



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 II

LANDASAN TEORI

2.1 Profil Singkat Perusahaan dan Sejarah singkat Perusahaan

PT Global Digital Artha adalah perusahaan yang bergerak di bidang *IT & Digital Solutions*. Berawal dari rangkaian pengalaman yang penuh tantangan akan tanggung jawab dan dedikasi di bidang *IT*, PT Global Digital Artha didirikan pada tanggal 23 Juni 2016 dengan menawarkan berbagai solusi digital bagi klien-kliennya. Sebagai agensi kreatif yang menyediakan jasa pembuatan *website*, aplikasi, pemasaran secara digital (*digital marketing*), animasi *motion graphic* dan desain grafis, PT Global Digital Artha juga membuat berbagai platform yang dapat membantu kebutuhan masyarakat baik di Indonesia maupun mancanegara. Melihat trend masa kini, PT Global Digital Arta juga merambah ke dunia Game Development dimana PT Global Digital Artha mengembangkan berbagai permainan mobile gaming yang saat ini sedang banyak peminatnya.

PT Global Digital Artha bekerja dengan yakin, karena perusahaan memiliki komitmen yang kuat, dukungan sumber daya manusia yang handal, teknologi yang mutakhir, pengalaman dan manajemen perusahaan yang handal, semua menjadi satu untuk terus bertumbuh dan berkembang serta tetap menjadi penyedia untuk mendukung platform e-commerce dengan harapan agar kepercayaan pengguna yang menggunakan platform tersebut meningkat dengan didirikannya perusahaan ini.

Nama PT Global Digital Artha ini mempunyai makna dan harapan agar perusahaan ini dapat memberikan solusi yang berkaitan dengan dunia digital secara kreatif dan inovatif secara Global, untuk itu perusahaan ini memiliki logo huruf "G" yang diambil dari kata "*Global*". PT Global Digital Artha menanamkan integritas yang tinggi, karena dengan integritas itulah perusahaan dapat menjunjung tinggi moral dan etika serta menyediakan jasa terbaik dengan standar professional.



Sumber: Data Perusahaan, 2021

Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT Global Digital Artha

Gambar diatas merupakan logo perusahaan PT Global Digital Artha dengan bentuk huruf “G” dengan berwarna biru yang mengartikan *Global* seperti nama perusahaan sendiri dan memiliki makna harapan agar perusahaan dapat mencapai pasar global.

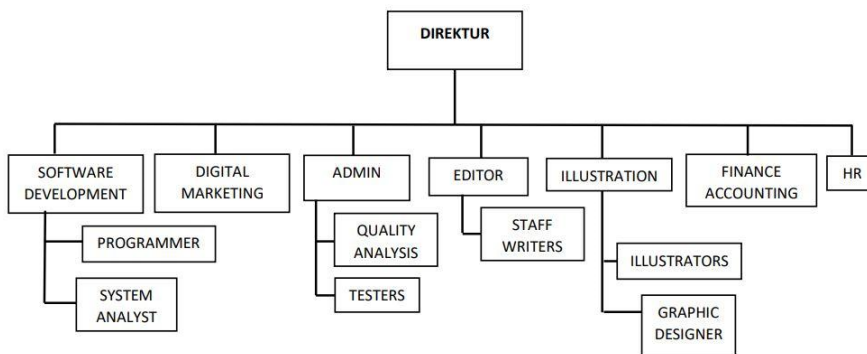
2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan Misi dari Perusahaan PT Global Digital Artha Sebagai berikut:

Visi untuk membuat perusahaan menjadi perusahaan digital yang terpercaya, profesional, sekaligus diandalkan oleh klien

Misi untuk selalu bersikap kreatif dan inovatif secara global

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber: Data Perusahaan, 2021

Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Global Digital Artha

Bagan diatas adalah struktur organisasi di dalam PT Global digital Artha. Direktur sebagai atasan semua divisi. Dibawah direktur, terdapat beberapa divisi seperti *software development* yang terdiri dari *programmers* dan *system analyst*, *digital marketing*, *admin* yang terdiri dari *quality analysis* dan *testers*, *editor* yang terdiri dari *staff writers*, *illustration* terdiri diri dari *illustrators* dan *graphic designer*, *finance accounting* dan terakhir *divisi HR*. Penulis termasuk di divisi *intern* yang dikepalai langsung dari direktur untuk dapat langsung membimbing pekerjaan dalam perusahaan dan dapat untuk mengoreksi pekerjaan dari penulis. Dalam struktur organisasi ini, tidak ada supervisor atau senior pada masing-masing divisi sehingga setiap orang dalam divisinya harus memperhatikan dan memberi koreksi pada pekerjaan rekannya masing-masing bahkan memperbaiki pekerjaan rekannya.

Pada divisi *software development* memiliki tugas dengan pengembangan *software* atau aplikasi dari klien maupun produk yang dimiliki dari PT Global digital Artha. Divisi ini juga memerlukan kemampuan dalam *programmer* dan analisis sistem untuk dapat memaksimalkan pekerjaan yang diterima dari klien.

Divisi *digital marketing* merupakan divisi yang melakukan pengiklanan secara digital baik dari klien maupun produk yang dimiliki PT Global Digital Artha. Pada divisi ini biasa melakukan pengiklanan secara online melalui *Instagram*, *youtube* dan lain-lain.

Divisi *admin* memiliki tugas dalam menganalisa kualitas dan melakukan percobaan pada produk. Divisi ini juga memiliki tugas dalam mengatur *administrasi* dan melakukan riset dalam perusahaan.

Divisi Editor merupakan divisi yang memiliki tugas dalam pengedit dan pengecekan dalam produk yang telah dihasilkan dari divisi *illustration*. Biasa hasil dari divisi tersebut berbentuk sebuah komik, karakter maupun ilustrasi.

Divisi *illustration* adalah divisi yang menghasilkan ilustrasi dalam produk yang dimiliki, biasanya berhubungan dengan *mobile games*, komik dan *digital marketing*.

Divisi *Finance Accounting* merupakan divisi yang mengatur keuangan dimiliki dari perusahaan. Dan terakhir divisi HR merupakan divisi yang mengatur *recruitment* karyawan dan mengelola sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan PT Global Digital Artha.

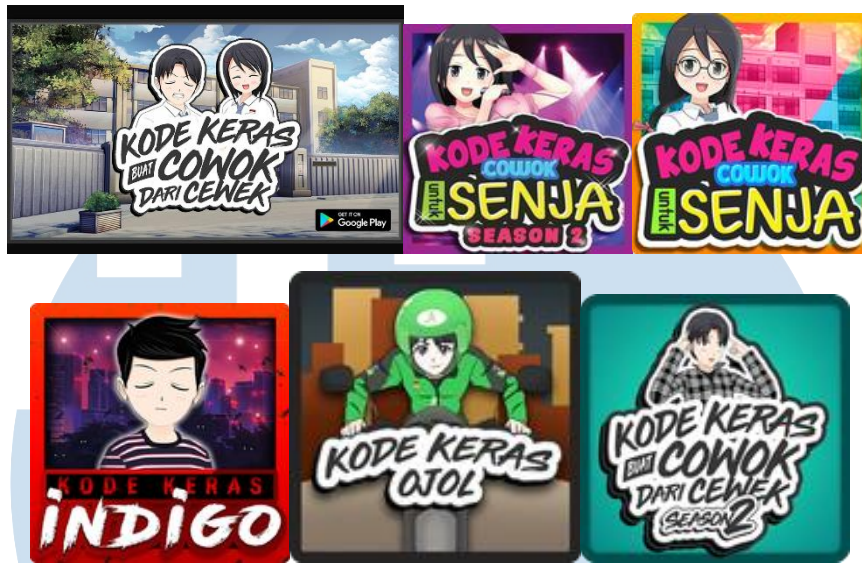
2.4 Produk Perusahaan

Saat ini PT Global Digital Artha peneliti membagi dalam 3 kategori produk perusahaan sebagai berikut:

1. *Mobile Games*

Salah satu produk dari perusahaan ini pada mobile games yaitu “Kode Keras Cowok *Series*” yang diluncurkan pada tahun 2016 hingga sekarang dengan lebih dari 1.000.000 orang download. Dari kata *series* yang dimana game tersebut ada berbagai seri seperti Kode Keras Cowok Untuk Cewek season 1, Kode Keras Cowok Untuk Cewek Season 2, Kode Keras Cowok Untuk Senja, Kode Keras Indigo, Kode Keras Cewek Buat Si Boy, Kode Keras Ojol dan terakhir Kode Keras Cewek Untuk Senja season 2. Selain dari Kode Keras Series banyak lagi produk yang dihasilkan pada mobile games seperti Tebak Kata Indonesia 2020 dan Tebak Gambar Mudah 2020 yang dibentuk genre *puzzle* sebagai pengetahuan atau kepintaran diuji kepada pemain.

Kode Keras Series sendiri yang merupakan game visual novel di Indonesia yang dimana menceritakan sebuah kisah percintaan anak SMA yang bernama adit memiliki kemampuan super balik ke masa lalu dan dimanfaatkan kemampuannya untuk mendapatkan pujaan hatinya. *Game* Kode Keras Series sendiri juga mengajarkan pada pemain untuk mengetahui bagaimana mengetahui isi hati perempuan dan keinginan perempuan sehingga pada game ini diberi bumbu *puzzle* di game tersebut untuk tantangan bagi pemain. Sekarang game ini sudah melalui banyak perkembangan yang membuat Kode Keras Series menjadi game visual novel linear yang diminati para kaum muda.



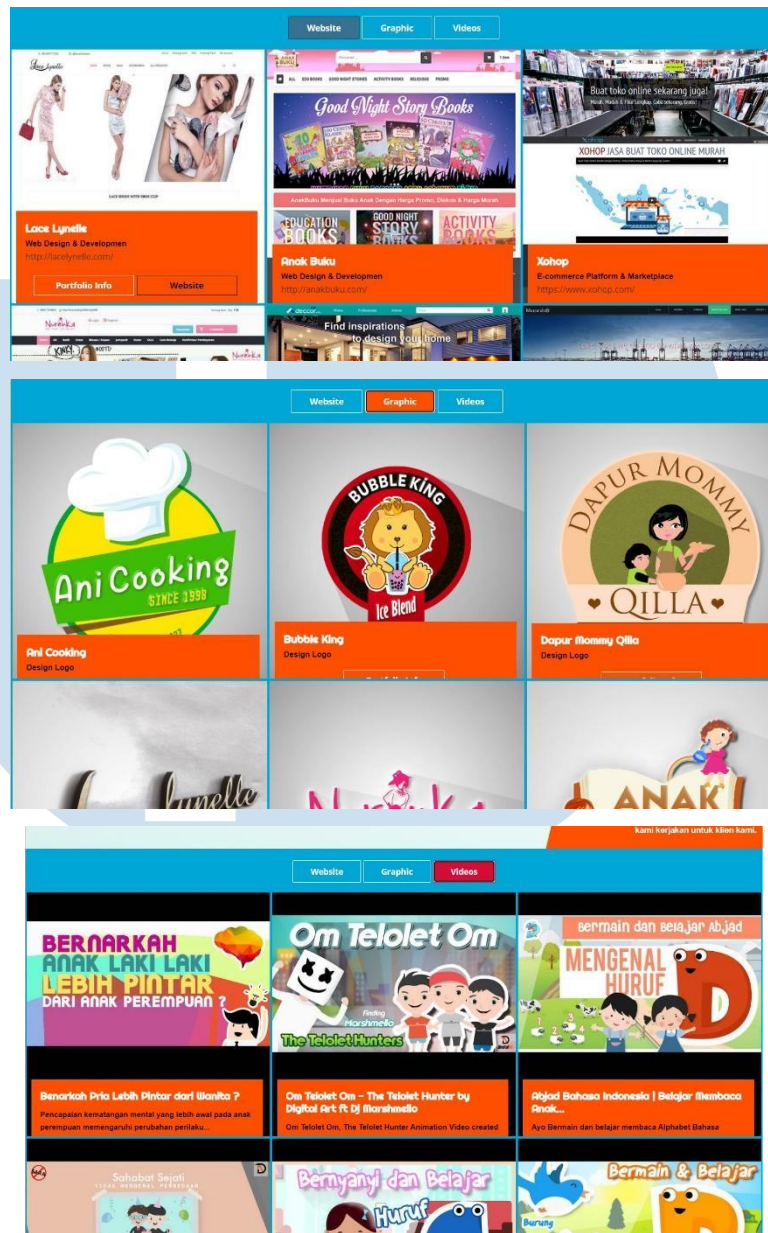
Sumber: Data Perusahaan, 2021

Gambar 2.3 Produk Mobile Games PT Global Digital Artha

2. *Creative Agency*

Selain produk *mobile games*, PT Global digital Artha juga memberikan jasa sebagai *creative agency* Indonesia seperti Jasa Pembuatan Website, Toko Online, Mobile Application, SEO & Digital Marketing. Perusahaan ini memberikan solusi pelayanan terbaik dengan harga yang terjangkau, beragam bentuk produk Design Creative, Kustom Website dan Digital Marketing sebagai solusi yang diberikan kepada pelanggan dan dapat juga disesuaikan dalam keinginan dari pelanggan sehingga membentuk dorongan integritas, kreatif, jujur, inovatif, positif dan berkembang.

Pada gambar 2.4 merupakan portofolio yang dihasilkan dari PT Global Digital Artha yang terdiri dari 3 kategori yaitu *website*, *graphic* dan *video*. Dalam portofolio tersebut menunjukkan sebuah kemampuan dari PT Global Digital Artha sebagai *creative agency* Indonesia.



Sumber: Data Perusahaan, 2021

Gambar 2.4 Portofolio PT Global Digital Artha

3. Platform Online

Terakhir kategori *Platform online*, untuk kategori ini produk dari PT Global digital artha masih sedikit hasilnya contohnya platform donasi online pada konten kreator di Indonesia yaitu *nyawer.co*. Nyawer.co merupakan platform donasi online yang diperuntukkan

konten kreator di Indonesia. Selain konten kreator nyawer.co juga diperuntukkan untuk para streamer di Indonesia mendapatkan donasi dan memberikan fitur OBS untuk streamer Indonesia. Nyawer.co juga memberikan jembatan antara penggemar dan kreator untuk dapat saling berinteraksi.

Selain platform donasi online ada 1 platform yaitu platform jasa sewa supir yaitu supir.net akan tetapi produk ini masih tahap pengembangan pada PT Global Digital Artha yang dimana masih membentuk sistem dari platform tersebut. Solusi yang diberikan pada supir.net yaitu mempertemukan pelanggan dan supir untuk melaksanakan pekerjaan.



Sumber: Data Perusahaan, 2021

Gambar 2.5 Produk Platform Online PT Global Digital Artha

2.5 Tinjauan Pustaka

2.5.1 Manajemen

Menurut Grundeir dan Kaehler (2018) Manajemen adalah pengaruh pada operasi pasar, produksi dan/atau sumber daya dalam suatu organisasi dan unit-unitnya yang dapat mengatasi masalah orang dan non-orang dan diberikan oleh banyak aktor organisasi melalui penetapan norma antisipatif (manajemen konstitutif atau strategis) atau intervensi situasional (manajemen operasional) dengan tujuan mencapai tujuan unit. Mengelola suatu unit identik dengan “mengarahkan” atau “memimpin”-nya. (Kaehler & Grundeir, 2018)

Manajemen adalah pencapaian tujuan organisasi secara efektif dan efisien melalui perencanaan, pengorganisasian, kepegawaian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya organisasi. (Lussier, 2017)

Manajemen adalah sarana yang Anda benar-benar mengelola yang menyelesaikan sesuatu melalui orang lain secara individu, dalam kelompok, atau dalam organisasi. Didefinisikan secara formal, prinsip-prinsip manajemen adalah kegiatan yang “merencanakan, mengatur, dan mengendalikan operasi elemen dasar orang, bahan, mesin, metode, uang dan pasar, memberikan arahan dan koordinasi, dan memberikan kepemimpinan pada upaya manusia, sehingga untuk mencapai tujuan yang diinginkan dari perusahaan. (Carpenter, Bauer, & Erdogan, 2019)

Menurut Pal (2011) manajemen adalah jumlah total dari semua aktivitas:

1. menentukan tujuan, rencana, kebijakan dan program;
2. mengamankan orang, material, mesin dengan harga murah
3. menempatkan semua sumber daya ini ke dalam operasi melalui organisasi yang sehat
4. mengarahkan dan memotivasi orang-orang di tempat kerja
5. mengawasi dan mengendalikan kinerja mereka dan
6. memberikan kemakmuran dan kebahagiaan yang sebesar-besarnya bagi pemberi kerja dan karyawan serta masyarakat luas.

2.5.2 Proses Manajemen

Proses manajemen yang komprehensif dan berkelanjutan yang bertujuan untuk merumuskan dan menerapkan strategi yang efektif; itu adalah cara mendekati peluang dan tantangan bisnis sedemikian rupa sehingga perusahaan mencapai visi dan misinya. (Carpenter, Bauer, & Erdogan, 2019)

Proses manajemen Menurut Carpenter, Bauer dan Erdogan (2019) yaitu:

1. Planning

Fungsi manajemen yang melibatkan penetapan tujuan dan menentukan tindakan untuk mencapai tujuan tersebut. Perencanaan

mengharuskan manajer menyadari kondisi lingkungan yang dihadapi organisasi mereka dan meramalkan kondisi masa depan. Hal ini juga mengharuskan manajer menjadi pengambil keputusan yang baik.

2. *Organizing*

Fungsi manajemen yang melibatkan pengembangan struktur organisasi dan mengalokasikan sumber daya manusia untuk memastikan pencapaian tujuan. Struktur organisasi adalah kerangka kerja di mana upaya dikoordinasikan. Struktur biasanya diwakili oleh bagan organisasi, yang memberikan representasi grafis dari rantai komando dalam suatu organisasi. Keputusan yang dibuat tentang struktur organisasi umumnya disebut sebagai keputusan desain organisasi.

3. *Leading*

Memimpin melibatkan sumber pengaruh sosial dan informal yang Anda gunakan untuk menginspirasi tindakan yang diambil oleh orang lain. Jika manajer adalah pemimpin yang efektif, bawahan mereka akan antusias dalam mengerahkan upaya untuk mencapai tujuan organisasi.

4. *Controlling*

Pengendalian melibatkan memastikan bahwa kinerja tidak menyimpang dari standar. Pengendalian terdiri dari tiga langkah, yang meliputi:

- (1) menetapkan standar kinerja,
- (2) membandingkan kinerja aktual dengan standar, dan
- (3) mengambil tindakan korektif bila diperlukan.

2.5.3 Entrepreneurship

Kewirausahaan merupakan hubungan seorang wirausahawan yang mengambil tindakan untuk membuat perubahan di dunia. Baik wirausahawan pemula memecahkan masalah yang dihadapi banyak orang setiap hari, menyatukan orang dengan cara yang belum pernah dilakukan sebelumnya, atau

membangun sesuatu yang revolusioner yang memajukan masyarakat, mereka semua memiliki satu kesamaan: tindakan (Ferreira, 2020).

Istilah entrepreneur(wirausaha) berasal dari bahasa Perancis *entreprende* yang berarti berusaha atau mengusahakan. Sedangkan entrepreneur dalam bahasa Indonesia dapat diartikan wirausaha yang berasal dari kata `wira`, memiliki makna sebagai orang yang berani, teladan, utama, atau patut dicontoh, sedangkan usaha yang berarti kerja keras untuk memperoleh hasil atau menghasilkan sesuatu. Sehingga wirausaha adalah seseorang yang mempunyai kreativitas dan semangat yang tinggi untuk bekerja dan berhasil dalam usahanya (Sari, 2012).

Kewirausahaan adalah perubahan inovatif melalui penciptaan usaha baru; itu adalah penciptaan barang dan jasa baru, proses, teknologi, pasar, dan cara pengorganisasian yang menawarkan alternatif dengan maksud untuk lebih memenuhi kebutuhan masyarakat dan meningkatkan kehidupan mereka. (Larson, 2011).

Menurut Fahmi (2013:1) Kewirausahaan adalah suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta berani menanggung risiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. (Fahmi, 2013).

2.5.4 Design Thinking

Design Thinking adalah sebuah proses yang mengubah sesuatu menjadi singkat atau persyaratan menjadi produk jadi atau solusi desain. Proses desain dapat dikatakan terdiri dari tujuh tahap: *define, research, ideate, prototype, select, implement and learn*. (Ambrose & Harris, 2009)

Dalam buku Ambrose & Harris (2009) menjelaskan ada 7 tahap dalam desain yaitu:

1. *Defined*: pemahaman yang tepat tentang masalah dan kendalanya memungkinkan solusi yang lebih tepat untuk dikembangkan. Tahap ini menentukan apa yang diperlukan agar proyek berhasil.

2. *Research*: tahap meninjau informasi seperti sejarah masalah desain, penelitian pengguna akhir dan wawancara yang dipimpin oleh opini, dan mengidentifikasi hambatan potensial.
3. *Ideate*: adalah tahap di mana motivasi dan kebutuhan pengguna akhir diidentifikasi dan ide-ide dihasilkan untuk memenuhinya, mungkin melalui brainstorming.
4. *Prototyping*: melihat penyelesaian atau pengerjaan ide-ide ini, yang disajikan untuk tinjauan kelompok pengguna dan pemangku kepentingan, sebelum disajikan kepada klien.
5. *Selection*: melihat solusi yang diusulkan ditinjau terhadap tujuan singkat desain. Beberapa solusi mungkin praktis tetapi mungkin bukan yang terbaik.
6. *Implementation*: melihat pengembangan desain dan pengiriman terakhirnya ke klien
7. *Learning*: membantu desainer meningkatkan kinerja mereka dan, untuk alasan ini, desainer harus mencari umpan balik klien dan audiens target dan menentukan apakah solusi memenuhi tujuan singkat

Dalam buku Moote (2013) *Design Thinking* adalah pencarian keseimbangan magis antara bisnis dan seni, struktur dan kekacauan, intuisi dan logika, konsep dan eksekusi, main-main dan formalitas, dan kontrol dan pemberdayaan. (Moote, 2013)

Design Thinking adalah keterampilan yang mungkin sulit diperoleh tetapi benar-benar dapat dipelajari. Setelah diperoleh, masalah mulai terlihat seperti masalah desain yang berpotensi Anda selesaikan secara kreatif (Pressman, 2019)

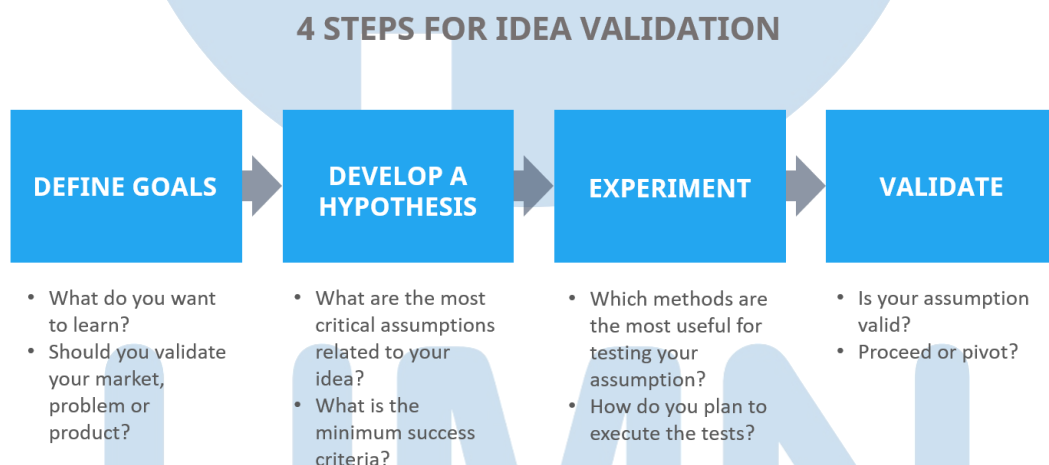
Design Thinking adalah proses untuk memecahkan masalah dengan memprioritaskan kebutuhan konsumen di atas segalanya. Itu bergantung pada pengamatan, dengan empati, bagaimana orang berinteraksi dengan lingkungan

mereka, dan menggunakan pendekatan langsung dan berulang untuk menciptakan solusi inovatif. (Tuttle, 2021)

2.5.5 Validate Idea

Validate adalah bagaimana perusahaan menunjukkan kepada diri mereka sendiri, kepada regulator pemerintah, dan masyarakat umum bahwa mereka telah, sedang, dan akan mengambil tindakan terbaik untuk mengamankan integritas produk mereka. (Gibson & Evans, 1998).

Validate Idea adalah proses mengumpulkan bukti seputar ide melalui eksperimen untuk membuat keputusan yang cepat, berinformasi, dan tanpa risiko. Tujuan validasi ide adalah untuk memaparkan ide pada kepraktisan dunia nyata sebelum Anda membangun dan merilis produk atau penawaran akhir. (Kylliäinen, 2019)



Sumber: Kylliäinen, 2019

Gambar 2.6 Langkah dalam Validate Idea

Dalam Gambar 2.4 validate memiliki 4 tahap dalam pelaksanaannya yaitu:

1. *Define Goals*, aktivitas terkait. Validasi dimulai dengan menentukan tujuan Anda. Pada tahap ini, Anda akan memutuskan apa yang ingin Anda pelajari dan aspek apa yang harus divalidasi.

2. *Develop A Hypotesis*, Kuncinya di sini adalah mulai dari asumsi yang paling kritis. Itu adalah salah satu yang paling mungkin gagal, dan juga akan memiliki konsekuensi yang paling mengerikan.
3. *Experiment*, dalam tahap ini menemukan cara tercepat dan termurah untuk menguji asumsi Anda dalam praktik. Eksperimen adalah tes atau serangkaian tes yang mengukur efek hipotesis dan mengungkapkan apakah Anda harus melanjutkan ide Anda atau tidak.
4. *Validate*, Pada tahap ini memastikan asumsi valid atau tidak valid. Jika ide ini memiliki potensi, dan asumsi yang paling kritis benar, dapat mulai menyempurnakan ide tersebut.

2.5.6 Pitch Deck

Pitch deck adalah rangkaian kata dan gambar yang mengilustrasikan kisah usaha dan model bisnis. Pitch deck melakukan tiga hal: membuat orang mengerti, membuat orang peduli, dan membuat orang mengambil tindakan (Berinato, Baehr, & Loomis, 2019)

Dalam buku Berinato, Baehr, & Loomis (2019) ada 2 tipe untuk pitch deck:

1. *Presentation Deck*, Sebuah visual untuk membantu presentasi lisan Anda dalam pertemuan investor atau di atas panggung pada hari demo.
2. *Reading Deck*, sebuah *Pitch Deck* yang lebih menyeluruh dan terperinci yang dapat dibaca dan dipahami tanpa Anda di sana.



Sumber: Kylliäinen, 2019

Gambar 2.7 Konten Isi dalam Pitch Deck

2.5.7 Riset Pasar

Riset pasar bisnis ke bisnis (B2B) mengacu pada penelitian yang dilakukan sepenuhnya dalam dunia bisnis: bisnis – klien – ingin meneliti pelanggan bisnisnya atau, lebih jarang, pemasoknya atau pihak lain yang terlibat dalam menjalankan (atau siapa yang berkontribusi pada) bisnisnya. Hanya mereka yang berbisnis yang terlibat. Penelitian B2B mencakup semua penelitian di mana produk atau layanan digunakan dalam lingkungan bisnis. (McNEIL, 2005).

Selain riset pasar B2B ada juga riset pasar B2C, Penelitian B2C mencakup penelitian di mana produk atau layanan digunakan dalam lingkungan non-bisnis, di mana responden menggunakan uang mereka sendiri (McNEIL, 2005).

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA