

## BAB II

### TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

#### 2.1 Sejarah Perusahaan



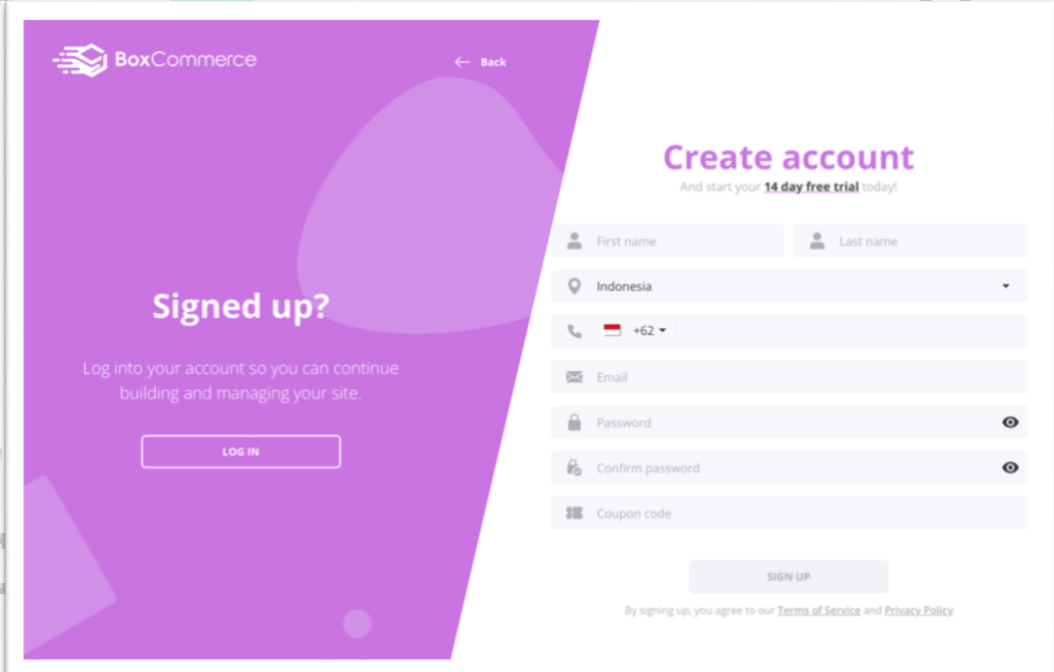
Gambar 2.1 Logo BoxCommerce  
(Sumber: <https://boxcommerce.com>)

Afrika Selatan adalah salah satu negara yang menghadapi tingkat pengangguran yang tinggi, terutama di kalangan pemuda. Kurangnya lapangan kerja yang tersedia tentunya membuat tingkat kriminalitas menjadi semakin tinggi. Pada akhirnya banyak masyarakat Afrika Selatan yang memutuskan untuk memulai bisnis, dan berharap dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan juga memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal. Memulai bisnis tentunya bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan, banyak sekali pemilik bisnis yang mengalami keterbatasan modal untuk memulai usahanya.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan ataupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. UMKM memainkan peran penting dalam kemajuan ekonomi dan pembangunan negara, sayangnya di Afrika Selatan masih belum

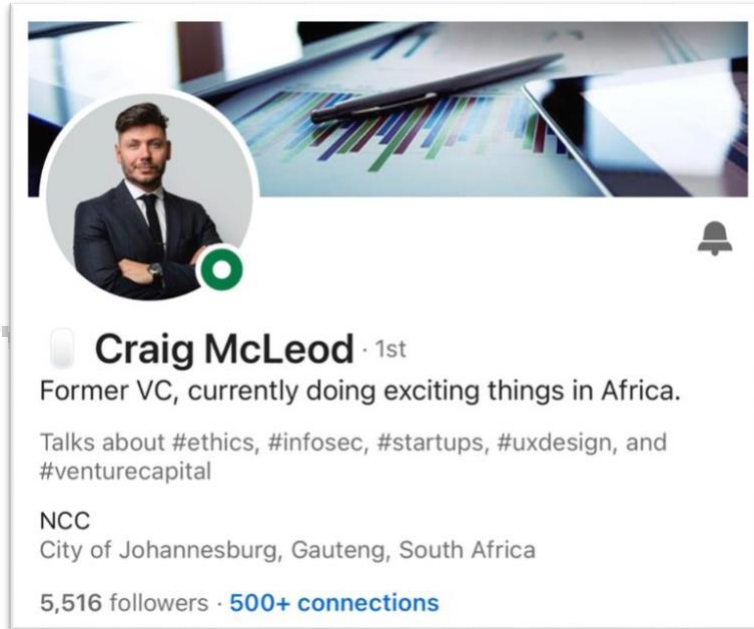
banyak pihak yang dapat memfasilitasi kebutuhan para pelaku UMKM khususnya untuk fasilitas berjualan online padahal berjualan online adalah salah satu cara untuk mengatasi keterbatasan modal.

Berjualan melalui website e-commerce bukanlah suatu hal yang mudah, terkadang hal ini memakan waktu yang lama dan biaya yang cukup tinggi. Sedangkan, berjualan di marketplace juga memiliki konsekuensi tersendiri seperti tingginya tingkat persaingan dan potongan biaya transaksi yang hampir lebih dari 30%. Hal tersebut tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku UMKM.



The image shows a screenshot of the BoxCommerce website's account creation page. The page is split into two main sections: a purple 'Signed up?' section on the left and a white 'Create account' section on the right. The 'Signed up?' section includes a 'LOG IN' button. The 'Create account' section features a 'SIGN UP' button and a list of input fields: First name, Last name, Country (Indonesia), Phone number (+62), Email, Password, Confirm password, and Coupon code. A 'Back' link is visible in the top right corner of the purple section. At the bottom of the white section, there is a link to the Terms of Service and Privacy Policy.

**Gambar 2.2 Tampilan Website BoxCommerce**  
(Sumber: <https://boxcommerce.com>)



Gambar 2.3 Profile Founder Perusahaan  
(Sumber: <https://www.linkedin.com/in/craigcrmcleod>)

Sebagai seseorang yang memiliki pengalaman lebih dari 15 tahun di bidang digital marketing dan e-commerce, Craig McLeod terinspirasi untuk menciptakan solusi bagi para pelaku UMKM di Afrika Selatan. Craig yang juga seorang dewan komite dari *GroTech Venture Capital* yaitu perusahaan *venture capital* yang memiliki reputasi sebagai mitra jangka panjang yang kolaboratif bagi para wirausahawan akhirnya mendirikan BoxCommerce Ltd pada tahun 2017 di Kota Johannesburg, Afrika Selatan. Craig McLeod ingin menciptakan sebuah platform e-commerce yang aman, mudah dan terjangkau untuk setiap orang. Dengan hadirnya BoxCommerce diharapkan dapat memajukan perekonomian negara-negara Afrika, Latin Amerika dan Asia.

BoxCommerce adalah perusahaan teknologi yang menyediakan platform e-commerce yang terintegrasi dengan berbagai fitur yang dapat memudahkan transaksi penjualan online. BoxCommerce melakukan sistem transaksi Business to Business (B2B) yang artinya proses transaksi bisnis terjadi dari bisnis ke bisnis. Secara sederhana, BoxCommerce tidak melakukan penjualan

produk melainkan menyediakan layanan platform e-commerce sehingga para pemilik bisnis dapat melaksanakan transaksi penjualan secara online tanpa proses yang rumit dan mahal.

Beberapa fitur yang ditawarkan oleh BoxCommerce diantaranya adalah katalog produk, fitur pembayaran, sistem logistik, fitur pemasaran, dan fitur penjualan melalui sosial media. Fitur-fitur ini sudah terintegrasi didalam satu platform yang dapat dibuat dalam waktu singkat. Untuk saat ini BoxCommerce akan beroperasi di empat negara yaitu Afrika Selatan, Kenya, Nigeria dan Indonesia. Pada pertengahan tahun 2022 BoxCommerce memutuskan untuk melebarkan sayapnya ke Indonesia, dan dalam masih dalam tahap proses pelaksanaan kerja sama dengan beberapa perusahaan ternama di Indonesia. BoxCommerce berharap untuk dapat bisa membantu para pelaku UMKM di Indonesia baik secara nasional maupun secara internasional.

## 2.2 Arti Logo BoxCommerce



Gambar 2.4 Logo BoxCommerce  
(Sumber website: <https://www.boxcommerce.com>)

Logo BoxCommerce melambangkan sebuah *box* atau kotak yang terbuat dari beberapa warna berbeda yang artinya BoxCommerce menyatukan banyak fitur seperti teknologi manajemen toko, pembayaran, dan logistik agar dapat muat dalam satu wadah atau *box*. Desain kotak yang simple menggambarkan bahwa BoxCommerce adalah platform yang simple dan mudah digunakan, selain itu *box* juga melambangkan kotak kardus yang biasanya digunakan sebagai alat kemas dalam berjualan *online*. BoxCommerce juga memiliki *tag line* “*The Right Way to Do E-Commerce*” yang artinya cara yang benar untuk melakukan *e-commerce*, *tag line* ini berfungsi sebagai *brand awareness*.

Pemilihan logo dilakukan dengan mengadakan kontes desain secara global pada *website 99designs*, dari 4800 desain yang masuk akhirnya BoxCommerce memutuskan untuk memilih logo yang saat ini digunakan karena dianggap mewakili citra perusahaan, *99designs* adalah pasar desain berdasarkan permintaan terbesar di dunia, yang menghubungkan komunitas global desainer *freelance* dengan bisnis dari berbagai skala untuk menyelesaikan kebutuhan desain mereka.

### **2.3 Visi dan Misi Perusahaan**

Secara umum visi merupakan serangkaian kata yang menunjukkan impian, cita-cita atau nilai inti sebuah sekelompok orang dengan pandangan yang jauh ke masa depan demi dengan tujuan untuk mencapai sesuatu yang diinginkan. Sebuah visi dapat dijadikan sebagai landasan akan situasi dan karakteristik mengenai arah tujuan perjalanan selanjutnya. Keberadaan sebuah visi dapat dijadikan pengingat untuk dapat selalu eksis, antisipatif serta inovatif. Perubahan dan perkembangan visi biasanya disesuaikan dengan pengaruh dan perkembangan zaman yang sulit diprediksi. Sehingga banyak visi yang tidak ditulis secara detail, namun tetap di gambarkan dengan sistem yang sesuai dengan tujuan visi tersebut.

Misi adalah suatu pernyataan tentang apa yang harus dilakukan dalam merealisasikan suatu visi. Misi diibaratkan sebagai tahapan-tahapan yang dibagi untuk memudahkan serta menjadi usaha nyata dalam memberikan arahan serta batasan dalam proses pencapaian tujuan. Dapat diartikan bahwa misi adalah prioritas, nilai-nilai kerja, dan metode yang dijadikan landasan yang berguna sebagai petunjuk garis besar dalam mewujudkan sebuah visi.

### 2.3.1 Visi Perusahaan

Sebagai *platform e-commerce*, visi BoxCommerce adalah mendukung UMKM agar dapat bersaing dalam pasar digital dengan menyediakan platform yang mudah dan ramah pengguna sehingga dapat menunjang potensi penuh mereka. BoxCommerce berharap masa depan perdagangan online dapat diakses oleh setiap orang dan menjadi lebih efisien.

BoxCommerce memiliki dedikasi tinggi untuk memberdayakan UMKM agar mereka menjadi lebih mandiri dan dapat mengikuti perkembangan teknologi. Pemberdayaan UMKM akan dilengkapi dengan alat dan sumber daya yang mereka butuhkan untuk sukses di pasar *online*. BoxCommerce ingin menyediakan *platform e-commerce* lengkap yang dapat menyederhanakan kerumitan berjualan online, selain itu BoxCommerce juga ingin membantu UMKM untuk dapat menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan penjualan online dan juga meningkatkan brand awareness mereka.

Selain itu visi BoxCommerce juga ingin menjadi penggerak *e-commerce* di Afrika yang mampu menciptakan jalur pembayaran dan logistik di Afrika sebagai infrastruktur utama yang terbuka untuk digunakan oleh pihak lain, dari visi-visi yang disebutkan di atas diharapkan dapat menciptakan lowongan pekerjaan baru yang tentunya akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

### 2.3.2 Misi Perusahaan

Berikut adalah beberapa misi yang dimiliki oleh BoxCommerce:

- a) Boxcommerce ingin membantu jutaan UMKM untuk berjualan *online* dengan *platform* yang dapat diakses oleh setiap orang.
- b) BoxCommerce ingin menciptakan pengalaman berbelanja *online* tanpa batas yang mudah dan menyenangkan.
- c) BoxCommerce ingin menciptakan pemerataan ekonomi secara digital sehingga UMKM tidak lagi bergantung pada pemasaran tradisional.
- d) BoxCommerce ingin memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk meluaskan jangkauan pasarnya baik secara nasional maupun secara internasional.
- e) BoxCommerce ingin menyediakan platform *e-commerce* yang aman dan dapat diandalkan.
- f) BoxCommerce ingin memberikan dampak positif kepada masyarakat dan lingkungan.

### 2.4 Nilai – Nilai Perusahaan

Nilai-nilai perusahaan, yang juga dikenal sebagai nilai-nilai organisasi atau nilai-nilai inti, adalah keyakinan dan prinsip-prinsip dasar yang memandu perilaku, keputusan, dan tindakan perusahaan dan karyawannya. Nilai-nilai ini mewakili identitas inti organisasi dan berfungsi sebagai fondasi untuk budaya dan arah strategisnya.

Nilai-nilai perusahaan mendefinisikan apa yang penting bagi perusahaan, bagaimana perusahaan menjalankan bisnis, dan bagaimana perusahaan berinteraksi dengan karyawan, pelanggan, pemangku kepentingan, dan masyarakat luas.

Meskipun rencana dan strategi bisnis dapat berubah, nilai-nilai perusahaan biasanya akan tetap sama. Nilai-nilai perusahaan membantu bisnis tumbuh dan berkembang tanpa kehilangan fokus pada apa yang penting bagi mereka. Berikut ini adalah beberapa nilai-nilai yang diterapkan di Boxcommerce:

a. Do what is right

Setiap hal yang benar atau baik pasti akan memiliki dampak positif, mulailah melakukan hal yang benar dari diri sendiri. Perusahaan mendukung setiap karyawan untuk melakukan atau mengambil keputusan yang benar atau baik bagi diri mereka dan juga bagi perusahaan.

b. Care for your teammates

"If you want to go fast go alone if you want to go far go with a group". Kepedulian terhadap rekan kerja adalah suatu hal yang sangat penting, tanpa adanya kerja sama dalam tim akan sulit untuk mencapai tujuan perusahaan. Setiap karyawan di dalam perusahaan harus dapat bersikap baik dan mendukung satu sama lain, mereka juga diharuskan untuk dapat berkolaborasi dalam melakukan pekerjaan mereka.

c. Never be afraid to fail

Pepatah lama mengatakan bahwa Anda akan kehilangan 100% kesempatan jika Anda tidak mengambilnya, perusahaan harus bisa mengambil risiko yang terdidik, bereksperimen dan belajar, karena tanpa ini kita tidak akan pernah berinovasi. Perusahaan tidak dapat membuat masa depan yang baru jika terlalu takut untuk gagal atau mencoba.

d. Diversity is key

Keberagaman menyatukan individu dari berbagai latar belakang, budaya, pengalaman, dan perspektif. Keragaman pemikiran ini dapat menghasilkan solusi yang lebih kreatif dan inovatif. Ketika karyawan dengan sudut pandang yang berbeda berkolaborasi, mereka dapat menantang pemikiran konvensional, membawa ide-ide segar, dan menumbuhkan budaya inovasi di dalam perusahaan.

e. Empathy matters

Dalam semua hal, kunci utama biasanya terletak pada empati, konteks dan nuansa. Sangat penting untuk melakukan pendekatan dengan empati karena pada saat perusahaan berhenti mendengarkan,



berhenti peduli dan berhenti bertanya maka perusahaan akan mengalami kekalahan di pasar.

f. No Shortcuts

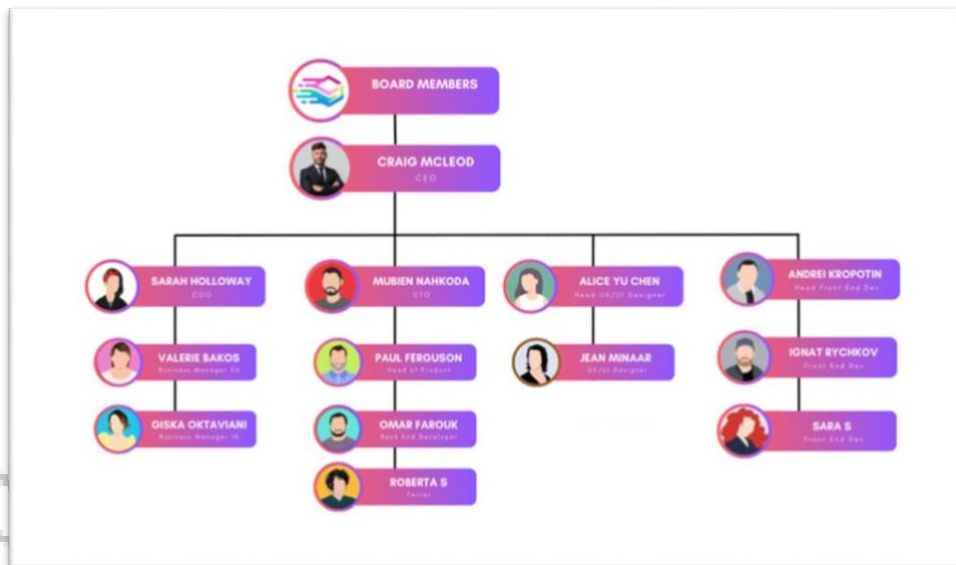
Sangat penting untuk tidak melakukan suatu kecurangan dalam sebuah proses karena hasil akhir yang diperoleh tidak akan berharga dan juga tidak akan membawa kebahagiaan. BoxCommerce menjunjung tinggi kejujuran didalam dan diluar lingkungan perusahaan. Segala bentuk kecurangan di dalam perusahaan akan ditindak secara tegas.

g. Create value for others

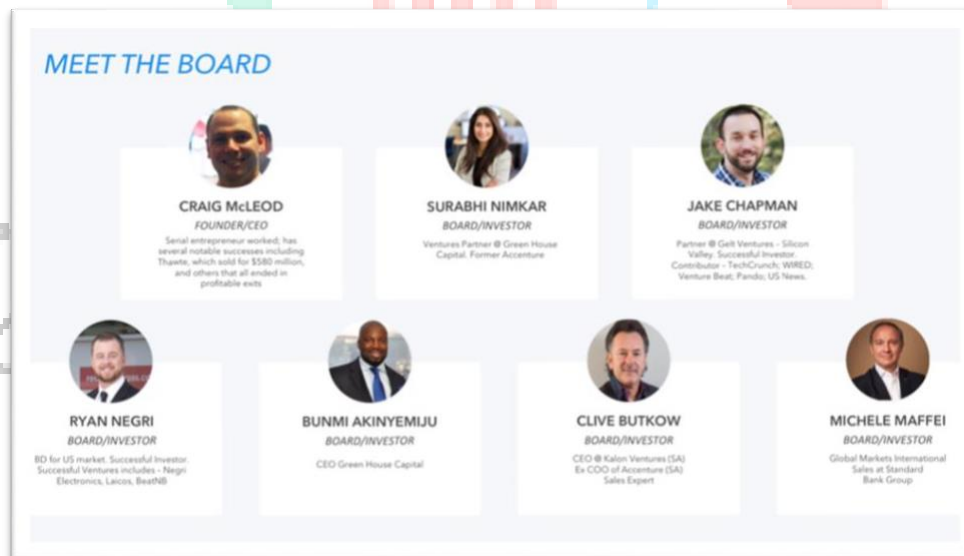
Kunci terpenting untuk menciptakan bisnis yang berkelanjutan dan bernilai tinggi adalah bukan uang tetapi penciptaan nilai. Nilai-nilai perusahaan adalah penentu kesuksesan jangka panjang yang juga akan membawa kesuksesan finansial. Tidak ada yang lebih penting dari nilai ini.

## 2.5 Struktur Organisasi

Menurut Hasibuan (2004), struktur organisasi adalah suatu diagram yang menggambarkan tipe organisasi, perdepartemenan organisasi, kedudukan dan jenis wewenang pejabat, bidang dan hubungan pekerjaan, garis perintah dan tanggung jawab, rentang kendali dan sistem pimpinan organisasi. Struktur Organisasi BoxCommerce pusat cukup sederhana dan hanya terdiri dari beberapa divisi yang berbeda, saat ini BoxCommerce juga masih sering menggunakan jasa pekerja lepas harian untuk melakukan beberapa tugas diperusahaan. Berikut ini adalah gambar struktur organisasi dari BoxCommerce pusat:



Gambar 2.5 Struktur Organisasi BoxCommerce  
(Sumber: Arsip Pribadi BoxCommerce)



Gambar 2.6 Struktur Dewan Direksi BoxCommerce  
(Sumber: Arsip pribadi BoxCommerce)

BoxCommerce menganut sistem budaya adhocracy yang artinya budaya kerja yang memacu kreativitas dan pertumbuhan dengan menantang status quo. Budaya kerja ini menekankan pendekatan kolaboratif dari kepemimpinan yang terdesentralisasi, mendukung keputusan inisiatif individu, dan pengambilan keputusan organik. Sehingga perusahaan tidak bergantung pada sistem otoritas atau prosedur yang kaku. Sebaliknya, budaya ad hocasi berfokus pada metode yang secara konsisten beradaptasi dengan memberi izin karyawan yang paling dekat dengan permasalahan untuk melakukan pekerjaan mereka dan memecahkan masalah sesuai keinginan mereka.

Berikut ini adalah deskripsi pekerjaan dan tanggung jawab dari setiap divisi yang ada di struktur organisasi BoxCommerce:

a) Dewan Direksi:

Dewan direksi adalah sekelompok individu atau pimpinan perusahaan yang dipilih oleh para pemegang saham dan badan pengatur melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) untuk mewakili kepentingan mereka dalam mengelola perusahaan (board of directors). Mereka harus dapat menetapkan arah strategis, meninjau dan menyetujui keputusan-keputusan penting yang sesuai dengan peraturan, hukum dan standar etika di setiap negara. Setiap anggota dewan harus berkontribusi dalam pengembangan perusahaan dengan cara memberikan wawasan, bimbingan dan keahlian untuk membentuk tujuan jangka panjang dan strategi pertumbuhan perusahaan. Anggota dewan direksi memiliki peran kunci dalam proses pengambilan keputusan, mereka memiliki kewenangan untuk meninjau dan menyetujui keputusan bisnis utama seperti penunjukan eksekutif, investasi modal, perubahan operasional yang signifikan seperti merger dan akuisisi. *Chief Executive Officer (CEO)* Bapak Craig McLeod juga merupakan anggota dewan direksi di BoxCommerce.

b) *Chief Executive Officer (CEO)*:

*Chief Executive Officer (CEO)* adalah pemimpin tertinggi dalam perusahaan yang memiliki tanggung jawab utama untuk mengelola,

mengarahkan, dan mengambil keputusan strategis yang dapat mempengaruhi keseluruhan kinerja perusahaan. Seorang *Chief Executive Officer (CEO)* harus berkolaborasi dan melapor kepada dewan direksi atas tanggung jawab dan pencapaian tujuan organisasi.

c) *Chief Operations Officer (COO):*

*Chief Operations Officer (COO)* adalah eksekutif senior yang bertugas mengawasi fungsi administratif dan operasional bisnis sehari-hari. Seorang *Chief Operations Officer (COO)* akan berkolaborasi dengan *Chief Executive Officer (CEO)* dan eksekutif lainnya untuk mengembangkan dan melaksanakan strategi operasional yang mencakup analisis tren pasar, identifikasi peluang untuk perbaikan serta implementasi inisiatif untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional.

d) *Chief Technical Officer (CTO):*

*Chief Technical Officer (CTO)* memiliki tanggung jawab untuk merancang, mengimplementasikan, dan memelihara infrastruktur teknologi yang diperlukan untuk mendukung operasi perusahaan. Hal ini termasuk mengawasi pengembangan dan pemeliharaan perangkat keras, perangkat lunak, jaringan, dan pusat data. Mereka harus memastikan ketersediaan, keamanan, dan skalabilitas infrastruktur teknologi untuk memenuhi kebutuhan perusahaan.

e) *Head of Product:*

*Head of Product* atau Kepala Produk bertugas untuk mengawasi pengembangan produk, mengatur anggota tim, dan memastikan produk berjalan selaras dengan strategi bisnis secara keseluruhan. Kepala Produk menempati posisi manajemen inti, yang artinya mereka harus mengatur setiap karyawan yang terlibat dalam proses produksi barang dan jasa.

f) *UX/UI Designer:*

*User Experience/User Interface (UX/UI) Designer* adalah divisi yang bertugas meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kegunaan, aksesibilitas, dan kesenangan yang terkait dengan produk dengan cara yang menarik dan nyaman bagi pengguna *website* atau

aplikasi. *UX/UI Designer* harus memiliki pemahaman fungsional tentang pemrograman dan desain.

g) *Front-End Developer:*

*Front-End Developer* adalah divisi yang bertugas untuk menerjemahkan desain *UX/UI* menjadi kode interaktif dan responsif, mereka harus dapat mengimplementasikan elemen-elemen desain, seperti menu, tombol, formulir dan layout halaman dan memastikan *interface* pengguna terlihat konsisten diberbagai perangkat browser. Biasanya *Front-End Developer* menggunakan bahasa pemrograman seperti HTML, CSS, dan JavaScript.

h) *Back-End Developer:*

*Back-End Developer* adalah divisi yang bertanggung jawab untuk mengembangkan dan memelihara bagian belakang (*server-side*) dari sebuah *website* atau aplikasi. Mereka berfokus pada bagian yang tidak terlihat oleh pengguna akhir. Divisi *Back-End Developer* bertugas untuk menyediakan data, logika bisnis, dan interaksi antara *front-end* (tampilan depan) dengan *database* dan sistem lainnya.

i) *Software Tester:*

Divisi *Software Tester* memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memastikan kualitas, kehandalan, dan kinerja perangkat lunak sebelum dirilis kepada pengguna akhir. Mereka bertanggung jawab untuk melakukan pengujian dan verifikasi terhadap aplikasi atau sistem yang sedang dikembangkan.

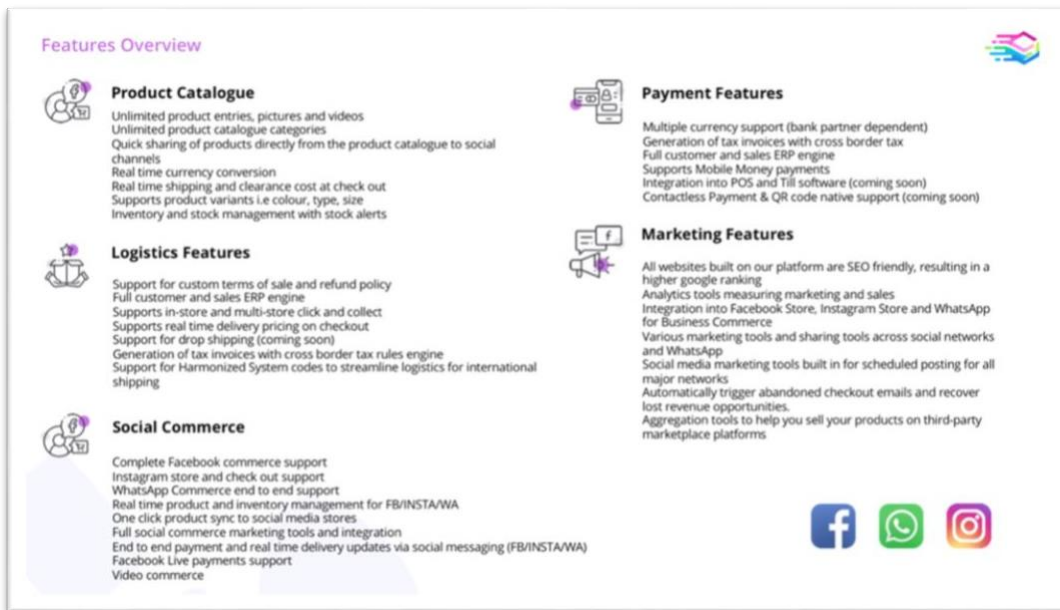
j) *Business Manager:*

*Business Manager* adalah seorang *supervisor* yang mengontrol dan mengarahkan personel dan aktivitas organisasi atau departemen. *Business Manager* bertugas untuk membuat rencana operasional, melakukan evaluasi kinerja, dan mengawasi semua aktivitas harian, dan bertanggung jawab untuk menjaga bisnis tetap produktif, efisien, dan terorganisir setiap saat. *Business manager* berkolaborasi erat dengan anggota staf setiap hari untuk memantau semua proyek yang mereka lakukan dan mengidentifikasi area potensial untuk perbaikan.

## 2.6 Kegiatan Umum Perusahaan

BoxCommerce memiliki model bisnis dengan sistem *Business-to-Business (B2B)* yang artinya transaksi terjadi antara bisnis ke bisnis. BoxCommerce tidak melakukan penjualan barang melainkan menyediakan jasa layanan platform e-commerce, artinya konsumen tidak dapat memiliki produk yang ditawarkan tetapi mereka bisa menggunakan produk tersebut dengan sistem langganan bulanan atau tahunan. BoxCommerce mendapatkan 1% keuntungan dari setiap transaksi penjualan yang dilakukan oleh pemilik bisnis, selain itu BoxCommerce juga mendapatkan keuntungan dari mitra pembayaran dan mitra logistik. Model bisnis BoxCommerce bergantung besar dari jumlah transaksi penjualan yang dilakukan melalui platform BoxCommerce maka daripada itu proses *onboarding* menjadi bagian yang sangat penting. BoxCommerce memiliki 5 fitur utama yang dapat membuat transaksi penjualan online menjadi lebih efisien yaitu Product Catalogue, Payment Features, Logistics Features, Marketing Features, dan Social Commerce.

Produk BoxCommerce diciptakan untuk para pelaku UMKM sehingga mereka dapat membuat toko *online* yang terintegrasi dengan sistem manajemen toko, pembayaran dan logistik yang tersedia di 151 negara dengan 86 mata uang yang berbeda. BoxCommerce menjalin kemitraan dengan beberapa perusahaan dalam bidang yang berbeda diantaranya bidang perbankan, logistik, penyedia layanan jaringan sosial, perusahaan teknologi, pembayaran *online*, dan juga perusahaan jasa telekomunikasi. Masing-masing perusahaan memiliki peran penting yang dapat mendukung berjalannya proses operasional BoxCommerce.



Gambar 2.7 Gambaran Umum Fitur BoxCommerce  
 (Sumber: Arsip pribadi BoxCommerce)



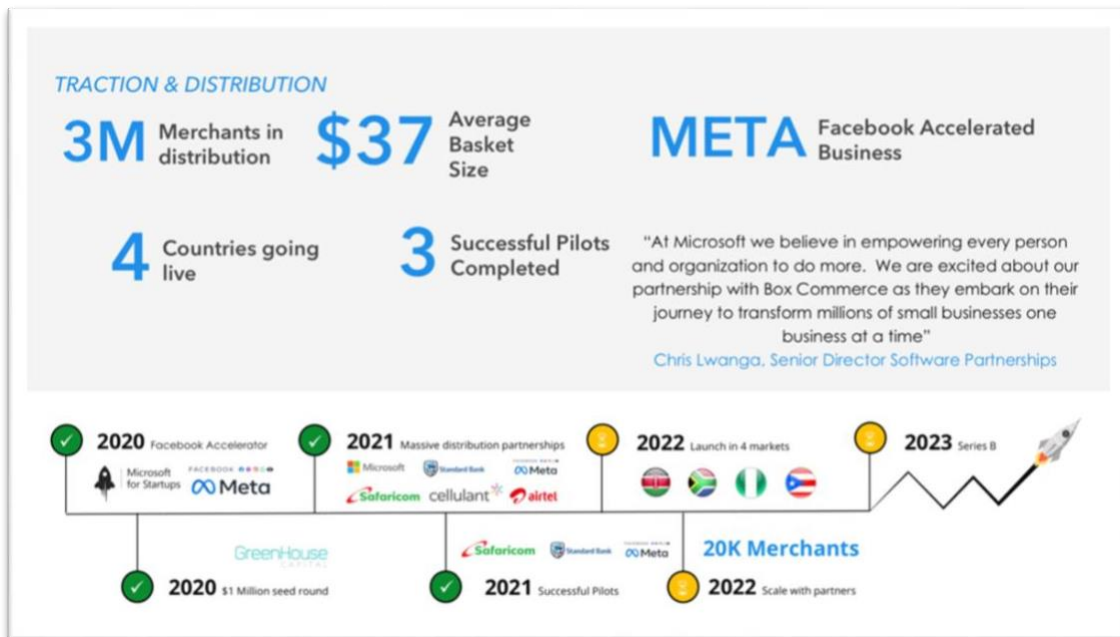
Gambar 2.8 BoxCommerce Customer Journey Map  
 (Sumber: Arsip pribadi BoxCommerce)

Dalam proses kerja sama yang dilakukan BoxCommerce biasanya akan membantu para konsumen perusahaan-perusahaan tersebut untuk memulai bisnis *online* mereka. Konsumen yang tertarik untuk memulai bisnis mereka secara online biasanya akan dihubungi oleh tim sales BoxCommerce untuk melakukan janji temu, setelah itu BoxCommerce akan mengirimkan seorang agen untuk membantu dalam proses *onboarding* yang biasanya memakan waktu sekitar 15 atau 30 menit. Selama proses *onboarding*, agen juga akan memberikan edukasi singkat tentang strategi pemasaran sehingga konsumen mendapat gambaran tentang tata cara berjualan online yang baik dan benar.

Webinar untuk para pelaku UMKM rutin diselenggarakan dengan tujuan agar mereka dapat belajar lebih banyak tentang *e-commerce* dan strategi pemasaran secara gratis. Mereka akan dikenalkan dengan ilmu-ilmu dasar pemasaran digital dan juga alat pemasaran apa saja yang harus dimiliki. Proses ini adalah bagian dari proses edukasi yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan pelaku UMKM baik secara nasional maupun internasional.

Meta adalah salah satu perusahaan dunia yang bekerja sama dengan BoxCommerce sehingga aplikasi *Facebook*, *Instagram* dan *Whatsapp Business* dapat terintegrasi secara langsung dalam sistem *social commerce* pada *dashboard BoxCommerce*. Konsumen dapat menghubungkan akun BoxCommerce mereka dengan *Facebook Store*, *Instagram store* dan *Whatsapp Business* dalam satu platform. Selain dapat dijadikan alat komunikasi dan pemasaran, BoxCommerce juga menyediakan fitur *Quick Post* dan *Advanced Post* pada menu *Social Posts* yang memungkinkan pelanggan untuk memposting produk mereka dari *platform* BoxCommerce ke akun sosial media mereka baik secara langsung maupun secara terjadwal.





Gambar 2.9 Traction and Distribution BoxCommerce  
(Sumber: Arsip pribadi BoxCommerce)