai akibat dari kesalahan konsumen atau kesalahan dalam pengiriman.



Gambar 2. 21 Konfirmasi Pengirim

Sumber : <https://id.oriflame.com/>