

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Karunia Internasional Citra Kencana atau juga yang dikenal sebagai Kick Avenue telah berdiri semenjak tahun 2017. PT Karunia Internasional Citra Kencana telah bergerak dalam bidang C2C dan B2C utama di Indonesia selama 5 tahun. Perusahaan ini dibangun oleh Christopher Eko yang saat ini menjabat sebagai *Chief Executive Officer* dan Alwin Sasmita yang saat ini menjabat sebagai *Chief Operating Officer* dalam perusahaan.



**Gambar 2.1** Logo Kick Avenue

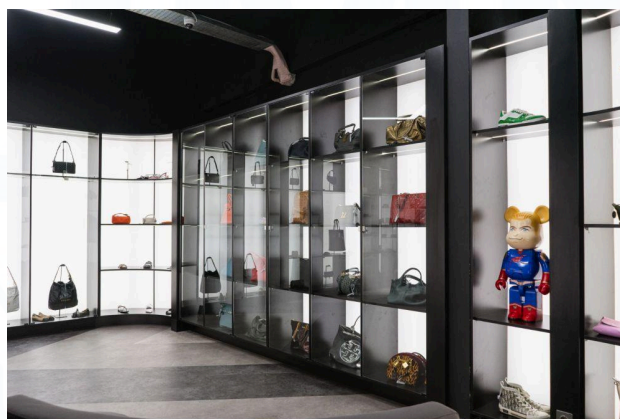
(Sumber : Data Perusahaan, 2024)

PT Karunia Internasional Cinta Kencana atau yang juga dikenal oleh masyarakat dengan nama Kick Avenue, telah melayani pasar sebesar 280 juta orang untuk barang-barang koleksi otentik. Perusahaan ini memulai perjalanannya dengan berfokus pada sepatu kets, dimana sekarang *platform* ini telah diperluas untuk menawarkan ratusan ribu item dalam berbagai kategori termasuk *streetwear*, *luxury*, jam tangan, dan juga barang-barang koleksi lainnya, dengan nilai inventaris yang melampaui pesaing di vertikal yang sama.

Pada mulanya, PT Karunia Internasional Citra Kencana menjalankan seluruh kegiatan perusahaan berbasis *online*, memfokuskan pemasaran melalui media

sosial dan juga memfokuskan penjualan berbasis *website* resmi milik PT Karunia Internasional Citra Kencana. Seiring dengan perkembangan waktu dan zaman, PT Karunia Internasional Citra Kencana terus mengembangkan fasilitas yang nyaman bagi para *buyer* dan *seller* untuk melakukan transaksi, dimana perusahaan tidak hanya memfokuskan penjualan melalui *website*, namun juga menyediakan aplikasi Kick Avenue bagi para *buyer* dan *seller* untuk dapat melakukan transaksi dengan nyaman. Melalui perjalanan yang panjang selama beberapa tahun, PT Karunia Internasional Citra Kencana saat ini telah bekerja sama dengan lebih dari 700.000 *user* yang teregistrasi dalam aplikasi dan juga *website*, dan juga telah berhasil menjembatani transaksi antara *seller* dan *buyer* sebanyak lebih dari 400.000 transaksi. Kick Avenue atau PT Karunia Internasional Citra Kencana telah berhasil memposisikan perusahaan sebagai tempat bertransaksi yang nyaman dan aman bagi para penjual maupun para pembeli. Saat ini, PT Karunia Internasional Citra Kencana menjadi salah satu *platform* B2C dan C2C terkemuka di Indonesia, dimana perusahaan mengutamakan autentikasi dalam setiap produk yang dijual dalam *platform* tersebut.

Dengan membangun hubungan kepercayaan yang tinggi dengan *customer*, PT Karunia Internasional Citra Kencana berhasil membangun *offline store* atau yang juga dikenal oleh masyarakat sebagai *Hypequarters* Kick Avenue yang berlokasi di Pesangrahan, Meruya, Jakarta Barat. Oleh karena itu, saat ini PT Karunia



**Gambar 2.2** *Hypequarters* Kick Avenue

(Sumber : Data Perusahaan, 2024)

Internasional Citra Kencana tidak hanya memfokuskan penjualan berbasis *online* namun perusahaan juga menawarkan pengalaman berbelanja di toko terhadap para *customer*. Berdiri semenjak bulan Agustus pada tahun 2023, saat ini, telah terhitung telah dikunjungi lebih dari 30.000 *visitor*, dengan total lebih dari 32,000 produk ter-*consign*. Melalui *offline store*, PT Karunia Internasional Kencana juga dapat memfokuskan dan mengoptimalkan ketersediaan item, terutama barang-barang *luxury* seperti jam tangan mewah dan juga tas-tas mewah. PT Karunia Internasional Kencana bekerja sama dengan IDN Watch untuk memenuhi kebutuhan jam tangan mewah *customer*. Menjadi salah satu *platform* terkemuka di Indonesia, PT Karunia Internasional Kencana tentunya semakin meningkatkan performa perusahaan, dimana saat ini Kick Avenue juga telah menjadi distributor resmi dari *brand-brand* besar di luar negeri, seperti OSOI dan Lifework.

Hari Kerja Magang	Keterangan	Jam Kerja Magang
Senin - Jumat	WFO & WFH	09:00 - 18:00

Tabel 2.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

(Sumber : Data Olahan Peneliti, 2024)

### 2.1.1 Visi Misi

Kesuksesan PT Karunia Internasional Citra Kencana sebagai salah satu *platform* B2B dan C2C terkemuka di Indonesia tentunya tidak terlepas dari penerapan visi dan misi yang baik bagi perusahaan. Dikutip dari wawancara dengan *supervisor*, berikut ini merupakan visi dan misi dari PT Karunia Internasional Citra Kencana :

#### a) Visi

Memberikan fasilitas koneksi yang dinamis dan inklusif antara para penggemar dan kolektor, menjadi mitra yang terpercaya dan

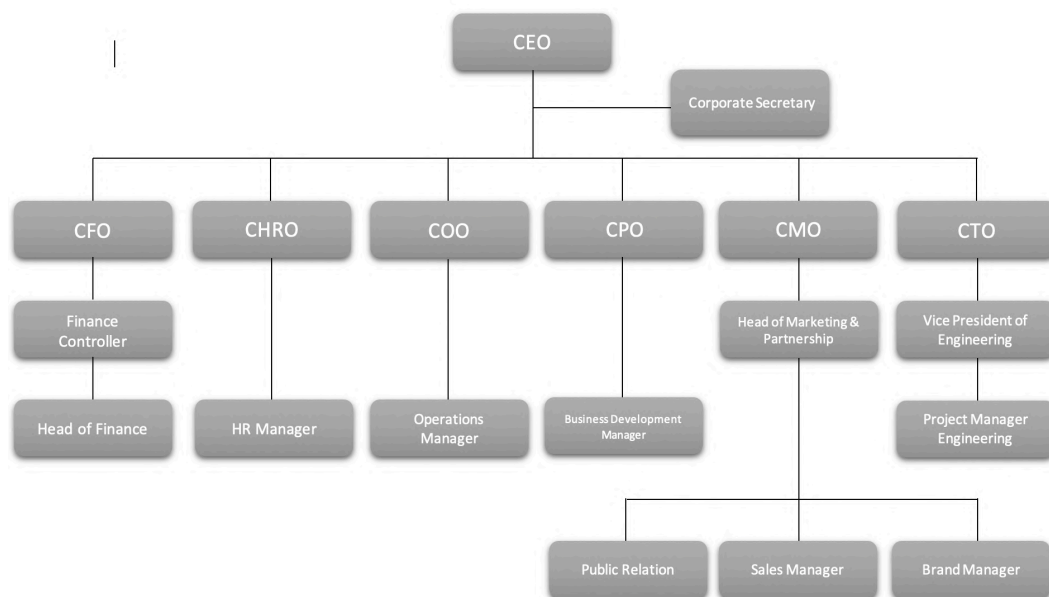
terdepan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan penggemar dan kolektor.

b) Misi

Menyediakan *platform* terpercaya bagi para penggemar dan kolektor untuk membeli dan juga menjual produk favorit mereka.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi dalam sebuah perusahaan merupakan sebuah unsur yang penting, mengingat banyaknya jumlah karyawan yang terdapat dalam sebuah perusahaan, terutama dalam PT Karunia Internasional Citra Kencana. Struktur organisasi perusahaan memberikan dan menunjukkan kerangka yang jelas untuk tugas dan tanggung jawab masing-masing divisi dan individu, serta mengatur hubungan antar anggota tim. Sebuah kerangka kerja yang jelas dibutuhkan untuk dapat mengoptimalkan efisiensi pekerjaan, penerapan otoritas dan tanggung jawab yang jelas, serta mengoptimalkan aliran informasi dalam perusahaan. Berikut ini merupakan struktur organisasi perusahaan PT Karunia Internasional Citra Kencana :



### **Gambar 2.3** Struktur Perusahaan PT Karunia Internasional Citra Kencana

(Sumber : Data Perusahaan, 2024)

PT Karunia Internasional Citra Kencana dipimpin oleh seorang *Chief Executive Officer* (CEO) yang membawahi 6 kepala dari masing-masing divisi. *Chief Finance Officer* (CFO) yang memimpin *Finance Department*, *Chief Human Resources Officer* (CHRO) yang memimpin *Human Resources Department*, *Chief Operating Officer* (COO) yang bertugas untuk memimpin *Operating Department*, *Chief Development Officer* (CDO) yang bertugas untuk memimpin *Business Development Department*, *Chief Marketing Officer* (CMO) yang bertugas untuk memimpin *Marketing Department*, dan *Chief Technology Officer* (CTO) yang bertugas untuk memimpin *IT Department*.

Dengan struktur kepemimpinan yang jelas, masing-masing divisi memiliki tanggung jawab dan tugas masing-masing, yang kemudian akan saling dikomunikasikan oleh para kepala divisi setiap minggunya melalui *Weekly Meeting*. Tidak hanya saling mengkomunikasikan tugas dan tanggung jawab masing-masing divisi, namun, para kepala divisi juga melaporkan kinerja tim kepada CEO. Hal ini dilakukan rutin setiap minggunya oleh perusahaan PT Karunia Internasional Citra Kencana. Setiap divisi memiliki tim tersendiri yang dimana tim bertanggung jawab untuk melaporkan kinerja atau *reporting* terhadap masing-masing kepala divisi.

Divisi tempat penulis diposisikan yakni berada di *Social Media Department* yang berkedudukan di bawah *Marketing Department* yang dipimpin oleh seorang *Head of Marketing & Partnerships*. Berikut ini penulis akan menunjukkan struktur kepemimpinan *Social Media Department* :



**Gambar 2.4** Struktur Divisi *Social Media* PT Karunia Internasional Citra Kencana

(Sumber : Data Olahan Penulis, 2024)

Aktivitas *social media* sendiri sering memusatkan isi dan konteks dari konten untuk meningkatkan penjualan, sehingga, *Social Media Department* berada di bawah kewenangan *Marketing Department*. Berikut ini penulis akan menjelaskan masing-masing *job description* dari struktur *Social Media Department* pada PT Karunia Internasional Citra Kencana :

#### A. *Chief Executive Officer*

*Chief Executive Officer* merupakan posisi tertinggi, seorang kepala yang memimpin seluruh divisi pada perusahaan. Oleh karena itu, tentunya seorang CEO memastikan bahwa kinerja seluruh divisi pada PT Karunia Internasional Citra Kencana sesuai dan selaras dengan visi dan misi perusahaan. Tidak hanya itu, sebagai wajah publik dari perusahaan, seorang CEO juga kerap berkomunikasi secara efektif dengan *stakeholders*, seperti para investor, pelanggan, dan juga media. Oleh karena itu, telah menjadi tugas utama dari CEO untuk mengawasi kinerja



dan perkembangan dari media sosial Kick Avenue, sehingga, setiap minggunya *Social Media Department ( Marketing Department )* wajib untuk melaporkan atau *reporting* aktivitas media sosial Kick Avenue.

### **B. *Head of Marketing & Partnerships***

Sebagai seorang kepala dari *Marketing & Social Media Department*, tentunya seorang *Head of Marketing & Partnerships* memiliki peran dan tugas yang besar dalam memimpin timnya. *Head of Marketing & Partnerships* bertugas untuk mengembangkan strategi media sosial, seperti menentukan platform yang paling relevan untuk audiens target perusahaan, mengelola dan memantau kinerja kampanye media sosial, rencana konten media sosial, dan juga mengawasi kinerja timnya mengenai hubungan dan interaksi antara audiens dengan perusahaan, analitik aktivitas konten media sosial. Tidak hanya itu, *Head of Marketing & Partnerships* juga bertugas untuk merancang dan menjalankan program kemitraan dengan pihak-pihak eksternal seperti *brand* ataupun para *Key Opinion Leader* untuk mensukseskan kampanye media sosial. Seluruh tim media sosial wajib dan bertanggung jawab untuk melaporkan aktivitas dan kinerja media sosial terhadap *Head of Marketing & Partnerships*, yang kemudian beliau akan mengkomunikasikan masalah dan hasil kinerja tim kepada *Chief Executive Officer*.

### **C. *Brand Manager***

Seorang *Brand Manager* memiliki tugas utama untuk membangun *image* dari sebuah perusahaan dan memastikan bahwa perusahaan memiliki citra yang positif dan kuat di mata publik. *Brand Manager* bertugas untuk mengelola identitas *brand* terutama melalui media sosial sehingga *Brand Manager* terdapat pada *Social Media Department*. Mereka bertugas untuk mengelola komunikasi merek, seperti materi-materi iklan, situs web, dan juga memantau konten-konten media sosial. Hal ini dilakukan agar dapat menjaga dan mengembangkan konsistensi dan juga akurasi *message* yang

disampaikan dari perusahaan terhadap audiens. *Brand Manager* juga bertanggung jawab untuk tim kreatif perusahaan, untuk dapat menghasilkan konten visual yang menarik dan juga berkualitas tinggi untuk perusahaan.

#### **D. *Social Media Specialist***

*Social Media Specialist* memiliki *job description* untuk menjalankan dan mengelola media sosial resmi perusahaan. *Social Media Specialist* Kick Avenue bertugas untuk mengelola segala bentuk kegiatan media sosial Instagram. Tugasnya meliputi perencanaan konten dan mengkurasi konten yang menarik dan juga relevan untuk di posting di media sosial resmi perusahaan, meliputi *Instagram Story*, *Feeds* dan *Reels*. Tidak hanya itu, *Social Media Specialist* juga bertugas untuk mengatur jadwal posting setiap harinya dalam seminggu, menentukan waktu terbaik untuk mengepost konten, dan juga bertugas untuk membangun interaksi dan juga hubungan yang baik antara perusahaan dengan audiens di media sosial. Tidak hanya perencanaan dan juga mengurasi konten, namun, *Social Media Specialist* juga bertugas untuk membuat konten dan menghasilkan konten yang saat ini dibantu oleh *Content Creator*. Tidak hanya itu, *Social Media Specialist* juga bertugas untuk menyelaraskan jadwal posting konten dengan *Key Opinion Leader* ataupun *Brand* yang sedang bekerjasama dengan perusahaan. Tugasnya juga untuk membantu *Head of Marketing & Partnerships* untuk mencari KOL yang cocok dengan *image* perusahaan dan berkomunikasi dengan KOL ataupun *Brand*.

#### **E. *Content Creator***

Posisi penulis saat ini sebagai *Content Creator*, yang dimana penulis bertugas untuk membantu *Social Media Specialist* untuk memproduksi konten, baik konten-konten foto ataupun video. Untuk konten foto, biasanya seorang *Content Creator* dapat bekerja sama dengan *Creative Department*, yakni dengan *Graphic Designer*. Tidak hanya itu, *Content*



*Creator* juga bertugas untuk menulis dan melakukan *copywriting* untuk kepentingan *caption* di Instagram, agar dapat menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan terhadap audiens. *Content Creator* juga bertugas untuk mengembangkan ide-ide terbaru untuk kepentingan konten, dan juga dapat memahami tren pasar agar dapat memproduksi konten yang cerdas dan tepat pada media sosial perusahaan. *Content Creator* juga membantu *Social Media Specialist* untuk membuat jadwal publikasi konten, berkomunikasi dengan KOL untuk kebutuhan konten yang diinginkan, dan juga melaporkan serta menunggu *approval* ide konten-konten yang telah dibuat kepada *Head of Marketing & Partnerships* dan *Social Media Specialist*.