

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo PT. Media Teknologi Solusindo

PT. Media Teknologi Solusindo merupakan perusahaan Teknologi Informasi (TI) yang berfokus pada konsultan IT, pembuatan website dan pelayanan server. Perusahaan ini menawarkan solusi digital yang terintegrasi untuk membantu klien memperkuat kehadiran online mereka dan mencapai tujuan bisnis mereka. Dengan tim ahli yang berpengalaman dalam konsultan, desain web, pengembangan aplikasi, dan manajemen server, perusahaan ini menyediakan layanan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan unik setiap klien.

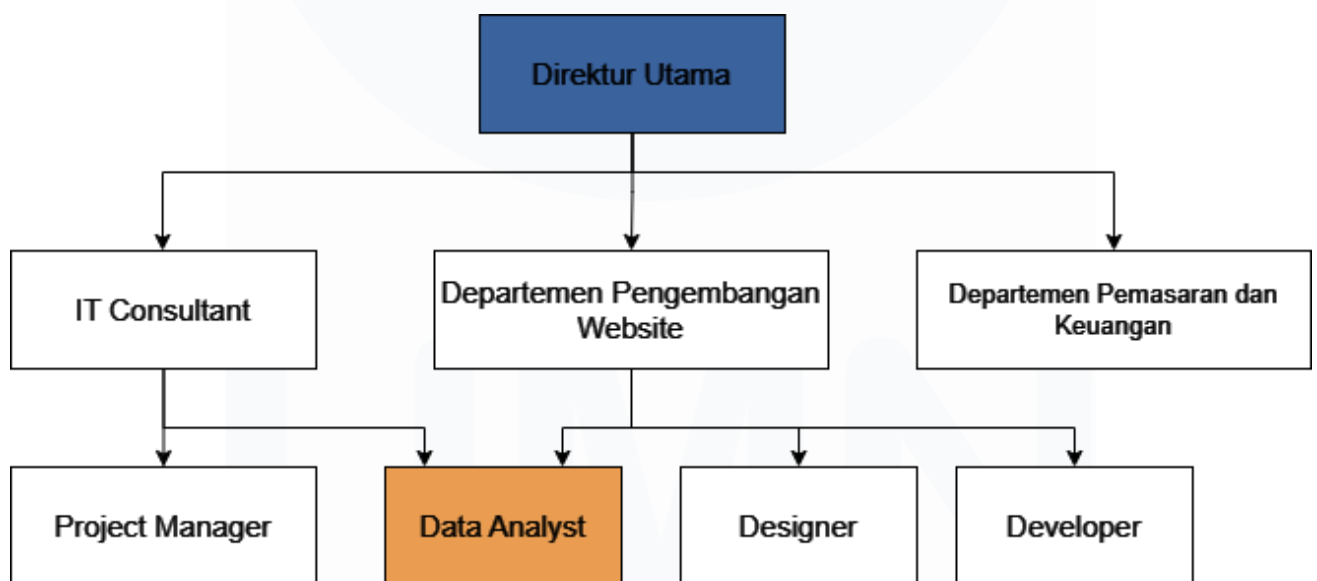
2.1.1 Visi Misi

- a. Menjadi pilihan utama dalam memberikan solusi digital terintegrasi untuk memenuhi kebutuhan klien dan mendorong pertumbuhan bisnis mereka.
- b. Dalam mencapai visi perusahaan, berikut adalah beberapa misi yang dilakukan:

1. Menyediakan layanan pembuatan website yang inovatif dan berkualitas tinggi sesuai dengan kebutuhan klien.
2. Menyediakan pelayanan server yang handal dan aman untuk mendukung operasional online klien.
3. Mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan layanan yang responsif dan solusi yang terukur.
4. Mengembangkan kemitraan yang berkelanjutan dengan klien, berdasarkan pada kepercayaan dan integritas.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Melampirkan atau membuat bagan struktur organisasi instansi/ perusahaan tempat kerja magang



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Media Teknologi Solusindo

Berdasarkan struktur organisasi yang ada di atas ini, terdapat IT Consultant dan dua department yang diantaranya adalah department pengembangan website dan pemasaran & keuangan. Pada IT Consultant didalamnya terdapat project manager

dan Data Analyst yang terhubung dengan department pengembangan website. Kemudian, dalam department itu juga terdapat designer dan juga developer yang dimana kedua tersebut sudah pasti ada dalam prosesnya pengembangan website.

Kemudian, pada department pemasaran dan juga penjualan memiliki tanggung jawab untuk merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat, serta keinginan pelanggan terhadap produk atau layanan perusahaan. Hal ini juga mencakup kegiatan seperti penelitian pasar, pengembangan merek, perencanaan dan pelaksanaan kampanye pemasaran, serta pengelolaan media sosial dan konten digital. Di sisi lain, departemen penjualan bertanggung jawab untuk berinteraksi langsung dengan calon pelanggan, mempresentasikan produk atau layanan, menangani pertanyaan, menawarkan solusi yang sesuai, dan menutup transaksi. Mereka juga bertugas untuk memelihara hubungan baik dengan pelanggan yang sudah ada dan mencari peluang penjualan baru.