

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Wallstreet DevOps (PT Konsula Karya Bangsa) merupakan sebuah perusahaan pelayanan pendidikan non formal, konsultasi *training* sumber daya manusia, dan sertifikasi. Wallstreet DevOps Group berdiri pada tahun 2018 dan telah melayani lebih dari 300+ klien perusahaan multinasional dalam pemberian layanan pendidikan non formal dan konsultasi manajemen. Hingga saat ini telah memberikan sertifikasi lebih dari 1000+ senior level di bidang digital bersama Google International.

Wallstreet DevOps sendiri saat ini telah memiliki jaringan bersama universitas luar negeri ternama yaitu *University of Oxford* pada *Department of Continuing Education* untuk membangun modul dan sertifikasi bersama di bidang *Branding* dan *Marketing*. Selain itu, adapula *Harvard Business School* dan *Harvard Business Review* yang turut bekerjasama dalam pembangunan modul dan studi kasus nyata. Selama perjalanannya, Wallstreet DevOps juga telah dipercaya oleh beberapa *brand* ternama di Indonesia seperti Telkom Indonesia, DG Traffic, Samsung, Shopee, Tokopedia, BNI, ANTV, Rumah Zakat, dan StickEarn.

Adapun layanan dan sertifikasi pendidikan yang ditawarkan oleh Wallstreet DevOps berupa:

1. *People Training Development*

Berupa pelayanan pelatihan pengembangan sumber daya manusia di perusahaan.

2. *Fresh Graduate Training Program*

Berupa pelatihan *soft skill* dan bimbingan *hard skill* yang diberikan kepada *fresh graduate* yang baru diterima di sebuah perusahaan dengan objektif pelatihan untuk mendalami suatu bidang pekerjaan sesuai dengan industri dan tren saat ini.

3. *Academic Consulting*

Memberikan pelayanan konsultasi di bidang pendidikan bersama pakar jaminan mutu akademik Wallstreet DevOps untuk membantu institusi pendidikan dapat meningkatkan kualitas dan pelayanan terbaiknya.

4. *Master Class Course*

Berupa kelas pendidikan untuk publik berupa materi pembelajaran praktikal 1 tahun yang di padatkan menjadi 4 bulan program intensif. Program *course* umumnya berupa topik digitalisasi atau teknologi.

5. *Corporate Course*

Berupa kelas pendidikan untuk mitra perusahaan berupa materi pembelajaran praktikal yang bertujuan meng-*upgrade* kapasitas karyawan di suatu perusahaan. Program *course* umumnya berupa topik digitalisasi, komunikasi, atau teknologi.

Selain layanan dan sertifikasi di atas, Wallstreet DevOps melalui programnya juga memberikan banyak keuntungan seperti penyediaan *trainer* di level Senior Manager hingga Direktur Executive, *Internasional Guarantee* bersama para universitas luar negeri yang telah bekerjasama, *Talent Incubator* untuk menambahkan *skill* serta portofolio, konsultasi secara personal selama 12 bulan, subsidi keuangan pada biaya kelas program, *Job Connector* (penyaluran kerja), hingga fasilitas *Live with Trainers* (bimbingan khusus dengan ahlinya). Dengan ini, Wallstreet DevOps telah memiliki lebih dari 1000 alumni yang 60% merupakan senior professional, 88% memiliki sertifikasi *Google International*, dan 94% darinya mendapatkan tawaran pekerjaan kurang dari 1 tahun setelah belajar bersama.

2.2 Logo Perusahaan



2.3 Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan

2.3.1 Visi Perusahaan

Wallstreet DevOps memiliki visi yaitu memberikan dampak bagi 100 juta orang dengan cara meningkatkan kualitas hidup mereka dan menjadi ekosistem “*Young Lab*” terkemuka di dunia, juga memfasilitasi generasi muda dalam meningkatkan keterampilan mereka (Salim, 2018, *slide 2*). Melalui visi tersebut, Wallstreet DevOps berharap dapat membantu merevolusi pendidikan di dunia menjadi lebih berkualitas dan efisien secara waktu serta biaya dengan mendekati para pembelajar dengan industri langsung dan praktek lapangan bersama pakar terbaik.

2.3.2 Misi Perusahaan

Hadir menjadi *platform* pembelajaran inklusif untuk dapat menjangkau seluruh jenjang masyarakat Indonesia dan dunia, Wallstreet DevOps memiliki misi dengan mencoba untuk mewujudkan dan menyadari potensi yang ada pada manusia bagi semua orang dan organisasi di dunia (Salim, 2018, *slide 3*).

2.3.3 Budaya Perusahaan

Wallstreet DevOps memiliki kode khusus untuk budaya perusahaannya yang selalu ditekankan dan diterapkan selama menjadi bagian dari perusahaan untuk mencapai visi misi perusahaan. Budaya tersebut merupakan ciri khas spesial mengenai Wallstreet DevOps yang disebut sebagai “GODRICH” (Salim, 2018, *slide 10*). Adapun penjabarannya yaitu:

1. *God's Rules – Integrity*

Memiliki keberanian untuk mengatakan hal yang benar, melakukan hal yang benar, dan membuat keputusan yang tepat sehingga hal ini memungkinkan seluruh individu untuk membangun organisasi yang bertahan lama. Membiarkan kebenaran menjadi hakim tertinggi juga membiasakan pengambilan keputusan. Hal ini kemudian dijelaskan kembali dalam beberapa poin penting berupa:

- a. Memiliki keberanian untuk mengatakan hal yang sama di belakang dan di depan seseorang (gosip sama dengan berdosa)
- b. Berani dengan hormat menantang keputusan atau menunjukkan masalah (*speak up*), bahkan ketika melakukannya kamu merasa tidak nyaman (*no yes-mans or sore losers*). Namun ketika keputusan yang telah ditetapkan bertentangan ataupun tidak, setiap individu akan tetap berkomitmen penuh
- c. Bertanggung jawab (*accountable*) dan menindaklanjuti tanggungjawab dengan komitmen (*no dropping of balls*)
- d. Memiliki keberanian untuk melakukan hal yang benar, bahkan ketika itu sulit (*no cowards*)
- e. Jangan lupa berdoa sebelum memulai semuanya

2. *Relentlessly Resourceful*

Mempertahan akar yang kuat dan cerdas bahkan saat memasuki fase *hyper-growth*. Kemudian melakukan apa pun untuk mencapai hasil secara etis dan selama masa-masa sulit, tetap optimis dan tidak pernah menyerah pada visi dan misi perusahaan. Hal ini kemudian dijelaskan kembali dalam beberapa poin penting berupa:

- a. Bertahan dalam menghadapi penolakan atau kesulitan
- b. Carilah sumber daya dan informasi bahkan tanpa bimbingan (jangan mengeluh tentang kurangnya sumber daya)
- c. Capai lebih banyak dengan lebih sedikit effort yang dikeluarkan (efektif dan efisien)
- d. Bereksperimen dan lakukan apa pun yang diperlukan untuk mencapai hasil secara etis
- e. Menggalang optimisme dan kemungkinan di masa-masa sulit

3. *Impact*

Bekerja tidak hanya untuk kesuksesan bisnis, tetapi juga untuk makna, tujuan, dan dampak. Perusahaan ingin membuat dampak di pada kehidupan dunia ini. Pada akhirnya, hal ini merupakan sebuah misionaris, bukan *mercenaries*, yang dapat mengubah dunia. Adapun poin budaya perusahaan ini dijelaskan ke dalam beberapa poin penting sebagai berikut:

- a. Berasal dari niat baik untuk membuat perbedaan
- b. Memberikan dampak nyata kepada pelanggan dan pengguna
- c. Lakukan pekerjaan yang berarti dan bekerja untuk sesuatu yang lebih besar dari diri sendiri
- d. Peduli secara mendalam dan kembangkan tim dan organisasi
- e. Menumbuhkan *sense of mission* dan dipimpin oleh nilai-nilai, tidak hanya KPI dan proses

4. *Customer Obsessed*

Pelanggan dan pengguna kami adalah alasan kami ada. Mendahulukan mereka berarti memberikan nilai 10x lebih banyak daripada yang mereka harapkan melalui layanan terbaik dan penawaran produk yang mengganggu. Hal ini kemudian dijelaskan kembali dalam beberapa poin penting berupa:

- a. Bersikap hormat dan ramah kepada konsumen
- b. Bekerja keras untuk memenuhi janji kita dan mendapatkan kepercayaan pelanggan
- c. *Go above & beyond* untuk mengubah pelanggan menjadi penggemar
- d. Menciptakan nilai pelanggan adalah KPI yang paling penting
- e. Memprediksi kebutuhan pelanggan dan menemukan peluang untuk berinovasi serta menciptakan lebih banyak nilai pelanggan

5. *High Standards*

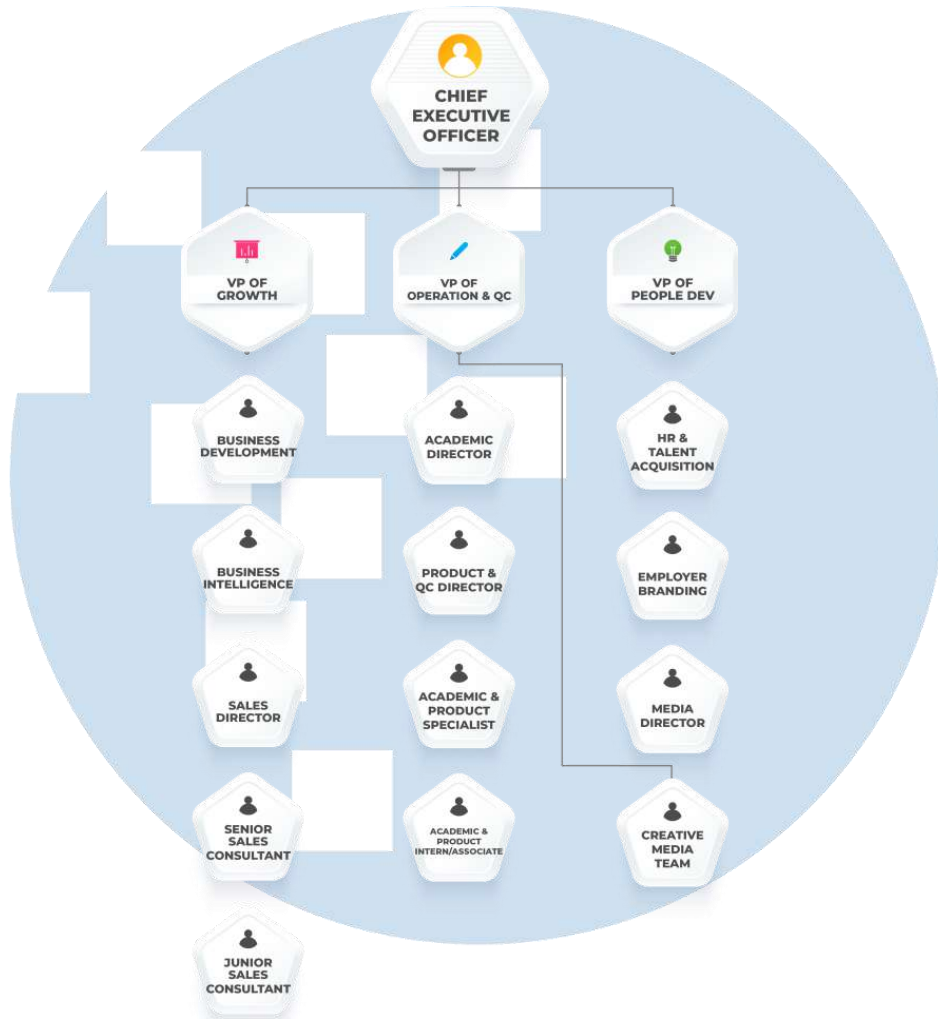
Orang yang berakal dalam menyesuaikan diri dengan dunia merupakan orang yang tidak masuk akal yang tetap berusaha menyesuaikan dunia dengan dirinya sendiri. Oleh karena itu, semua kemajuan tergantung pada orang yang tidak masuk akal. Adapun poin budaya perusahaan ini dijelaskan ke dalam beberapa poin penting dan lebih terperinci sebagai berikut:

- a. Jangan puas dengan sesuatu yang kurang dari luar biasa
- b. Fokus pada *results* dan *outcomes*, bukan hanya aktivitas dan proses
- c. Bergerak cepat dalam menyelesaikan sesuatu
- d. Saling meminta pertanggungjawaban dengan standar tinggi
- e. Tetapkan tujuan yang ambisius
- f. Terus-menerus meningkatkan standar untuk diri sendiri, tim, dan organisasi

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Informasi terkait struktur organisasi perusahaan perlu dipahami sebagai landasan dalam berjalannya suatu perusahaan terlepas dari apapun bidang yang dijalankan oleh perusahaan tersebut. Struktur organisasi perusahaan yang ideal akan menjadi penentu dalam efektivitas kerja individu dan kelompok di dalamnya. Sebagai susunan atau tingkatan yang berisi pembagian peran dan tugas setiap individu berdasarkan jabatan dalam perusahaan tersebut, struktur perusahaan biasa digambarkan dalam bentuk bagan atau hirarki. Dengan adanya struktur tersebut, setiap individu di dalam perusahaan atau organisasi tersebut memiliki posisi dan fungsinya masing-masing.

Wallstreet DevOps sendiri memiliki struktur perusahaan yang digunakan untuk memudahkan distribusi penugasan atau tanggung jawab dalam menjalankan sebuah perusahaan. Keberadaan struktur organisasi perusahaan Wallstreet DevOps berikut ini akan memperjelas batas peran dan tanggung jawab masing-masing individu yang bekerja di Wallstreet DevOps.



(sumber *Internal Managemenet Team Wallstreet DevOps*)

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan Wallstreet DevOps

2.5 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Dalam ruang lingkup kerja Wallstreet DevOps, *Creative Media Team* dikepalai langsung oleh seorang *Vice President of Operation & Quality Control* yang berfungsi sebagai penanggungjawab atas segala kegiatan maupun aktivasi yang diadakan oleh departemen ini. Tidak hanya mengepaloi, *Vice President of Operation & Quality Control* juga ikut serta secara langsung mengevaluasi serta *brainstorming* ide kreatif dalam menunjang kegiatan *marketing & campaign* perusahaan.

Tim *Creative Media* sendiri saat ini terdiri dari divisi *Social Media Marketing & Campaign Management*, *Special Event Management*, dan juga divisi *Design Graphic*. Divisi ini juga terdiri dari 4 orang *intern* dan 2 orang

full timer. Penulis melakukan kegiatan praktek kerja magang di posisi *Social Media Marketing & Campaign Management Associate* atau *Intern* yang memiliki tugas mengomunikasikan *brand (Branding)* sesuai dengan *Brand Vision* dan *Pillar* melalui beragam *event* atau kampanye dan konten kreatif. Pada prosesnya, penulis juga membuat dan mengeksekusi konten sosial media, *ads* atau iklan, dan *digital campaign*, memaksimalkan semua *sosial media channel campaign strategy* (Instagram, Youtube, TikTok, LinkedIn, Website), hingga menjadi *talent* dalam konten kreatif TikTok dan Reels serta membuat *brief, copy*, dan *caption* untuk semua design konten di sosial media, *ads* atau iklan, dan *digital campaign marketing*. Kemudian juga menganalisis serta memberikan solusi terhadap kinerja sosial media melalui *tools digital marketing* dan komunikasi strategi dengan memperhatikan tren, market, dan kompetitor.

Selain itu, untuk mempertahankan kesatuan kinerja yang baik, tim *Creative Media* juga bekerjasama dengan tim lainnya seperti *Academic Projects, Sales Consultant* dan *High Level Trainers* untuk membuat *marketing* proyek bersama sesuai kebutuhan masing-masing divisi. Adapun *feedback* yang didapatkan oleh *alumni* atau *students* melalui divisi *Academic* dan *Sales* mengenai materi dan hal-hal yang berhubungan dengan media kreatif akan dibentuk menjadi konten khusus oleh tim *Social Media Marketing & Campaign Management* sebagai tugasnya menjalin hubungan baik dengan market dan memenuhi kebutuhan mereka di ranah media dalam hal *customer oriented*.

U M N

U N I V E R S I T A S

M U L T I M E D I A

N U S A N T A R A