



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Sejarah Perusahaan

PT. Karya Megah Gunungmas, Onassis merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *ironmongery*, baik itu secara *online* maupun *offline*, dan berperan sebagai pemasok kunci, kunci digital, dan aksesoris pintu maupun jendela. PT. Karya Megah Gunungmas, Onassis telah berkiprah sejak tahun 2002 oleh Hasan Anny, dimulai dari toko kecil melakukan *export* dan *import* dari Tiongkok sampai bertemu dengan mitra kerja di Tiongkok lalu akhirnya berdirilah sampai sekarang PT. Karya Megah Gunungmas.

Sejak dulu PT. Karya Megah Gunungmas terkenal di balik layar *development* perumahan dan *apartement*, seperti gagang pintu, kunci, dan aksesoris pintu sering terlihat memakai *brand* dari PT. Karya Megah Gunungmas. Onassis merupakan *brand* andalan dari PT. Karya Megah Gunungmas yang memfokuskan pada kunci digital. Serta ada Belluci yang merupakan *brand* andalan kedua yang fokusnya pada kunci manual. Bukan hanya 2 *brand* yang dinaungi oleh PT. Karya Megah Gunungmas, melainkan masi ada 4 *brand* lagi yang dibuat untuk strategi yang berbeda.

Walaupun Kunci memang sudah ada semenjak 6000 tahun lalu, sekitar tahun 1.800-an, orang-orang di Eropa mulai terobsesi dengan keamanan. Apalagi saat itu revolusi industri menciptakan perbedaan kelas yang sangat terasa. Akibatnya, orang-orang kelas menengah dan kaya menjadi sasaran pencuri.

Masa inilah yang membuat kunci makin umum digunakan oleh siapa saja, terutama di kalangan menengah ke atas. Para pengrajin kunci juga mulai mengembangkan cara yang lebih praktis untuk mencegah pencuri saat itu. Mereka mengadaptasi beberapa teknologi yang digunakan pada abad kuno untuk membuat

kunci yang lebih sulit dibobol. Dan menciptakan desain kunci modern pertama kali yang dipatenkan oleh Linus Yale Jr. pada tahun 1865. Kunci modern yang dimaksud adalah kunci pipih, yang berbeda dengan bentuk sebelumnya. (Sartika, 2020)

Hal tersebutlah yang menjadi landasan awal munculnya banyak kunci yang kita pakai di rumah kita untuk menjaga keamanan harta dan keluarga kita pada saat ini, salah satunya adalah kunci digital juga yang sekarang sangat diminati oleh banyak khalayak. Dan terakhir adalah kunci digital yang pertama ditemukan di tahun 1950-an, pada saat itu kunci digital masi dinamakan kunci elektronik. Bentuk dari kunci elektronik tersebut merupakan kartu. Bukan hanya pertama dalam hal fitur yang menggunakan kartu, dengan berkembangnya teknologi para ilmuwan juga mengembangkan sistem elektronik pada kunci (Sartika, 2020)

Teknologi dan fashion merupakan dia sector yang paling berkembang pesat di perekonomian dunia (Kalbaska, 2019). Kunci dengan sistem elektronik pertama dipatenkan pada tahun 1975 oleh Tor Sørnes, membuka peluang pada kunci elektronik dengan sistem *password* dan data *biometric* seperti *finger print*, sesampainya sekarang tidak butuh kunci sama sekali, hanya dibutuhkan penguncinya saja karena dapat secara otomatis untuk membukanya dengan *access* digital seperti menggunakan *smartphone* yang hampir semua orang punyai saat ini (Estes, 2015)

Munculnya kunci elektronik menjadi peluang untuk perusahaan untuk berinovasi untuk menjual produk yang setara dengan era sekarang. Dengan adanya teknologi, bisnis akan selalu berkembang dengan inovatif dan meningkatkan teknik pemasaran baru salah satunya pemasaran media social (Saravanakumar & Laksmi, 2012). Karena itu belum cukup hanya dengan produk yang *high end* namun juga dibutuhkannya *social media marketing* sehingga dibentuknya team kreatif dimana divisi yang saya tempati saat magang berlangsung.

Awalnya Onassis juga hanya bergerak dalam kunci manual, tetapi karena Hasan Anny ingin mengembangkan perusahaannya lebih tinggi, beliau memutuskan untuk bergerak juga ke kunci digital di tahun 2014 menjadikan *brand*

Onassis fokus terhadap kunci digital. Tidak hanya sampai kunci digital, dikarenakan di era ini kunci digital digolongkan sebagai *smart home* atau rumah pintar. Hasan juga memutuskan untuk bergerak juga di bidang *smart home* pada 2021.

Kantor PT. Karya Megah Gunungmas yang terletak di Karawaci Office Park, Ruko Excelis, Tangerang merupakan kantor pusat dan juga *showroom* bagi *customer* yang ingin melihat produk-produk *brand* yang dianungi seperti Onassis dan Belluci. Selain kantor pusat, PT. Karya Megah Gunungmas juga mempunyai 2 kantor lainnya. Satu terletak di Bandara Soekarno-Hatta beroperasi sebagai *import* dan *export* produk. Kedua terletak di Legok beroperasi sebagai gudang produk. *Brand* Onassis juga mempunyai *offline store* yang terletak di Mall Living World Alam Sutra.

PT. Karya Megah Gunungmas sendiri memiliki beberapa cabang bisnis lainnya pula seperti yang sudah ditera sebelumnya, namun masih dalam bidang yang sama, yakni layanan penjual produk kunci. Cabang bisnis tersebut adalah sebagai berikut:

A) Onassis

Gambar 2.1 Logo Onassis



Sumber: www.onassis-hardware.com, 2021

Onassis merupakan produk utama dan pertama dari PT. Karya Megah Gunungmas sendiri. Awal mula Onassis bergerak di kunci manual, tetapi karena berkembangnya waktu dan teknologi. Pak Hasan Anny memutuskan untuk membuat Onassis menjadi *brand* kunci digital. Kunci digital Onassis sudah mendapat Piagam Rekor MURI menjadi *brand* kunci digital dengan varian terbanyak.

Beberapa *brand value* yang ditonjolkan oleh Onassis dalam menjalankan bisnisnya adalah *good quality customer service* dan *best deal of price*. Sesuai

dengan *tagline* “*feel the quality*”. Onassis memberikan produk kunci yang kualitasnya tahan lama dan tidak mudah rusak, dengan harga yang terjangkau dan pilihan kunci yang bervariasi. Bukan hanya kualitas dari produk tersebut, kualitas dari pelayanan dari *staff* kepada *customer* juga tinggi.

Pada saat ini Onassis dapat ditransaksi di banyak lokasi seperti Mitra 10 dan Depo bangunan serta banyak *market place e-commerce online* seperti Shopee, Bukalapak, Tokopedia, JD.ID, dan Blibli.com. Selain itu Onassis juga sudah banyak berkerja sama dengan *developer* perumahan dan *apartemen* dengan hubungan yang baik yakni:

1. Summarecon
2. Paramount
3. Green Andara Residence
4. Jaya Real Property
5. Orchard Park
6. Grand Sungkono Lagoon
7. The Manhattan
8. Trillium
9. The Accent
10. Dan puluhan *developer* lainnya

B) Belluci

Gambar 2.2 Logo Belluci



Sumber: www.onassis-hardware.com, 2021

Belluci merupakan bagian dari PT. Karya Megah Gunungmas yang merupakan *brand* kunci yang difokuskan terhadap kunci manual dan aksesoris pintu serta jendela.

C) Brand Lainnya

Gambar 2.3 Logo Anak Brand Onassis



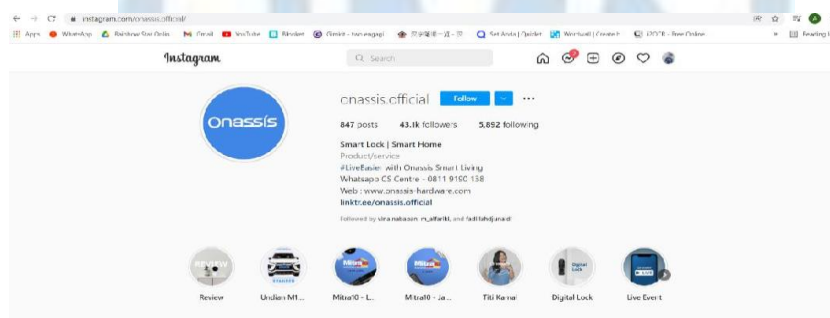
Sumber: www.onassis-hardware.com, 2021

Brand yang tertera diatas merupakan *sub-brand* di PT. Karya Megah Gunungmas dengan keunggulan yang berbeda-beda seperti *Floor Hinge*, *Glass Door*, *Wood Door*, dan *Steel Door*.

2.1.2 Data Umum Perusahaan

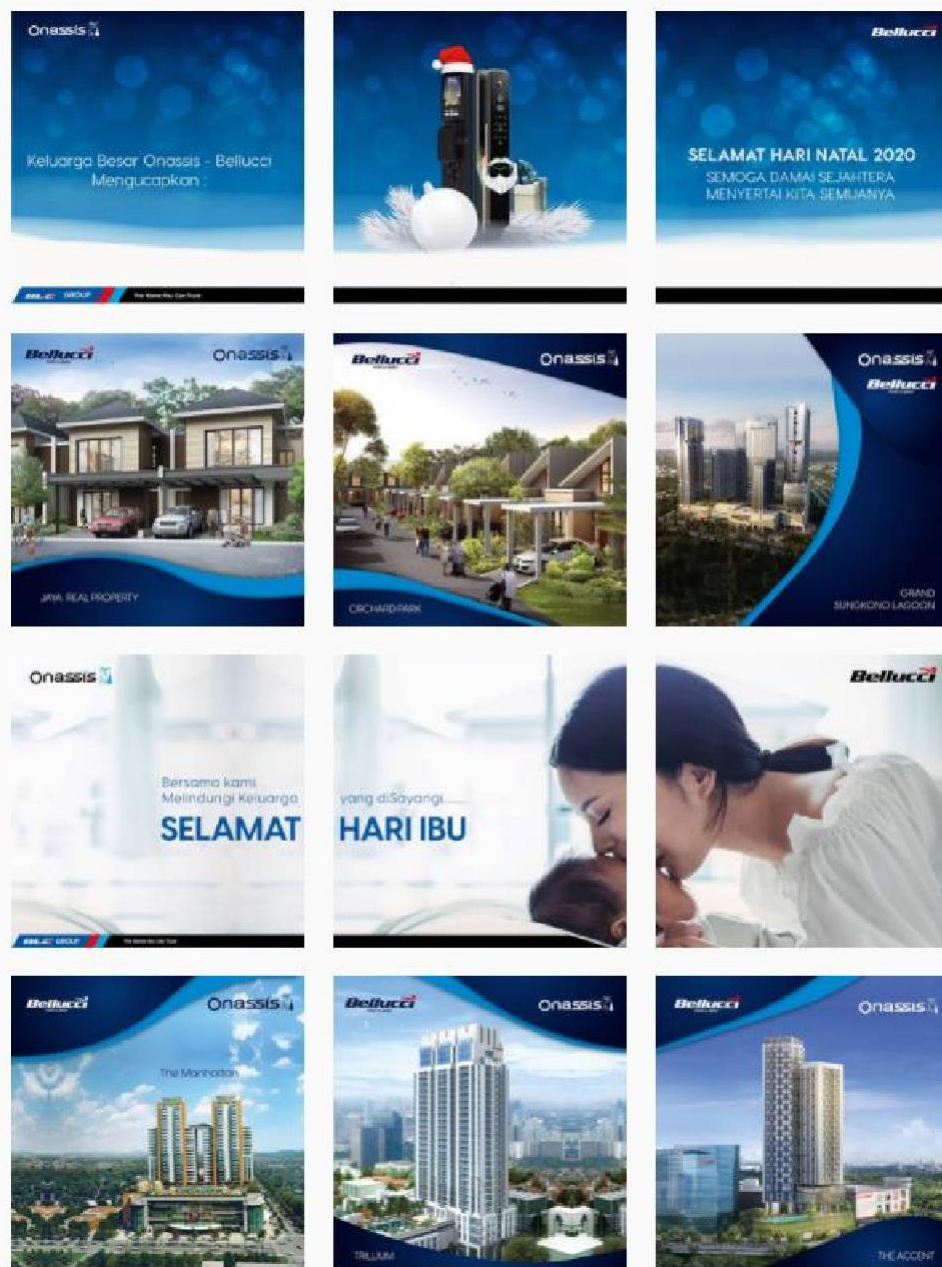
Nama Perusahaan	:	PT. Karya Megah Gunungmas (Onassis)
Alamat	:	Karawaci Office Park, Ruko Excelis No.50, RT. 001/RW.009, Panunggangan Barat, Karawaci, Kota Tangerang, Banten 15811
No. Telepon	:	(021) 55763732
Email	:	onassismedia@gmail.com
Website	:	https://www.onassis-hardware.com/
Media Sosial	:	1. Instagram : Onassis.official 2. Youtube : Onassis Official 3. Facebook : Onassis Digital Lock

Gambar 2.4 Instagram Onassis Hardware



Sumber: Instagram Onassis.official, 2021

Gambar 2.5 Hasil unggah akun utama Instagram Onassis



Sumber: Instagram Onassis.official, 2021

Pada gambar 2.2, merupakan *official* Instagram Onassis. Akun @onassis,official merupakan akun utama Onassis yang digunakan untuk membagikan konten *social media marketing* seperti poster promosi dan *event*. Dan foto X merupakan hasil karya pada saat magang.

2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

A) Visi

Mewujudkan Onassis dan Belluci sebagai brand terkemuka

B) Misi

Penerapan *good and clean governance corporate* sebagai wadah berkarya bagi keluarga besar pimpinan serta *staf* PT. Karya Megah Gunungmas menghadirkan produk inovatif dan kompetitif.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

PT. Karya Megah Gunungmas memiliki sebuah tim kreatif yang bertugas untuk melakukan kegiatan *branding* dari PT. Karya Megah Gunungmas, dan merencanakan strategi komunikasi pemasaran (*marketing communication*) secara *online* yang tepat untuk menjangkau para konsumen baru, serta mengimplementasikan *brand value* dari PT. Karya Megah Gunungmas sendiri dalam komunikasi pemasarannya.

Tim kreatif ini dinaungi oleh seorang *Head of Creative Team* yang bernama Muhammad Iqbal Mosayik, S.Ikom., beliau yang bertanggung jawab penuh atas setiap kegiatan promosi serta kegiatan *branding* yang dilakukan oleh PT. Karya Megah Gunungmas dan setiap divisi dalam tim kreatif bertanggung jawab secara langsung kepada beliau dalam menjalankan perannya masing-masing.

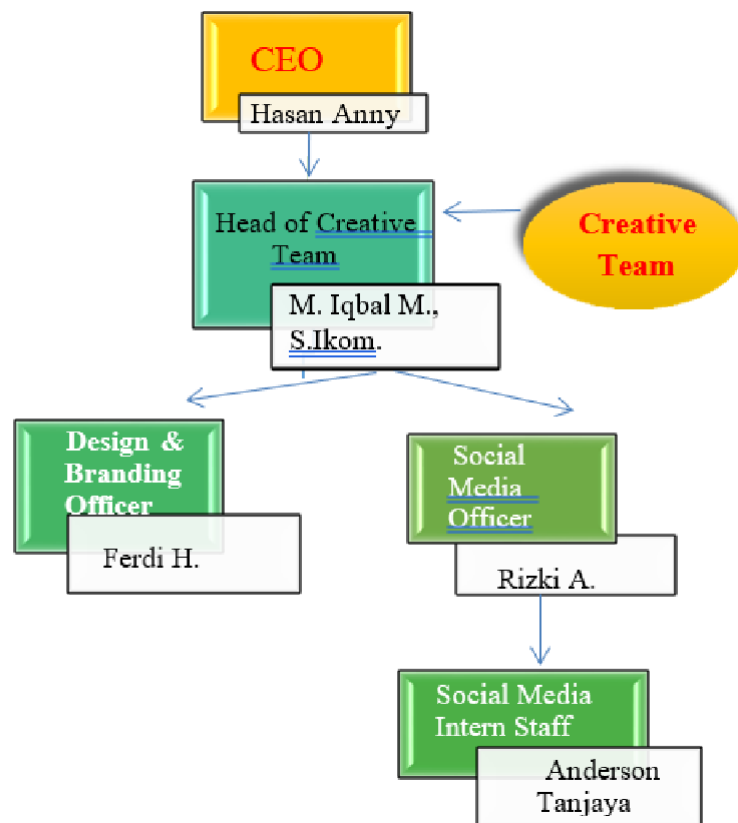
Tim kreatif terdiri atas dua divisi, yakni Design & Branding Division dan Social Media Division yang merupakan divisi dari aktivitas praktek kerja magang yang dijalankan. Dalam Social Media Division, aktivitas praktisi kerja magang ini berandil dalam proses persiapan dan pelaksanaan *event* “Beli kunci dapat mobil” yang sempat diadakan oleh PT. Karya Megah Gunungmas pada awal bulan Agustus 2020 sampai akhir Januari 2021 yang diadakan selama enam bulan penuh yang diunggah di berbagai media *online*.

2.2.1 Struktur Organisasi Tim Kreatif

Dalam tim kreatif, Social Media Division memiliki peran dalam bidang membuat strategi komunikasi pemasaran secara langsung, baik itu dalam bentuk *personal selling activity* maupun *event* menggunakan media *online*. Tujuan dari peran Social Media Division adalah untuk meningkatkan *sales* atau penjualan dengan cara mengadakan kegiatan promosi dalam bentuk *event*, serta membantu departemen lainnya dalam tim kreatif dalam melakukan kegiatan *branding (brand activation & brand positioning)* guna meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap *brand Onassis* melalui kegiatan *social media marketing*.

Berikut adalah struktur/bagan organisasi dalam tim kreatif sendiri dalam menjalankan peran dan fungsinya:

Gambar 2.6 Struktur Organisasi Team Kreatif



Penjelasan peran dan fungsi masing-masing jabatan pada gambar:

A) CEO (*Chief Executive Officer*)

Direktur utama perusahaan, yakni Bapak Hasan Yanni, Ia yang berperan di dalam pelaksanaan dan evaluasi secara penuh untuk setiap aktivitas yang berjalan di PT. Karya Megah Gunungmas. CEO mengepalai secara penuh untuk semua bagian divisi yang ada di PT. Karya Megah Gunungmas. Jabatan ini mengambil keputusan secara korporat dengan keputusan sendiri yang juga merupakan bagian dari direksi PT. Karya Megah Gunungmas untuk perencanaan perusahaan ke depannya.

B) *Creative Team*

Creative Team atau tim kreatif merupakan departemen yang menangani secara khusus seluruh aktivitas promosi (*social media marketing communication*) secara *online*, kegiatan *branding*, penanganan *design* logo dan media promosi milik perusahaan dan penanganan *customers relationship* melewati *social media*. Departemen ini dikepalai secara langsung oleh *Head of Creative Team*, yakni Muhammad Iqbal Mosayik, S.Ikom. di PT. Karya Megah Gunungmas. Departemen ini terbagi menjadi dua divisi, yakni:

B.1) *Design & Branding Division*

Divisi dalam tim kreatif yang menangani secara langsung urusan *branding* (logo dan *brand identity*), kepentingan visual, dan materi-materi desain yang dikeluarkan oleh PT. Karya Megah Gunungmas, termasuk urusan desain *merchandise* dan *event giveaway item*, serta penanganan tampilan visual dari *company profile* juga diurus secara langsung oleh divisi ini. Terdiri atas dua orang, yakni Ferdy Halim selaku *Design & Branding Officer* dan Heri Septiawan selaku *Design & Branding Officer*.

Peran dari *Design & Branding Officer* mengurus dan mengatur secara langsung segala macam penanganan *visual* dan *branding* (logo & *brand identity*) dari PT. Karya Megah Gunungmas, serta materi-materi visual untuk media promosi milik PT. Karya Megah Gunungmas juga ditangani oleh jabatan ini. Jabatan ini bertanggung jawab secara langsung kepada *Head of Creative Team* dari PT. Karya Megah Gunungmas, yakni Muhammad Iqbal Mosayik.

B.2) Social Media Division

Divisi dalam tim kreatif yang menangani secara langsung untuk perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi dari kegiatan promosi *online* yang dilakukan oleh PT. Karya Megah Gunungmas, termasuk pula untuk pelaksanaan *social media marketing*. Terdiri atas dua orang, yakni Rizki Alfaizi selaku *social media officer* dan penulis sendiri Anderson Tanjaya selaku *social media intern staff*.

Social Media Officer berperan secara penuh untuk segala aktivitas promosi *online* yang dilakukan oleh PT. Karya Megah Gunungmas, termasuk perencanaan, pelaksanaan, pengelolaan, bertanggung jawab, dan evaluasi kegiatan yang akan diunggah pada *media social seperti social media, website*, maupun aplikasi *online chat* seperti *whatapps*. Jabatan ini bertanggung jawab secara langsung kepada *Head of Creative Team* dari PT. Karya Megah Gunungmas, yakni Muhammad Iqbal Mosayik.

Sedangkan saya sebagai *social media intern staff* berperan membantu Muhammad Iqbal Mosayik dengan arahnya. Di dalam menjalankan tugas sehari-harinya dalam *Social Media Division* dan juga membantu menyukseskan *event* yang telah direncanakan oleh *Head of Creative Team*, yakni Muhammad Iqbal Mosayik.