

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo perusahaan Fantech Indonesia

Sumber: Fantech Indonesia, 2009

Fantech merupakan sebuah brand gaming gears lokal yang didirikan oleh tiga bersaudara yaitu Fandy Pinaryd, Ferdy Pinaryd, dan Firsandy Pinaryd sejak tahun 2009. Fantech Indonesia terletak di Sedayu Square, Cengkareng, Jakarta Barat. Dengan pertumbuhan yang begitu pesat, Fantech kini telah berhasil melakukan distribusi ke lebih dari 80 negara serta mencapai lebih dari 5 juta pengguna. Secara global, Fantech telah memiliki kantor cabang di lebih dari 20 negara dan berhasil menjadi salah satu brand gaming gears yang dikenal oleh para gamers di tanah air. Setelah beberapa tahun berdiri, Fantech mulai mendapatkan berbagai penghargaan salah satunya penghargaan sebagai “Indonesia Top Brand Award” pada tahun 2019.

Fantech berfokus pada penyediaan produk gaming terbaik dan berkualitas yang mampu memenuhi kebutuhan para pengguna dari berbagai kalangan. Dengan membawa slogan “Gear Up and Win”, Fantech siap mendukung gamers tanah air maupun dunia melalui produk-produk gaming berkualitas yang akan temani setiap moment perjalanan gaming mereka. Fantech sendiri memiliki 2 kantor pusat yaitu di Indonesia dan di China. Seiring berkembangnya Fantech Gaming, Fantech Smart Life pun dibangun pada tahun 2021. Fantech Smart Life memang belum populer jika dibandingkan dengan brand-brand saingannya, seperti Bardi karena brand Fantech Smart Life masih tergolong baru dan membutuhkan waktu untuk mencapai prestasi tersebut.

Tabel 2.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

Tanggal Mulai Pelaksanaan Magang	5 FEBUARI 2024
Tanggal Selesai Pelaksanaan Magang	20 MEI 2024

2.1.1 Visi Misi

Visi dan Misi secara lisan oleh CEO Fantech Indonesia, yakni Firsandy Pinardy. Berikut merupakan visi dan misi dari Fantech Indonesia :

1. Visi

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

Berdasarkan visi yang langsung dijelaskan oleh CEO Fantech Indonesia, Fantech Indonesia memiliki visi tersebut dikarenakan keinginan atau komitmen teguh nya

untuk mendukung produktivitas dan kreativitas para anak muda di seluruh kalangan, sehingga dapat meningkatkan performa dan kualitas diri dari para generasi muda.



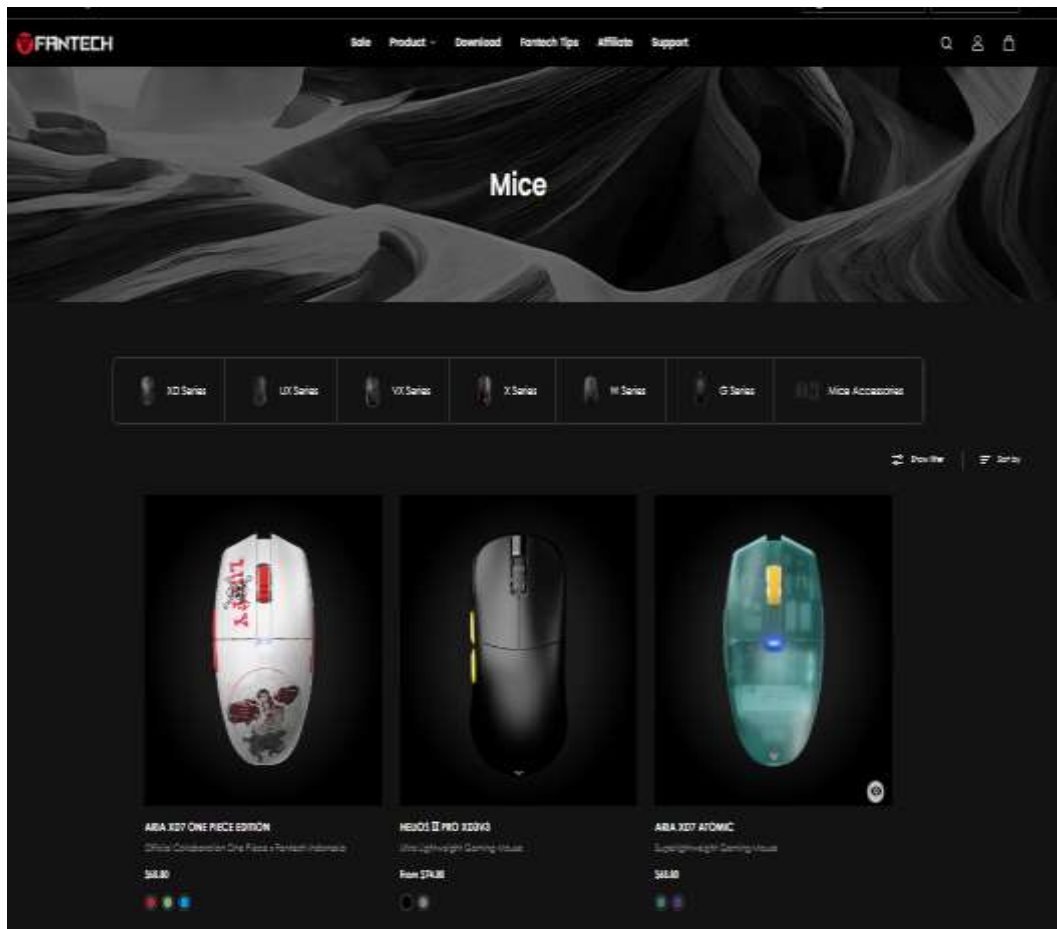
Gambar 2.2 Logo Perusahaan Fantech Indonesia

Sumber: Fantech Indonesia, 2009

2. Misi

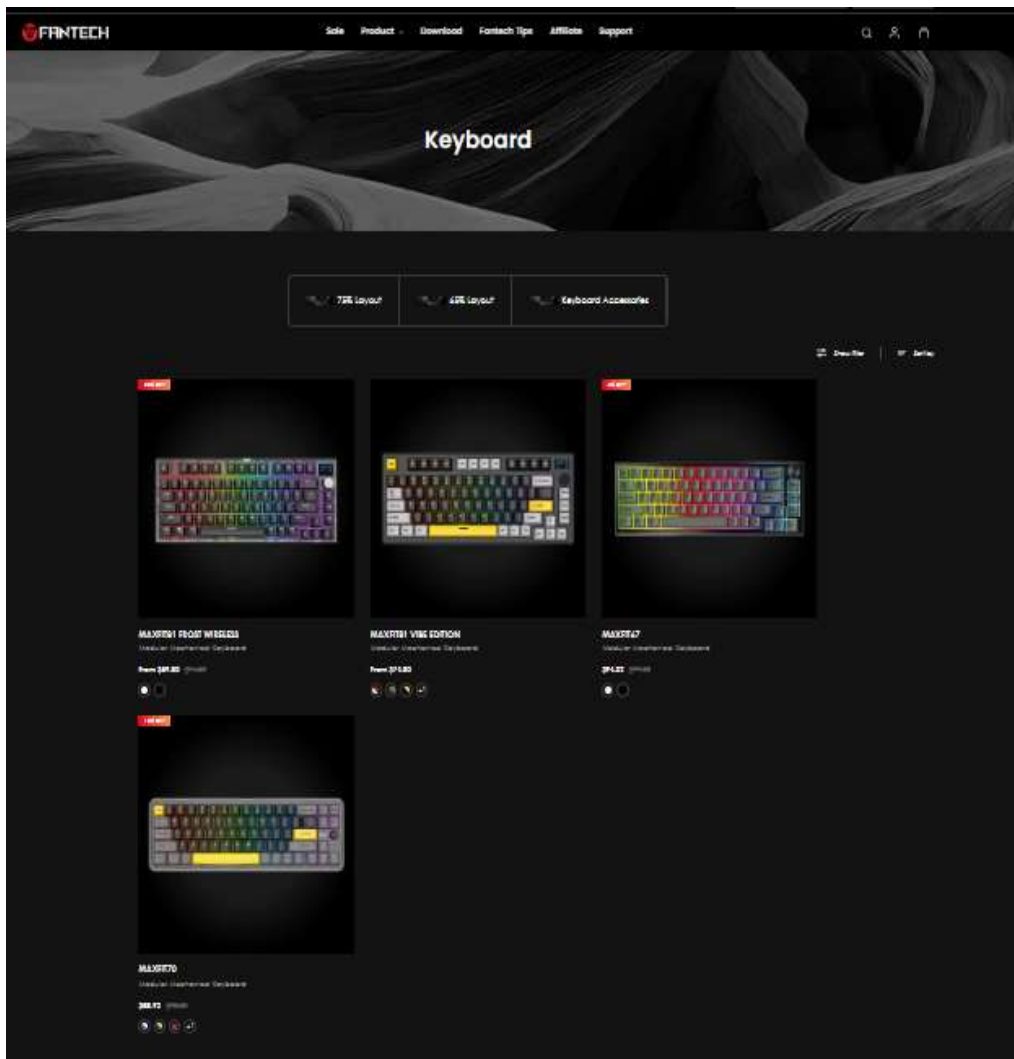
- Produk yang dapat menyesuaikan
- Produk yang inovatif untuk semua
- Menjadi teman untuk pengguna

Fantech Indonesia memiliki misi untuk mewujudkan visi yang telah ditentukan dengan memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan para anak muda, terutama terfokus di bidang *gaming*. Fantech Indonesia juga memiliki misi untuk memberikan atau mengedepankan produk yang tergolong inovatif yang tentunya seiring mengikuti perkembangan teknologi. Fantech Indonesia juga memiliki misi untuk selalu memberikan produk yang terbaik agar dimana produk dari Fantech ini dapat dipercaya serta diandalkan oleh para pengguna nya dan menjadi gandengan atau teman untuk mendukung produktivitas serta kreativitas para anak muda.



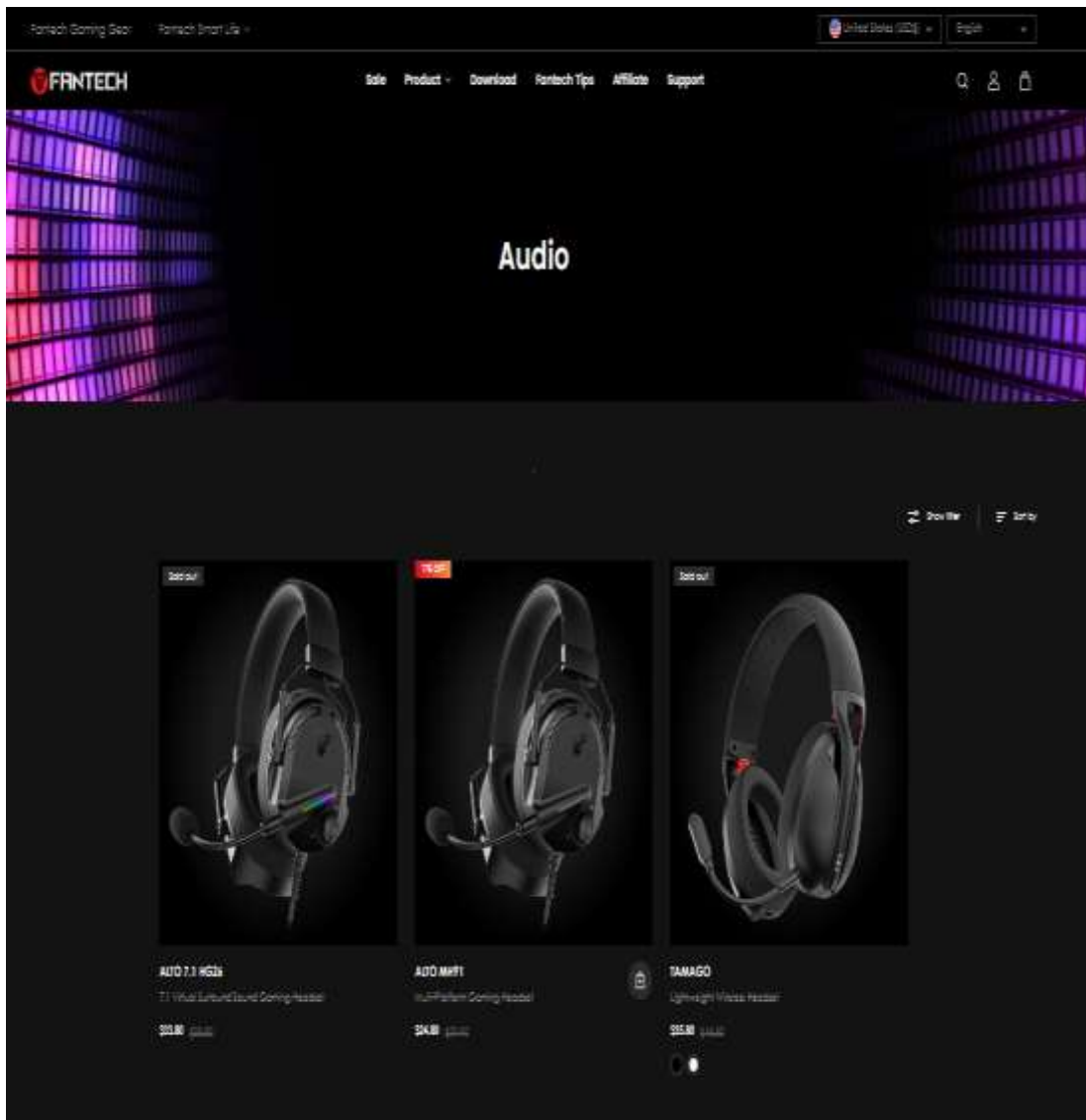
Gambar 2.3 Website Fantech World

Sumber: www.fantechworld.com , 2009



Gambar 2.4 Website Fantech World

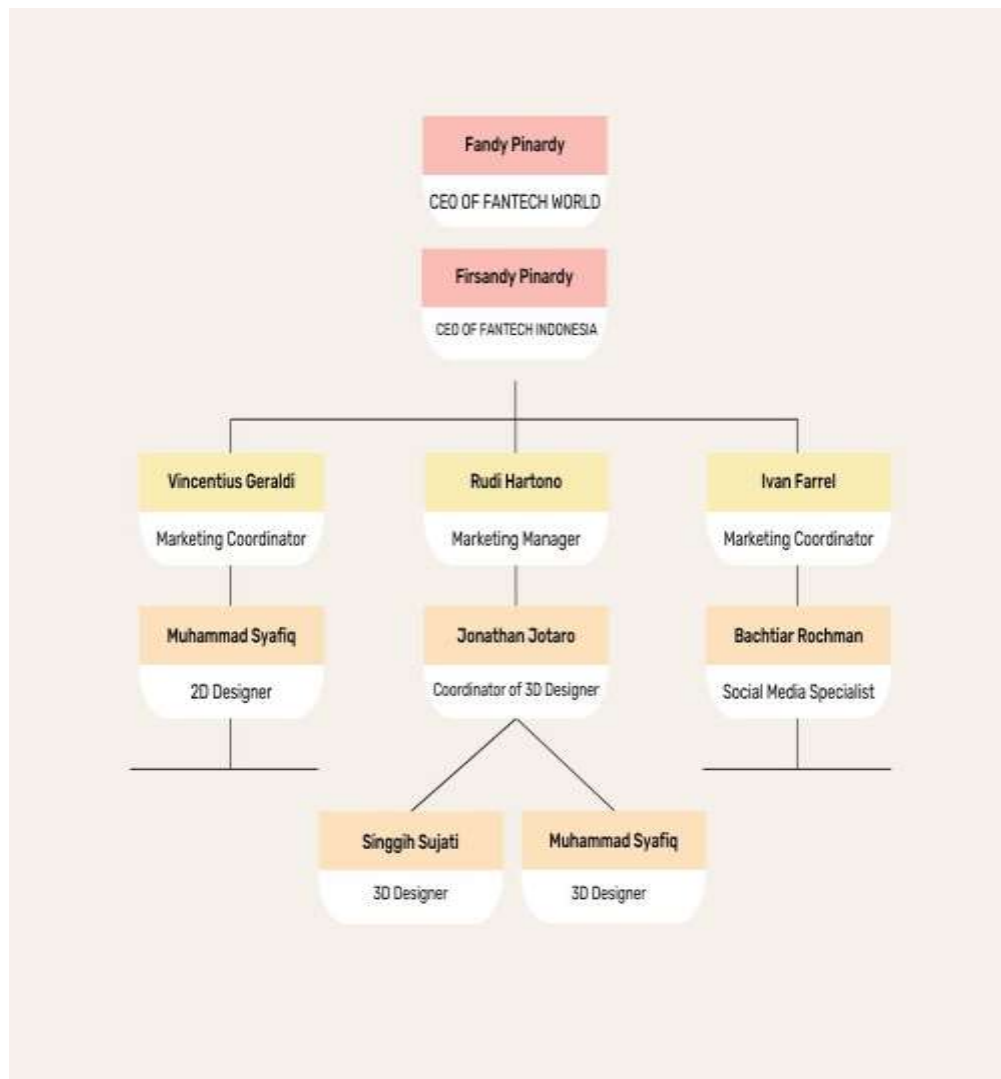
Sumber: www.fantechworld.com , 2009



Gambar 2.5 Website Fantech World

Sumber: www.fantechworld.com , 2009

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



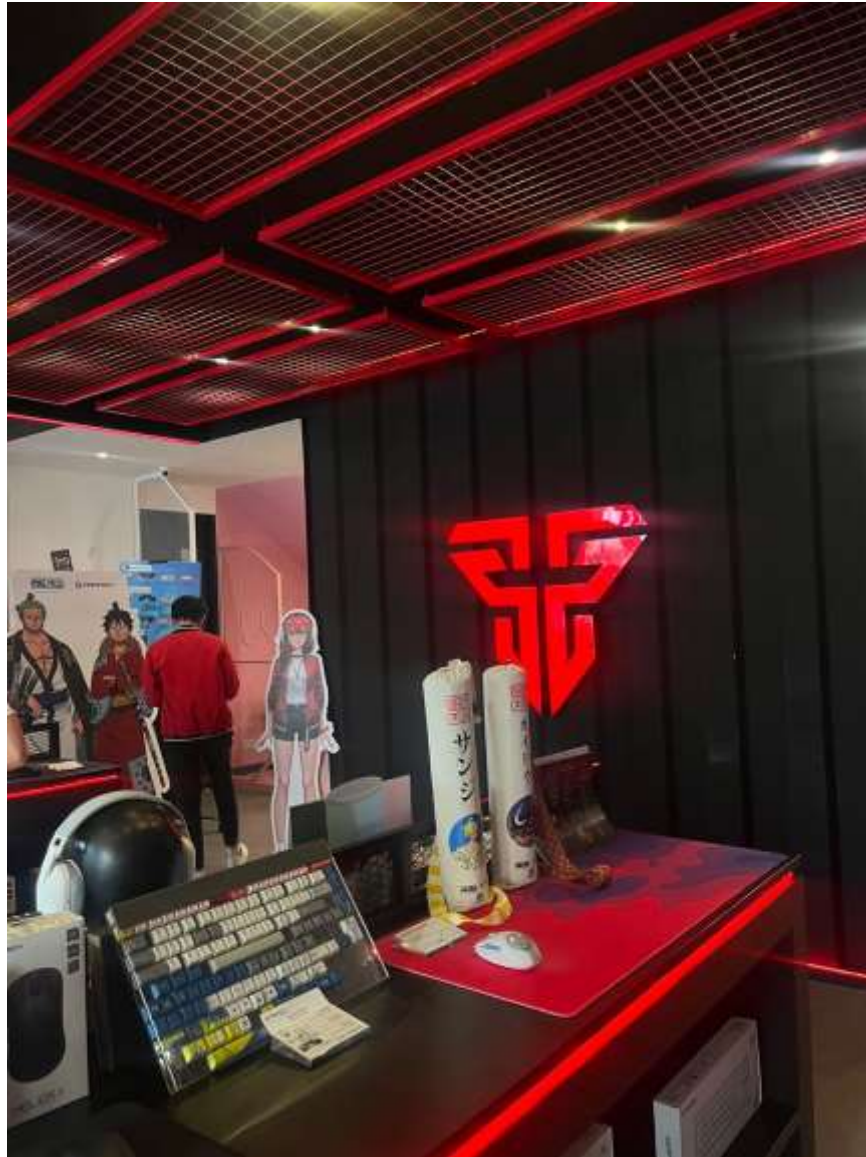
Gambar 2.6 Struktur Organisasi Fantech World

Sumber: Data Pribadi Penulis, 2024



Gambar 2.7 Foto bersama tim divisi *marketing*

Sumber: Kamera Pribadi, 2024



Gambar 2.8 Foto Kantor Fantech Indonesia

Sumber: Kamera Pribadi, 2024



Gambar 2.9 Foto bersama tim Divisi *marketing*

Sumber: Kamera Pribadi, 2024

A. Top Level Management

Top Level Management di Fantech Indonesia terdiri dari Fandy Pinaryd sebagai pemilik dan CEO dari Fantech World, Firsandy Pinaryd sebagai pemilik dan CEO dari Fantech Indonesia. Mereka adalah pihak yang memimpin dan mengawasi kinerja semua departemen Fantech berdasarkan keputusan yang telah diambil oleh CEO.

B. Departmen of Marketing and Creative

Departemen *Marketing* dan *Creative* Fantech Indonesia adalah salah satu inti dari perusahaan ini. Departemen ini memainkan peran kunci dalam mencapai pasar yang luas bagi Fantech Indonesia. Melalui departemen ini, berbagai program pemasaran, baik online maupun offline, direncanakan dan dilaksanakan. Dan departemen *Creative* juga merupakan senjata utama di perusahaan ini. Hal ini dikarenakan bidang *creative* ini merupakan divisi yang mengerjakan design produk berupa design KV (*key visual*) , design TBT (*Tool Box Tool*) , dan juga design grafis untuk produk-produk dari Fantech.

1. Manager of Marketing and Creative (Rudi Hartono)

Rudi Hartono, sebagai Manajer Pemasaran dan Kreatif di Fantech Indonesia, memiliki tanggung jawab untuk merancang berbagai program pemasaran berdasarkan arahan dari CEO. Ini termasuk berkolaborasi dengan KOL (Key Opinion Leader) luar negeri sesuai dengan segmen pasar yang telah ditetapkan oleh Fantech World. Tim Marketing Fantech sendiri menggunakan *software* yang bernama *wrike* yang digunakan untuk membuat jadwal, memasukan list tugas untuk setiap divisi yang dapat dilihat oleh tim, mengupload file atau aset-aset dan juga untuk memantau deadline. Rudi sendiri menjadi penanggung jawab dalam pengelolaan *software* tersebut. *Selain* itu, tugasnya mencakup pengawasan, pemantauan,

dan motivasi terhadap pencapaian target penjualan harian. Rudi juga bertanggung jawab untuk menganalisis masalah atau hambatan yang dihadapi oleh tim pemasaran agar dapat dievaluasi.

2. Marketing Coordinator of Fantech World (Vincentius Geraldi)

Sebagai koordinator marketing Fantech World, fokus marketing nya mencakup lebih luas, yaitu dunia. Vincentius memiliki tugas untuk mengkoordinasi, mengawasi, mengevaluasi para anggota timnya untuk menjalani tugas-tugas sesuai jobdesk para anggota tim nya yang telah ditentukan dan dijadwalkan dalam *wrike*. Selain itu, Vincentius juga membangun dan menjaga hubungan Fantech dengan para KOL (*key opinion leader*), sekaligus menjadi penanggung jawab yang terkait dengan KOL. KOL sendiri dipegang oleh Vincentius selaku marketing coordinator, dan juga saya sendiri sebagai *Marketing Intern* di Fantech World. Vincentius juga menghandle aset-aset konten promosi produk, *advertising*, *product launch preparation* berupa membuat *Sales Hand Book* (SHB), dan juga memegang platform purchasing yang digunakan Fantech yaitu *Shopify*.

3. Marketing Coordinator of Fantech Indonesia (Ivan Farreldino Way Kanan)

Sama seperti Vincentius, namun Farrel hanya fokus pada media marketing yang ada di Indonesia. Sebagai koordinator Marketing di Fantech Indonesia, Farrel bertanggung jawab untuk mengoordinasikan, mendorong, mengawasi, dan mengevaluasi anggota timnya agar dapat melaksanakan program-program yang telah direncanakan.

4. 3D Designer of Fantech World (Singgih Sujati, Jonatham Jeremy, Muhammad Alif Subandy)

Singgih, Jonathan, dan Alif adalah desainer 3D untuk Fantech World. Mereka bekerja sama dalam merancang produk-produk Fantech dalam bentuk 3D, yang nantinya akan dijadikan video 3D. Hasil desain mereka digunakan oleh Fantech di seluruh dunia, menunjukkan kemampuan dan kreativitas mereka yang dapat diakui secara global.

5. Graphic Designer (Muhammad Syafiq Abdullah)

Muhammad Syafiq, sama seperti Singgih, Jonathan, dan Muhammad Alif, bekerja sebagai desainer untuk Fantech World tetapi lebih fokus pada desain 2D.

6. Production Man (Rizky)

Di Fantech, peran Production Man (Rizky) atau Rizky sangatlah vital. Tugas utama Rizky adalah mengurus pembuatan aset konten yang nantinya akan disunting kembali untuk hasil yang lebih optimal. Rizky bertanggung jawab atas pembuatan aset konten berupa foto dan video. Jika ada jadwal pemotretan aset konten di Wrike yang disiapkan oleh Social Media Specialist, Rizky akan segera menindaklanjuti sesuai dengan jadwal yang ada. Setelah mendapatkan jadwal tersebut, Rizky akan memilih orang-orang yang dianggap tepat untuk tampil dalam konten tersebut dan mengarahkan mereka ke ruang studio. Di dalam studio, Rizky bertanggung jawab atas penataan tempat, latar belakang, pencahayaan, posisi produk, dan elemen-elemen tambahan.

C. Department of Customer Services

Departemen Customer Services memiliki peran yang sangat penting dalam melayani semua pelanggan Fantech yang memiliki pertanyaan atau kendala terkait produk Fantech. Jika pelanggan ingin menghubungi Layanan Pelanggan Fantech, mereka dapat melakukannya melalui nomor

Layanan Pelanggan yang tercantum di website Fantech. Selain itu, mereka juga dapat mengirim pesan langsung melalui media sosial Instagram dan TikTok.

D. Department of Finance and Accounting and Tax

Departemen Keuangan, Akuntansi, dan Pajak bertanggung jawab atas pengelolaan seluruh aktivitas keuangan Fantech Indonesia, termasuk aktivitas perpajakan. Departemen ini memastikan bahwa semua transaksi keuangan dicatat dengan benar dan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku. Selain itu, mereka juga mengurus kewajiban perpajakan perusahaan, seperti pengajuan laporan pajak dan pembayaran pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Departemen ini berperan penting dalam menjaga keuangan perusahaan agar tetap sehat dan sesuai dengan peraturan yang berlaku.