

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Seluruh informasi yang diberikan pada bagian berikut didapatkan dari situs utama serta berkas yang didapatkan dari perusahaan lewat divisi *Human Resources* Suitmedia. Berkas yang diberikan untuk mendukung informasi dalam bagian berikut berupa Company Profile dari perusahaan Suitmedia, Term of Reference program Suitmedia National Internship Program 2023, serta Non-Disclosure Agreement (NDA) dari perusahaan Suitmedia. Beberapa informasi juga didapatkan dari profil usaha Suitmedia yang tertera di dalam situs Kampus Merdeka Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Dari sumber utama tersebut, penulis merangkum informasi secara lengkap yang dituliskan dalam sub bab berikut.



Gambar 2. 1 Logo PT Suitmedia Kreasi Indonesia
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

PT Suitmedia Kreasi Indonesia, atau yang biasa disebut Suitmedia, merupakan *digital agency* yang memiliki layanan kreatif yang berfokus kepada *web development*, *mobile development*, serta *digital marketing*. Suitmedia memiliki *tagline* berupa “Where technology and creativity fused into digital chemistry.” Suitmedia memiliki visi untuk membuat dampak positif di bidang teknologi dan kreativitas. Misi yang ingin dicapai Suitmedia berupa untuk membantu klien mencapai objektif bisnis mereka dengan memberdayakan para talenta Suitmedia dalam menyampaikan layanan terbaik melalui inovasi digital. Suitmedia sendiri memiliki lima nilai usaha utama, yang berupa:

1. *Integrity, do the right things* atau melakukan hal yang benar,

2. *Innovation, do things right* atau melakukan hal dengan benar,
3. *Passion, get things done* atau menyelesaikan hal dengan tuntas,
4. *Initiative, improve things* atau kembangkan berbagai hal, dan
5. *Excellence, go the extra mile* atau capai usaha lebih jauh.

Suitmedia, sebagai konsultan kreatif, memiliki empat bidang layanan digital utama pengerjaannya, yaitu *strategy, creative, technology, dan communication*. Layanan *strategy* Suitmedia memberikan layanan penasihat di bidang digital dan teknologi informasi, riset pasar dan pengalaman pengguna, konsultasi pengembangan, serta pengawasan dan analisis. Layanan *creative* Suitmedia terdiri atas pengembangan merek, desain antarmuka dan pengalaman pengguna (UI/UX *Design*), kreasi konten, serta desain bergerak dan videografi. Layanan *technology* Suitmedia berupa pengembangan iOS dan Android, pengembangan web, solusi *e-commerce*, serta optimisasi mesin pencari (*Search Engine Optimization*). Layanan *communication* Suitmedia melayani bidang kampanye kreatif, pengelolaan media sosial, iklan digital, serta marketing *influencer*.

Awal mula berdiri Suitmedia adalah pada tahun 2009, dengan nama PT Kreasi Online Indonesia. Suitmedia didirikan oleh alumni mahasiswa teknik informatika Institut Teknologi Bandung, dengan layanan yang berfokus pada pengembangan situs dan aplikasi *mobile*. Lalu, pada periode 2011-2014, Suitmedia melakukan pemisahan usaha (*spin-off*) di bidang *e-commerce*, serta melakukan ekspansi layanan usaha ke bidang marketing digital. Lalu, pada tahun 2015, PT Kreasi Online Indonesia berganti menjadi PT Suitmedia Kreasi Indonesia, yang menjalin kerja sama dengan EMTEK Group di bawah naungan KMK Online. Selain itu, Suitmedia mulai memiliki lebih dari 50 klien, dengan lebih dari 100 proyek tiap tahunnya Diiringi dengan banyaknya klien dari berbagai perusahaan, Suitmedia juga meraup keuntungan sekitar US\$2 juta.

Dalam melayani klien, Suitmedia memiliki budaya dan tahapan pengerjaan proyeknya. Dalam mengerjakan proyek, Suitmedia memiliki empat tahapan pengerjaan proyek. Tahap pertama, yaitu *discover*, merupakan tahap untuk mencari wawasan proyek melalui riset dan data. Tahap kedua, yaitu *define*,

merupakan tahap pembuatan strategi digital serta rancangan solusi. Tahap ketiga, yaitu *deliver*, merupakan tahap pengembangan solusi serta penerapan strategi media. Tahap terakhir, yaitu *determine*, merupakan tahap dimana solusi tersebut dianalisis dalam segi performa.



Gambar 2. 2 Karyawan Suitmedia kantor Jakarta pada acara *Work from Café* Oktober 2023
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

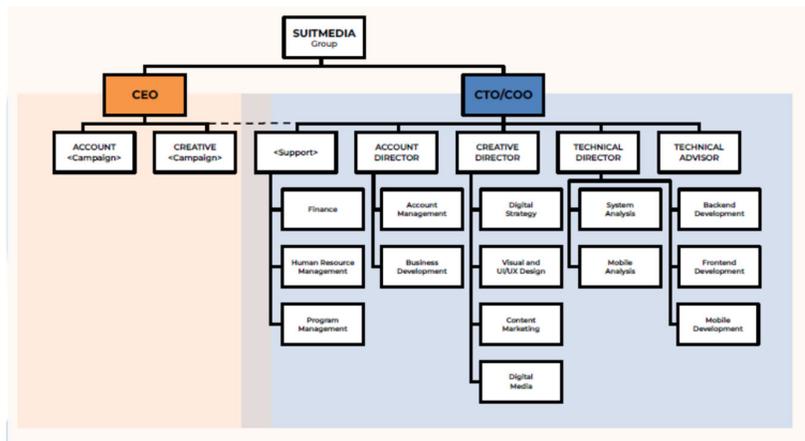
Suitmedia memiliki lebih dari 200 karyawan, yang kerja secara *Work from Anywhere* sejak 2020. Suitmedia memiliki nilai-nilai budaya kerja, seperti belajar di saat kerja, *spirit of fun* atau lingkungan yang menyenangkan, *work life balance* atau efisiensi waktu kerja, serta fleksibilitas dalam bekerja. Walaupun sistem bekerja masih secara *Work from Anywhere*, tim Suitmedia juga sering mengadakan pertemuan rutin karyawan secara daring. Selain luring, Suitmedia juga mengadakan pertemuan anggota secara daring per bulannya. Suitmedia juga mengadakan berbagai aktivitas olahraga rutin untuk karyawannya, seperti olahraga berlari, *pound fit*, tennis, serta yoga. Suitmedia juga mengadakan program kunjungan ke panti asuhan untuk berbagi kepada yang membutuhkan setiap tiga bulan sekali.

Walaupun bekerja secara *work from anywhere*, Suitmedia memiliki lima kantor yang tersebar di pulau Jawa dan luar negeri. Kantor utama Suitmedia terletak di Jakarta, dengan cabang di Bandung, Yogyakarta, Malang, dan Singapura. Kantor Jakarta bertempat di Jalan Pekayon I Nomor 26, Jakarta, Indonesia 12540. Kantor Bantung bertempat di Jalan Sekeloa No. 2, Dipatiukur,

Bandung, Indonesia 40132. Kantor Yogyakarta bertempat di Jalan Watugede Nomor 58, Sleman, Yogyakarta, Indonesia 55581. Kantor Malang berlokasi di Jalan Sunan Muria Nomor 6, Lowokwaru, Malang, Indonesia 65149. Kantor terakhir Suitmedia, di Singapura, berlokasi di 190 Clemenceau Avenue #06-02, Singapura 239924.

2.1.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Jajaran direksi dan komisaris Suitmedia terdiri atas empat orang penting berbeda. Almika Indra berperan sebagai salah satu direktor sekaligus Chief Executive Officer dari Suitmedia. Almika sendiri berperan dalam pengurusan Suitmedia di bidang *campaign*. Salah satu direktor sekaligus Chief Operating Officer dan Chief Technology Officer adalah Anggriawan Sugianto. Anggriawan berperan dalam kepengurusan Suitmedia di bidang teknologi. Jajaran komisaris Suitmedia terdiri atas Adi Sariaatmadja sebagai komisaris yang berasal dari perusahaan EMTEK Group. Selain Adi, komisaris kedua dari Suitmedia adalah Achmad Zaky sebagai komisaris yang berasal dari perusahaan Init 6. Di bawah ini merupakan struktur lengkap dari perusahaan Suitmedia.



Gambar 2. 3 Bagan struktur organisasi PT Suitmedia Kreasi Indonesia
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

2.2 Portfolio Perusahaan

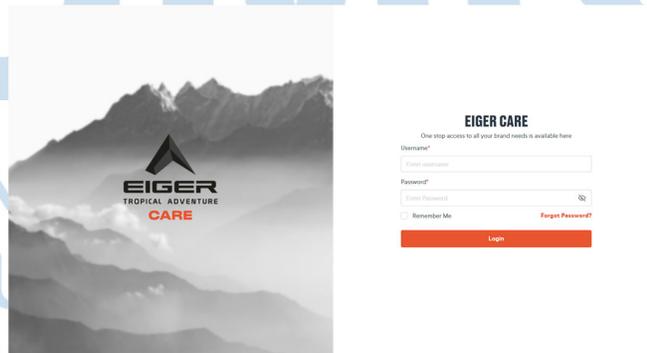
Selama Suitmedia berdiri, Suitmedia telah membantu lebih dari 50 klien dengan lebih dari 100 proyek setiap tahunnya. Layanan pengembangan *e-*

commerce juga merupakan layanan paling terkenal dari Suitmedia, dimana Suitmedia menghasilkan dua perusahaan teknologi ternama, yaitu Hijup.com serta Bukalapak.com. Didapatkan dari situs utama Suitmedia, klien-klien berikut datang dari berbagai perusahaan besar, seperti *brand* Toyota, Bank BCA, Panasonic, Pertamina, Frisian Flag, dan berbagai Perusahaan lainnya. Suitmedia juga pernah memiliki klien dari instansi pemerintahan, seperti Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dan Kementerian Keuangan. Dari berbagai proyek yang telah dilaksanakan, penulis akan memberikan penjelasan lebih rinci dari beberapa proyek besar yang telah dikerjakan oleh Suitmedia.

2.3.1 Eiger

Eiger merupakan salah satu klien Suitmedia, dimana Suitmedia terlibat dalam pembuatan proyek di bidang teknologi, riset pasar dan pengalaman pengguna, konsultasi pengembangan, serta pengembangan web. Eiger sendiri merupakan perusahaan manufaktur peralatan aktivitas *outdoor* Indonesia. Eiger juga membawahi beberapa merek terkenal, seperti Exsport, Bodypack, dan Outlive.

Karena bisnis Eiger memiliki skala yang besar, dan sistem yang dimiliki saat ini masih terbatas dan kurang fleksibel, Eiger ingin membuat ulang sistem andal omnichannel yang diberi nama CARE. Sistem tersebut terdiri atas empat sistem utama, seperti pengembangan sistem Point of Sales (POS) di kasir, Warehouse Management System dalam bentuk situs dan aplikasi *mobile*, Order Management System, dan Loyalty System.



Gambar 2. 4 Tampilan halaman situs Eiger CARE
Sumber: Eiger (2023)

Dari pembuatan ulang sistem Eiger oleh Suitmedia, aktivitas Eiger meningkat sebanyak 175.5% dari periode sebelumnya. Selain itu, terdapat 75 ribu pengguna yang mengunjungi situs utama Eiger, serta penambahan akun pengguna. Kenaikan tersebut juga didukung oleh berbagai promosi digital yang mengarahkan konsumen ke situs Eiger.

2.3.2 Bukalapak.com

Bukalapak merupakan salah satu proyek ternama Suitmedia di bidang *e-commerce*. Bukalapak.com merupakan tempat jual beli *online* terkemuka di Indonesia. Tim awal Suitmedia, bersama dengan Achmad Zaky, membangun Bukalapak menjadi *e-commerce* Indonesia yang dapat diandalkan. Proyek Suitmedia dengan Bukalapak.com melibatkan aspek pengembangan *web*, pengembangan iOS dan Android, solusi *e-commerce*, kampanye kreatif, serta periklanan digital.

Suitmedia menyadari bahwa penting bagi *e-commerce* untuk memiliki navigasi yang mudah, yang berpengaruh pada kesuksesan *e-commerce* tersebut. Pada tahun 2009, Suitmedia membuat situs web yang membuat pengguna mudah menemukan produk yang diinginkan, serta *call to action* yang singkat namun jelas. Selain itu, Bukalapak.com juga memiliki halaman *blog*, yang berguna dalam peningkatan intensitas dan kualitas konten serta membangun kredibilitas Bukalapak. Pembuatan *blog* juga bantu meningkatkan *engagement* Bukalapak, yang berhubungan dengan promosi *e-commerce* Bukalapak. Situs Bukalapak memiliki rerata akses harian lebih dari 15 juta, dengan 4 juta penjual yang terdaftar. Bukalapak juga memiliki lebih dari 2 juta transaksi, dengan total nilai transaksi mencapai Rp 4 triliun setiap harinya. Pada tahun 2016, Bukalapak.com juga menduduki 50 besar pada ranking web di Indonesia menurut Alexa.

Beberapa proyek lain juga dilakukan oleh Suitmedia selama Bukalapak.com berdiri. Pada tahun 2014, Suitmedia membangun aplikasi *mobile* dengan navigasi yang mudah serta mampu melakukan fungsi

Bukalapak.com dalam versi *mobile* dengan baik. Satu tahun setelah aplikasi diluncurkan, aplikasi Bukalapak versi Android menjadi aplikasi belanja dengan *download* paling banyak di Indonesia. Pada tahun 2015, Suitmedia juga terlibat dalam konten promosi Bukalapak.com, terutama konten di media YouTube. Beberapa contoh konten berupa konten cara Beretania di Bukalapak dan *web series* berjudul “Impian Kita” yang tayang di YouTube Bukalapak.



Gambar 2. 5 Video *web series* Bukalapak dari portfolio Suitmedia dengan Bukalapak
Sumber: Suitmedia (2016)

Semakin lama, perusahaan Bukalapak.com semakin berkembang menjadi *e-commerce* dalam skala besar. Mengikuti besarnya skala usaha, Bukalapak memerlukan lebih banyak kandidat karyawan berkualitas yang melamar ke usaha. Dalam membantu Bukalapak dalam memperkenalkan Bukalapak sebagai tempat karir sekaligus mengundang para pencari kerja untuk melamar Bukalapak, Suitmedia membantu Bukalapak dalam membangun portal karir Bukalapak pada tahun 2016. Fitur beranda dari situs karir Bukalapak dibuat menarik dan berkarakter dibandingkan situs karir lainnya melalui media video. Terdapat juga bagian deskripsi serta penjabaran budaya kerja Bukalapak, yang menggambarkan lingkungan kerja serta keuntungan kerja di Bukalapak. Dalam sistem, Suitmedia menambahkan beberapa fitur yang membantu menyeleksi kandidat, seperti *screening* otomatis serta fitur tes *online*. Fitur pembuatan akun khusus untuk karir Bukalapak juga dibuat agar kandidat dapat daftarkan diri ke

berbagai lowongan Bukalapak tanpa perlu terus mengulang isi formulir pekerjaan. Seperti pengerjaan proyek Bukalapak pada tahun sebelumnya, Suitmedia juga ingin menciptakan kesan singkat namun jelas di dalam portal karir Bukalapak.

2.3.3 Toyota Digifest

Suitmedia juga pernah mengurus acara yang diselenggarakan oleh Toyota, yaitu Toyota Digifest. Toyota Digifest merupakan acara tahunan dari Toyota yang memiliki tujuan untuk mengajak pengguna untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan kampanye bersama dengan berbagai *influencer* serta *YouTuber* terkenal, dengan pengalaman nyata yang berhubungan dengan Toyota agar pengguna dapat lebih dekat dengan budaya dan nilai dari Toyota. Proyek Suitmedia berikut merupakan proyek di bidang *creative, digital advertising, dan influencer marketing*.



Gambar 2. 6 Poster acara Toyota Digifest 2017
Sumber: Facebook (2017)

Solusi yang diberikan agar kampanye mampu mengkoneksikan Toyota dengan penggunanya adalah dengan pembuatan kampanye yang melibatkan *influencer* dari YouTube, dan membuat gamifikasi yang mengundang para pengguna untuk masuk ke dalam pengalaman musik bersama para selebriti terkemuka. Pada 2017, tepatnya pada GIAS 2017, Toyota membawakan pengalaman digital mengenai kampanye sosialisasi limbah khusus. Kampanye tersebut juga menghadirkan tokoh YouTube ternama di stan Toyota dalam acara tersebut. Pada 2018, Toyota

menghadirkan gamifikasi kampanye yang berjudul #PecahinSemangatLo yang menghadirkan pengalaman bermusik bersama berbagai *influencer*, *Youtuber*, Key Opinion Leaders (KOL), dan komunitas-komunitas di bidang permusikan.

Dalam dua tahun yang berbeda, Suitmedia berhasil membawakan tren positif dalam program Toyota Digifest. Pada tahun 2017, konten kampanye Toyota berhasil mendapatkan 5,4 juta *impression* dan 1,2 juta *reach*, mengalami peningkatan lebih dari 29.000 *followers* dan *subscribers* di media sosial Toyota, serta mendapatkan *engagement rate* sejumlah 53.000 pada masa kampanye. Sementara, Toyota Digifest 2018 berhasil mencapai 22 juta *impression* dan 11,5 juta *reach*, lebih dari 500 penggemar musik mengikuti kampanye Toyota selama kurun waktu satu bulan, dengan lebih dari 28.000 kunjungan kampanye pada periode tersebut.

2.3.4 Indonesia Stock Exchange (IDX)

Indonesia Stock Exchange, atau yang disingkat dengan IDX, merupakan penggabungan dari Jakarta Stock Exchange dan Surabaya Stock Exchange, yang menjadi representasi saham yang membantu pengembangan perekonomian Indonesia, terutama di pasar modal Indonesia. IDX telah menjadi klien Suitmedia dalam pengerjaan kampanye dan optimisasi situs-situs dari IDX. Beberapa proyek Suitmedia dengan IDX adalah pembuatan iklan digital IDX, optimisasi situs utama IDX, serta pembuatan aplikasi dan situs mikro untuk acara IDX, “Yuk Nabung Saham”. Proyek Suitmedia untuk acara “Yuk Nabung Saham” meraih sukses, dengan *impression* mencapai lebih dari 712 ribu dan *engagement* mencapai 63.243 dalam periode 10 hari setelah rilis. Selain itu, iklan digital “Sekolah Pasar Modal” dari IDX, juga mengalami respon yang baik, dengan lebih dari 1 juta *impression* dengan lebih dari 10 ribu audiens melakukan navigasi ke situs web pada periode 11-36 Maret 2016.

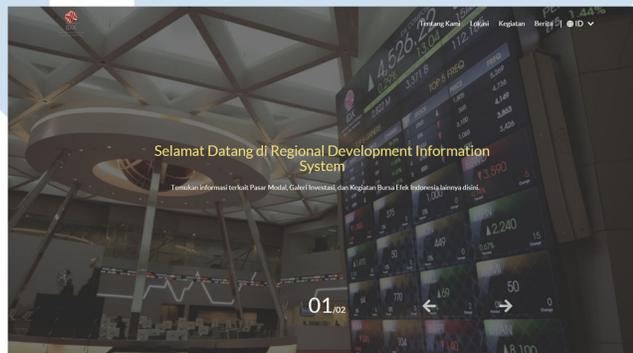
Proyek utama yang sering kali dilakukan Suitmedia untuk IDX adalah optimisasi situs utama dari IDX. Dalam pengembangannya, Suitmedia ingin memberikan fokus untuk membuat situs yang ramah

digunakan secara *mobile*. Pembuatan situs *mobile-friendly* akan mempengaruhi kenyamanan dan kemudahan pengguna dalam akses informasi penting yang berhubungan dengan kelancaran investasi saham pengguna. Selain itu, optimisasi desain halaman juga dilakukan agar rerata waktu untuk memuat halaman situs lebih cepat, sehingga pengguna tidak menunggu lama untuk halaman muncul. Penambahan halaman IDX khusus untuk transaksi saham Islami diberikan dalam situs utama idx.co.id untuk memfasilitasi informasi berita, edukasi, transaksi, aturan, serta produk yang berhubungan dengan pasar modal Islami dari IDX. Dari pengembangan situs berikut, situs utama IDX mengalami kenaikan pengguna, dengan *bounce rate* di bawah 45%, halaman yang dibuka per sesi mencapai 3 halaman, serta rerata navigasi situs per sesi mencapai lebih dari 4 menit.

Selain situs utama, Suitmedia juga pernah mengembangkan situs SPOP milik IDX. SPOP atau Trading Operation Support System adalah aplikasi sistem pendukung operasional *trading* yang melibatkan manajemen sebelum operasional, termasuk parameter dan pernyataan dalam *trading*. Tujuan dari pengembangan situs SPOP berikut adalah untuk memberikan penyesuaian agar aktivitas yang memiliki kesamaan bisa disatukan, serta menambahkan fitur yang sesuai dengan kebutuhan divisi operasional *trading*. Dalam penyesuaian situs, langkah pertama yang Suitmedia lakukan adalah mengidentifikasi fitur situs yang diperlukan penyesuaian dan pengembangan. Selain itu, Suitmedia juga mengembangkan keamanan situs yang lebih ketat untuk melindungi data-data rahasia yang terdapat dalam situs SPOP. Setelah dikembangkan oleh Suitmedia, aplikasi yang telah ditingkatkan, IDX SPOP+, diharapkan dapat membuat aktivitas situs bisa berjalan dengan performa maksimal, dapat diandalkan, serta dengan infrastruktur yang aman.

Pada periode tahun 2021-2022, IDX kembali bekerja sama dengan Suitmedia dalam pembuatan platform Learning Management System (LMS) mengenai pasar modal di Indonesia, yang memudahkan akses pembelajaran di masyarakat Indonesia. Strategi yang digunakan Suitmedia

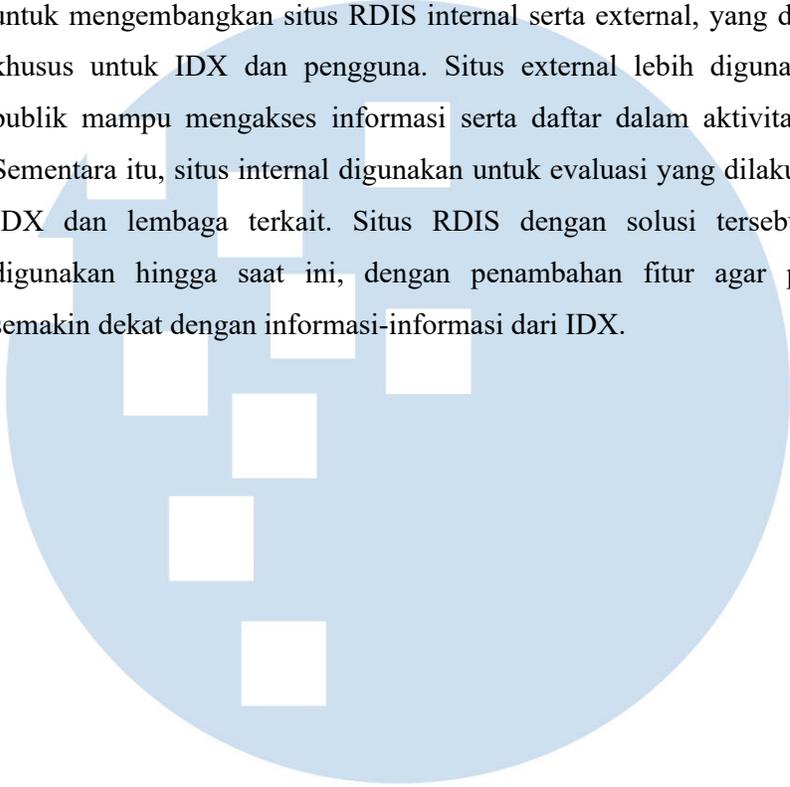
dalam pembuatan sistem pembelajaran IDX adalah pengumpulan data kualitatif dan kuantitatif mengenai edukasi investasi di Indonesia, analisis data untuk membuat formulasi *grand design* untuk portal edukasi investor, analisis perkembangan dan kegunaan portal untuk lima tahun ke depan mulai dari tahun 2022, mengerjakan identitas dan marketing dari *brand* dan produk sesuai dengan target hasil riset. Strategi berikut lebih berfokus tentang pandangan pengguna tentang edukasi investasi di Indonesia. Hasil dari pekerjaan Suitmedia adalah panduan untuk pengembangan aplikasi portal edukasi dalam aspek fitur, susunan aplikasi, penggunaan teknologi, penggunaan platform, kampanye dan marketing digital, serta strategi untuk penggunaan lima tahun ke depan.



Gambar 2. 7 Tampilan halaman situs RDIS dari Indonesia Stock Exchange
Sumber: IDX (2023)

Suitmedia juga melakukan peningkatan untuk salah satu situs resmi IDX pada tahun 2022 sampai dengan 2023, yaitu RDIS. Regional Development Information System, atau disingkat dengan RDIS, merupakan situs kolaborasi antara Bursa Efek Indonesia, universitas, serta perusahaan sekuritas yang berfokus untuk memperkenalkan pasar modal ke akademisi-akademisi bidang saham. Sistem kerja dari situs ini adalah dengan menyajikan informasi *real-time* untuk bantu analisis aktivitas jual beli saham bagi praktisi ekonomi, investor, dan pengamat pasar modal. Namun, belum adanya sistem untuk pengaturan data dari berbagai aktivitas pasar modal membuat efisiensi RDIS dalam mengevaluasi Galeri Investasi masih

secara manual dan tidak efisien. Sehingga, Suitmedia memberikan solusi untuk mengembangkan situs RDIS internal serta external, yang digunakan khusus untuk IDX dan pengguna. Situs external lebih digunakan agar publik mampu mengakses informasi serta daftar dalam aktivitas saham. Sementara itu, situs internal digunakan untuk evaluasi yang dilakukan oleh IDX dan lembaga terkait. Situs RDIS dengan solusi tersebut masih digunakan hingga saat ini, dengan penambahan fitur agar pengguna semakin dekat dengan informasi-informasi dari IDX.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA