

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Fantech  
Sumber: Data Perusahaan



Gambar 2.2 Logo Fantech  
*Smart Life*  
Sumber: Data Perusahaan

Fantech merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *gaming*. Fantech adalah merek lokal yang sudah *go internasional*. Pada tahun 2009 Fantech didirikan oleh 3 orang bersaudara, yaitu Fandy Pinaryd, Ferdy Pinaryd, dan Firsandy Pinaryd, mereka mendirikan 2 kantor utama yang berada di Negara China dan Indonesia, hingga Fantech memutuskan membuka store pertama di China, kedua di Indonesia, dan ketiga di Filipina.

Fantech merupakan merek yang menawarkan dan menyediakan produk perlengkapan gaming untuk para gamer. Fantech juga merupakan salah satu merek peralatan gaming yang memiliki pertumbuhan tercepat di dunia. Seiring berjalannya waktu, melihat Fantech yang terus berkembang dan memiliki pengikut setia yang berasal dari 100 negara, dengan 5 juta pengguna, Fantech

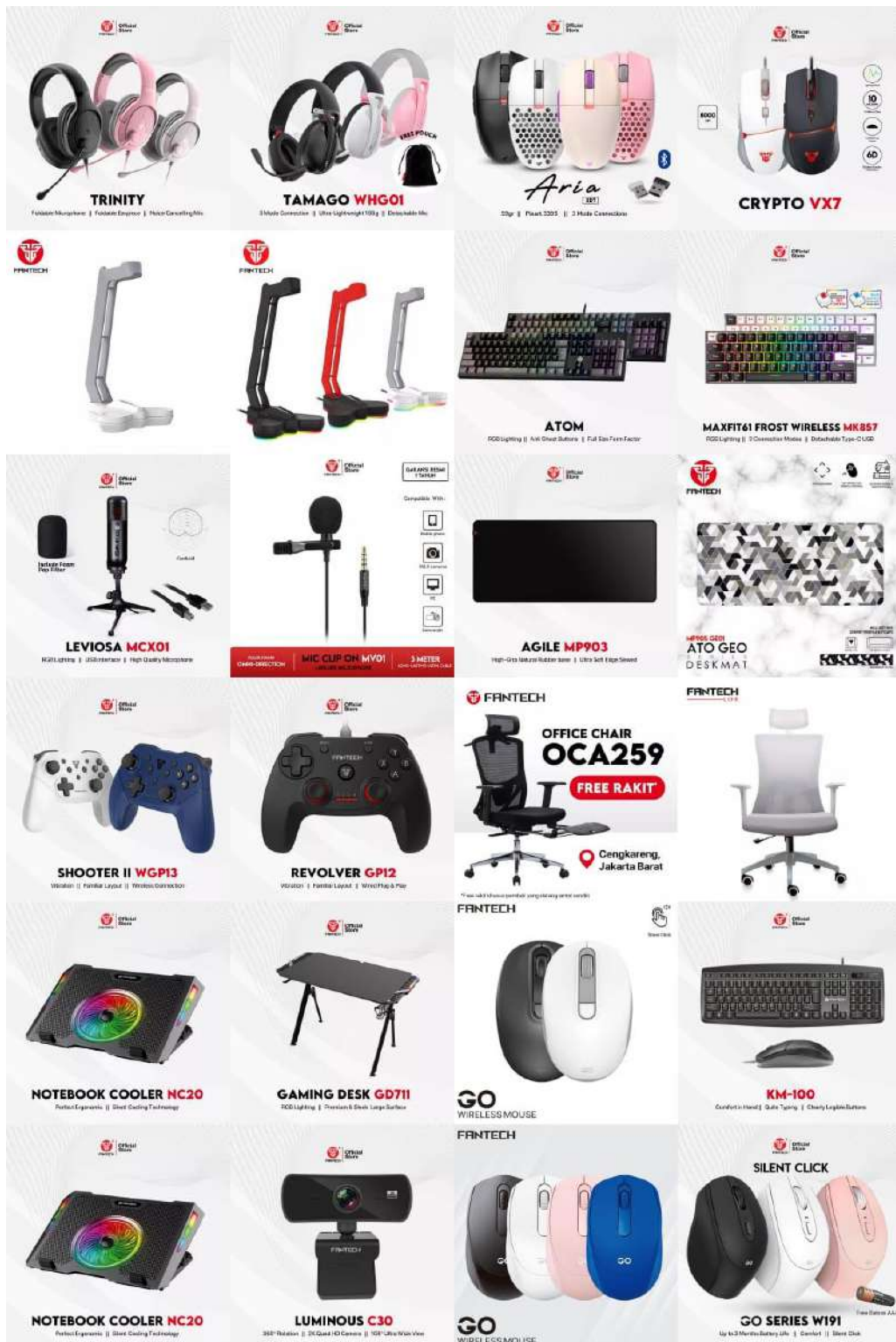
berfokus mengembangi diri melalui kualitas dan aksesibilitas terhadap produknya. Hingga saat ini produk Fantech tersedia di 80 negara.

Pada tahun 2021, Fantech mengembangkan diri menjadi 2, yaitu Fantech Smart Life. Fantech Smart Life ini diolah dengan beberapa staff yang sama. Fantech Smart Life ini merupakan merek yang menawarkan barang-barang smart home, yang dapat mempermudah hidup kita dengan bantuan teknologi yang canggih. Sebelum adanya Fantech *Smart Life*, Fantech bermula dari pada tahun 2009 yang hanya menjual produk aksesoris komputer kantor seperti yang pada umumnya digunakan para pengguna komputer. Pada 2014-2015 melihat adanya peluang besar dalam bidang *gaming* terkhusus pada produk *gaming* sendiri. Pada tahun 2016 Fantech mencoba memasukkan produk *gaming* dari China tanpa adanya standar kualitas dan barang tersebut diambil dengan mengganti merk pada fisik produk dengan merek Fantech. Pada tahun 2017-2018 Fantech menetapkan standar produk dan mulai memproduksi produk sendiri. Pada tahun tersebut Fantech melakukan rebranding, yang awalnya hanya menjual produk aksesoris computer dengan spesifikasi standar dan menjual produk *gaming* tanpa adanya kualitas standar menjadi produk *gaming* yang sesungguhnya.

Ada beberapa kategori barang yang jual baik oleh Fantech *Gaming* maupun Fantech *Smart Life*, yaitu *monitor PC, keyboard, mouse, speaker, headset, headphone, microphone, gamepad, gaming chair, office chair, gaming table, casing CPU, tower headset, webcam, deskmats, mousepad, cooler, mouse office, keyboard office, dll*. Beberapa kategori produk tersebut memiliki jenis beberapa jenis lagi, seperti pada kategori *keyboard, keyboard* ini memiliki 2 jenis yaitu *wired* dan *wireless* dengan spesifikasi yang berbeda pula. Begitu pula dengan *mouse, mouse* ada 2 jenis yaitu, *wired* dan *wireless* dan memiliki spesifikasi yang berbeda pula. Headset dan Headphone juga ada 2 jenis, yaitu *wired* dan *wireless* dan memiliki spesifikasi yang berbeda. Hampir semua produk *gaming* dari Fantech memiliki jenis yang dilengkapi dengan *RGB* dan *effect lighting, RGB* adalah lampu yang memiliki berbagai macam warna baik warna campur maupun satuan warna yang memiliki mode yang baik dapat diatur

maupun tidak dapat diatur oleh pengguna, tergantung dengan spesifikasi produk, selain itu *effect lighting* sendiri merupakan lampu yang hanya memiliki warna campur dan satuan warna tanpa memiliki fitur mode yang dapat diubah-ubah oleh pengguna. *RGB dan effect lighting* memiliki fungsi untuk mempercantik dan menambah estetika produk, hal ini juga merupakan ciri khas dari barang-barang *gaming*. Fantech *Smart Life* sendiri menawarkan beberapa kategori produk juga, yaitu *smart CCTV, smart security, smart lighting, smart electrical, wall charger, dan USB cable*.

Berikut merupakan contoh gambar dari beberapa produk Fantech *Gaming* dan Fantech *Smart Life*.



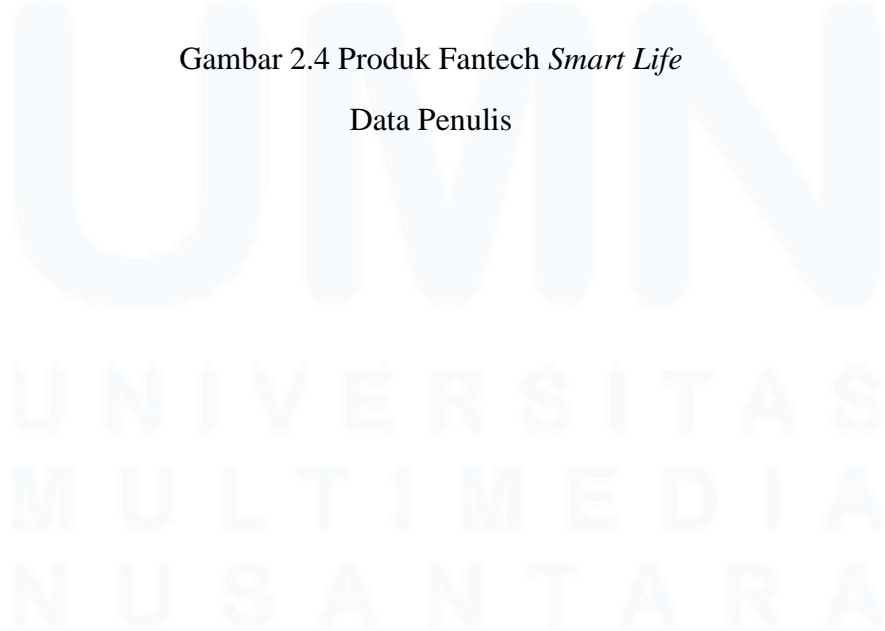
Gambar 2.3 Produk Fantech (*Gaming*)

Data Penulis



Gambar 2.4 Produk Fantech *Smart Life*

Data Penulis



## **2.2 Visi dan Misi Perusahaan**

### **2.2.1 Visi Perusahaan**

Mendukung produktivitas dan kreativitas anak muda dengan menyediakan perangkat yang inovatif dan terjangkau, sehingga semua kalangan memiliki akses untuk mendapatkan produk teknologi berkualitas.

### **2.2.2 Misi Perusahaan**

- Produk yang dapat menyesuaikan;
- Produk yang inovatif untuk semua;
- Menjadi teman untuk pengguna

## **2.3 Struktur Organisasi Perusahaan**

Struktur organisasi dari CV Golden Technology Indo (Fantech Indonesia) bisa dilihat pada Gambar 2.3.





## **2. CEO (Chief Executive Officer) of Fantech Indonesia**

CEO dari Fantech Indonesia merupakan posisi tertinggi untuk Fantech Indonesia. CEO Fantech Indonesia merupakan memegang tanggung jawab penuh atas seluruh keputusan yang diambil untuk Fantech Indonesia. Tugas dari CEO Fantech Indonesia sendiri menentukan dan memutuskan akan seluruh kegiatan yang dilakukan oleh Fantech Indonesia. CEO Indonesia memiliki tugas untuk dapat mengikuti keputusan dan arahan yang diberikan oleh CEO Fantech World agar dapat membuat keputusan sesuai dengan arahan CEO Fantech World.

## **3. COO (Chief Operating Officer) of Fantech Indonesia (Defi Yanti)**

COO pada CV Golden Technology Indo merupakan peran yang sangat penting. Ia memiliki tanggung jawab langsung kepada CEO Fantech Indonesia dan CEO Fantech World. Tugas yang ia lakukan adalah memantau seluruh kegiatan seluruh Tim Finance atau dapat disebut ia memantau alur keuangan CV Golden Technology Indo.

## **4. Secretary**

Sekretaris merupakan salah satu posisi penting dalam perusahaan. Sekretaris membantu Owner and CEO of Fantech World di CV Golden Technology Indo. Peran sekretaris adalah membantu segala kegiatan dengan mengkoordinasikan kegiatan CEO.

## **5. Department of Marketing and Creative**

Department Marketing merupakan departemen yang sangat penting dalam CV Golden Technology Indo, berikut merupakan pembagian tugas dalam divisi marketing.

### **a. Manager (Darwan Simon)**



*Manager Marketing* memiliki tanggung jawab langsung kepada *CEO of Fantech Indonesia* atas segala kegiatan marketing pada CV Golden Technology Indo. Seluruh kegiatan tim marketing harus di bawah pengetahuan manajer. Manajer juga bertugas untuk membuat program penjualan yang akan dipasarkan atau strategi marketing. Manajer juga bertugas untuk memantau omset setiap bulannya untuk dilaporkan kepada CEO, selain itu juga manajer berhak mengubah strategi apabila omset tidak mencapai target. Program merchandise, yaitu pemberian free merchandise kepada customer juga ditentukan oleh manajer. Masuknya barang dari pabrik juga menjadi tugas dari manajer untuk diketahui olehnya.

**b. Marketing Coordinator (Vincentius Gerald dan Ivan Farreldino Way Kanan)**

Koordinator merupakan salah satu peran yang penting untuk departemen marketing di CV Golden Technology Indo. CV Golden Technology Marketing memiliki dua orang koordinator pada divisi marketing, yaitu Vincentius Gerald dan Ivan Farreldino Way Kanan. Vincentius Gerald memiliki bagian pada *coordinator marketing of Fantech World*, sedangkan Ivan Farreldino Way Kanan merupakan *coordinator marketing of Fantech Indonesia*.

*Coordinator marketing of Fantech Indonesia* ini memiliki tuags untuk memantau para tim marketing Fantech Indonesia, memantau strategi yang sudah sudah dibuat. Selain itu seluruh tim marketing di beberapa divisi melakukan pekerjaannya dengan berkoordinasi dengannya. Koordinator juga bertanggung jawab untuk mencari dan menangani mengenai KOL yang akan diajak bekerja sama untuk mempromosikan product Fantech.

*Coordinator marketing of Fantech World* ini memiliki tanggung jawab untuk memantau marketing Fantech World. Tugas yang ia lakukan adalah pada saat ada adanya *product launching*, Vincentius Geraldi memiliki tanggung jawab untuk menyusun rencana desain untuk diluncurkan di media sosial baik Fantech world dan Fantech Indonesia. Ia berkoordinasi bersama staff bagian 3D designer Fantech world untuk mendesain konten sebagai pengumuman product launching. Selain itu juga, tugas yang ia jalankan adalah merencanakan pemasangan billboard sebagai iklan di beberapa tempat, salah satu yang sudah ia kerjakan adalah ia membuat salah satu billboard yang membawa pesan, bahwa Fantech merupakan merek lokal Indonesia yang Go Internasional. Pemasangan billboard dilakukan di negara China, kota Guangzhou.

**c. *Performance Marketing (Ignatius Ang)***

Performance marketing memegang tanggung jawab yang tidak kalah penting. *Performance marketing* ini memiliki tugas untuk memantau tingkat penjualan di beberapa *platform*, misalnya di TikTok. Berjualan di TikTok secara online tentunya memerlukan peran iklan agar produk dapat dikenal publik, sehingga performance marketing bertugas untuk memantau iklan yang digunakan pada TikTok. Setiap minggunya performance marketing melakukan reporting kepada CEO secara langsung untuk melaporkan kerja iklan yang digunakan apakah bekerja dengan baik atau tidak, selain itu juga beberapa hal yang mendorong produk agar dikenal dan terjual kepada publik dipantau oleh performance marketing, sehingga setiap laporan mingguan dilakukan dibuat kesimpulan dan penyebab naik dan turunnya hasil dari kerja iklan tersebut. Tugas di atas dilakukan oleh Ignatius Ang.

**d. Copywriter (Dika Eltriana Pratiwi)**

Copywriter memiliki tanggung jawab untuk perencanaan konten yang akan di upload pada media sosial Fantech Gaming. Copywriter bertugas untuk membuat caption pada konten yang sudah direncanakan, konten tersebut biasanya akan di upload di akun Instagram dan TikTok Fantech.id. Selain itu juga copywriter memiliki tugas untuk membuat ide perencanaan konten yang akan di upload di media sosial Twitter. Selain itu juga copywriter bertugas untuk membuat artikel yang akan di upload pada website Fantech.id.

**e. Social Media (Bachtiar Fatur Rohman dan Viola Nadira Prameswari)**

Divisi sosial media ini dibagi menjadi 2, yaitu sosial media Fantech Gaming dan Fantech Smart Life, untuk Fantech Gaming dipegang oleh Bachtiar Fatur Rohman sedangkan untuk Fantech Smart Life dipegang oleh Viola Nadira Prameswari. ini memiliki tugas untuk dapat membuat ide untuk keperluan konten yang memiliki jadwal rutin untuk di upload pada akun media sosial Fantech Gaming dan Fantech Smart life. Perencanaan dibuat setiap hari oleh divisi media sosial, perencanaan ini dibuat dengan melihat keadaan publik yang terkini, sehingga konte yang dibuat juga mengikuti trend yang sedang naik pada saat waktu tersebut. Selain itu juga perencanaan konten memiliki beberapa jenis, perencanaan konten harus kreatif pada saat dibuat.

Bachtiar tidak hanya mengurus bagian media sosial, namun juga ia bertugas sebagai koordinator *live* sebagai tugas sampingan. Koordinator *live* ini memiliki tanggung jawab untuk memantau jalannya *live*, perlengkapan untuk keperluan *live* seperti tripod dan handphone, selain itu juga kelengkapan produk display yang akan sebagai tampak dari *live* tersebut, aturan yang diberikan kepada talent juga menjadi tanggung jawab koordinator *live* ini. Waktu yang ditempuh setiap talent akan dihitung oleh koordinator *live* untuk mendapatkan gaji sesuai dengan waktu dari talent melakukan *live*.

Viola sendiri mempunyai tanggung jawab penuh terhadap media sosial dari Fantech Smart Life. Merencanakan konten yang selanjutnya akan dijadwalkan dan diupload sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan. Perencanaan konten dibuat mulai dari pembuatan konsep hingga *script* konten tersebut. Setelah konsep dan *script* siap dibuat, Viola juga akan membuat konten tersebut, baik sendiri, bersama talent, maupun dengan bantuan production man, hal tersebut sesuai dengan tingkat kesulitan pembuatan konten tersebut.

**f. Customer Care Assistant (Zalza Novario)**

Customer care assistant memiliki tanggung jawab untuk membantu customer yang bertanya kepada pihak Fantech melalui website dengan fitur help desk, selain itu juga memiliki tanggung jawab untuk berkoordinasi dengan pihak eksternal yang akan bekerja sama dengan Fantech, sehingga nama dari influencer akan collab dengan beberapa produk Fantech. Ada beberapa kolaborasi yang sudah dilakukan oleh Fantech yaitu kolaborasi bersama mythia, kolaborasi ini juga menjadi salah satu tanggung jawab customer care assistant. Kolaborasi yang sedang diproses adalah kolaborasi Fantech dan livium.

**g. 3D Designer (Singgih Sujati, Jonathan Jeremy Tanuwijaya, dan Muhammad Alif Subandi)**

Bagian 3D designer ini memiliki 3 anggota yang ada pada bagian Fantech World. Ke3 staff ini memiliki tugas yang sama, yaitu bagian edit video 3D mengenai video untuk keperluan seperti product launching. Video 3d product launching yang akan dikenalkan kepada publik sebelum diluncurkan dan memperlihatkan tampak asli produk merupakan tugas dari 3D Designer. Selain product launching, pembuat video 3D mengenai produk juga dibuat untuk keperluan katalog digital yang ada pada website “yupoo”, selain gambar pada katalog digital tersebut, video 3D product dicantumkan juga.

**h. Graphic Designer (Ichwan Salahuddin Taufik dan Muhammad Syafiq)**

Graphic designer memiliki tugas untuk mengolah foto mentahan yang diambil oleh production man. Ichwan sendiri memiliki tugas untuk Fantech Indonesia. Ichwan mengedit video untuk keperluan konten yang akan di upload kepada publik. Syafiq sendiri memiliki design graphic yang bertugas di bagian Fantech World. Sama seperti Ichwan, tugas yang dilakukan adalah mengolah gambar atau foto mentah mengenai Fantech untuk di edit yang akan dibagikan kepada publik. selain foto product, graphic designer juga mengolah foto seperti untuk keperluan seperti *giveaway*, ucapan hari besar, dan informasi diskon.

**i. Production Man (Rifky Dava Prayudha)**

*Production man* memiliki tanggung jawab dalam memproduksi konten setiap hari nya. Konten yang dibuat oleh *production man* berpatokan pada perencanaan konten yang dibuat oleh tim kreatif. *Production man* juga membuat alur konten baik foto maupun video, alur akan dibuat oleh *production man* dan akan diinformasikan kepada tim kreatif dan talent yang akan menjadi subject konten. *Production man* juga bertugas untuk memotret beberapa acara yang diadakan oleh Fantech, misal acara buka bersama dan gathering seluruh karyawan Fantech. Selain itu juga *production man* dapat melakukan *voice over* untuk keperluan video konten yang ia produksi.

**j. Videographer (Dika May Fauzi, Muhammad Syafiq, dan Nabil Rama Prayitno)**

Videographer memiliki tanggung jawab dalam pembuatan video, baik video konten maupun video dokumentasi. Videographer bertugas untuk membuat beberapa video untuk keperluan konten di studio, videographer juga sesekali membantu *production man* dalam membuat video konten.

Dika May Fauzi sendiri memiliki tugas untuk sampingan yaitu membantu *production man* dalam memproduksi konten di ruang studio. Dika tidak sepenuhnya menjadi videographer, namun hanya menjadi tugas sampingannya saja untuk menjadi videographer. Sama seperti Dika, Muhammad Syafiq dan Nabil Rama Prayitno memiliki tugas sampingan sebagai videographer, tugas ini dilakukan jika hanya dibutuhkan saja pada saat pembuatan konten atau ada acara tertentu terkait Fantech.

**k. Video Editor (Dika May Fauzi, Muhammad Syafiq, dan Nabil Rama Prayitno)**

*Video editor* memiliki tanggung jawab untuk mengolah video konten yang akan di upload di media sosial. Selain tugas tersebut ada juga tugas lain yang dilakukan oleh Video Editor ini. Video editor sendiri terbagi menjadi dua yaitu bagian Fantech Indonesia dan Fantech World. Dika May Fauzi, memiliki tugas untuk mengolah video mentah yang harus di edit untuk menjadi sebuah konten yang sesuai dengan konsep perencanaan awal, Dika sendiri merupakan video editor bagian Fantech Indonesia. Dika juga sesekali melakukan voice over untuk keperluan edit video.

Sama seperti Dika, Nabil Rama Prayitno merupakan video editor Fantech Indonesia yang memiliki tugas untuk mengedit video yang sudah dibuat oleh production man, video mentah akan diolah menjadi video konten yang baik sesuai dengan konsep. Nabil juga sangat sering melakukan voice over untuk keperluan edit video, sehingga suara yang direkam akan dimasukkan ke dalam video yang akan di edit. *Video editor* juga sesekali menjadi talent dalam keperluan pembuatan konten baik foto maupun video, sehingga *video editor* berkoordinasi bersama *production man*.

Muhammad Syafiq memiliki tugas yang sama dengan video editor yang lainnya, namun Syafiq merupakan video editor bagian Fantech World. Syafiq memiliki tugas untuk edit video konten yang sudah dilakukan sesuai dengan konsep dan akan di upload di media sosial Fantech World.

#### **l. Web Developer (Muhammad Dzulqarnain)**

Web developer merupakan salah satu peran penting dalam marketing Fantech. Muhammad Dzulqarnain merupakan staff bagian web developer. Web developer ini memiliki tugas di ranah website, tugas yang dilakukan adalah membuat artikel yang akan di upload di website Fantech.id, pembuatan artikel dibuat dengan melihat topik gaming yang sedang ramai dibahas oleh publik, hal tersebut bisa terkait dengan produk atau bahkan yang lain seperti game. Dzul juga bertugas untuk meng upload artikel yang sudah ia buat, pembuatan artikel juga dibantu oleh copywriter.

Dzul juga memiliki tugas untuk menetapkan keyword yang akan mengarahkan para pengguna Google pada saat pencarian mengenai hal yang terkait dengan games dan perlengkapan komputer terutama di bidang gaming, sehingga pada saat keyword yang sudah ditetapkan diketik oleh para pengguna, maka artikel yang berkaitan milik Fantech akan muncul di layar pengguna.

***m. Data Analytic (Calvin)***

Staff data analytic memiliki tugas untuk menganalisis beberapa data yang ada di dalam pengelolaan departemen marketing. Data yang menjadi bahan analisis adalah data penjualan. Data penjualan dianalisis oleh Calvin untuk mengetahui penyebab naik dan turunnya hasil penjualan yang sudah dilakukan oleh team marketing, sehingga team marketing mengetahui jika ada penurunan hasil penjualan dan menyusun strategi serta mencari solusi untuk permasalahan tersebut. Jika ada kenaikan hasil penjualan, maka strategi yang digunakan akan diolah oleh tim marketing agar lebih baik.



Selain analisis data penjualan, Calvin juga menganalisis efektivitas marketing yang dilakukan oleh tim marketing. Efektivitas marketing ini sangat penting untuk kerja tim marketing, sehingga tim marketing mengetahui apakah strategi yang dibuat berhasil atau bahkan gagal total. Hal ini sangat mempengaruhi hasil penjualan, baik naik maupun turun.

#### **6. *Department of Warehouse and Logistic***

Department of warehouse and logistic ini memiliki beberapa tugas, yaitu seperti menerima data pemesanan, melakukan pengemasan barang, mengantar produk, dan menyerahkan produk kepada pihak ekspedisi. Data pesanan produk akan diterima dan diproses oleh pihak gudang, selain itu juga pihak gudang memiliki tim yang bertugas sebagai supir untuk mengantar produk ke beberapa pihak, seperti pihak distributor.

#### **7. *Department of Customer Service***

Divisi *customer service* ini memiliki tugas untuk membantu para *customer*. Para *customer* ini akan dibantu oleh *customer service* jika ada kendala mengenai produk Fantech. Layanan ini dapat digunakan oleh customer melalui beberapa media sosial Fantech, seperti Instagram dan TikTok, selain itu juga bisa didapatkan melalui *marketplace*, yaitu Shopee dan Tokopedia. *Customer service* akan membantu para customer mengenai kendala seperti garansi produk dan cara pemakaian.

#### **8. *Department of HRGA (Human Resource and General Affair) (Fendi Matovani)***

Department of HRGA memiliki peran dan tanggung jawab yang penting. Departemen ini memiliki tanggung jawab langsung kepada CEO Fantech Indonesia dan CEO Fantech World. Tugas yang ia lakukan adalah mengelola SDM yang bekerja pada kantor cabang Indonesia. Pengelolaan SDM ini dilakukan mulai dari proses perekrutan hingga proses penerimaan dilakukan oleh Pak Fendi, selain itu juga SDM yang ingin melakukan pengajuan resign, pengajuan cuti tambahan, izin tidak masuk kerja, dll, dilakukan kepada Pak Fendi.

Selain itu juga, Pak Fendi mengelola inventaris kantor, barang yang digunakan oleh seluruh staff kantor harus dibawah pengetahuan dan persetujuan Pak Fendi. Pengajuan perlengkapan kerja tambahan yang dibutuhkan oleh staff, diajukan kepada Pak Fendi. Mendaftarkan lisensi produk kepada pihak pemerintah melalui website.

#### **9. *Department of IT***

Graphic designer ini memiliki tanggung jawab terhadap website Fantech Gaming. *Graphic designer* melakukan beberapa tugas, yaitu membuat desain website Fantech. Jika akan ada perubahan pada website, maka graphic designer inilah yang akan melakukannya.

#### **10. *Department of Sales***

Department of sales memiliki tugas untuk mendistribusikan produk dan mencari distributor di luar. Divisi sales ini bertugas untuk berkeliling di beberapa toko yang memiliki peran distributor produk Fantech, sehingga pihak sales Fantech akan melakukan kunjungan dalam beberapa kali seminggu.

#### **11. *Department of Purchasing***

Department of purchasing memiliki tanggung jawab untuk keperluan CV Golden Technology Indo. Divisi ini mengurus pembelian yang diperlukan oleh Fantech. Untuk pembelian hampers yang akan dibagikan kepada beberapa rekan Fantech seperti dalam perayaan Idul Fitri, divisi purchasing ini lah yang bertanggung jawab untuk mempersiapkan hampers yang siap dibagikan kepada customer.

### ***12. Department of Finance Accounting and Tax***

Department of Finance Accounting and Tax memiliki tanggung jawab atas segala yang mengenai keuangan CV Golden Technology Indo. Segala keuangan yang masuk maupun keluar harus mengetahui department ini. Segala hutang maupun piutang ditangani oleh departemen ini. selain itu juga, mengenai pajak yang bersangkutan dengan CV Golden Technology Indo menjadi tanggung jawab departemen ini.

### ***13. Department of Technician***

*Department of Technician* merupakan departemen yang memiliki tugas untuk memperbaiki produk-produk yang rusak di Fantech. Teknisi memiliki tugas untuk memberikan perbaikan pada produk yang masih memiliki garansi milik customer yang mengalami kerusakan. Sehingga produk yang masih memiliki garansi milik customer yang mengalami kerusakan akan dikirim ke alamat Fantech dan akan tangani oleh teknisi ini.