

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Sprout Digital Labs

Gambar 2.2 Logo Sprout Digital Labs



Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Sprout Digital Labs telah didirikan oleh Egg Arnold sejak tahun 2018. Sprout Digital Labs merupakan *digital agency* yang berkembang pesat dan berlokasi di The Icon, BSD. Kata “*sprout*” sendiri memiliki filosofi untuk tumbuh semakin besar. Sprout berkomitmen pada inovasi dan kemajuan, Sprout juga telah berevolusi untuk menjadi perusahaan yang dinamis. Komitmen terhadap kemajuan menjadikan Sprout ingin memberikan produk dan layanan yang komprehensif pada zaman sekarang. Sprout juga ingin bahwa produk dan layanan dapat mendorong *client* untuk terus maju terutama pada dunia digital yang terus berkembang pesat.

Tidak hanya komitmen terhadap kemajuan, Sprout juga memiliki inovasi untuk menciptakan solusi teknologi hingga dapat membangun koneksi bisnis, antar individu, dan masyarakat. Sprout ingin memberikan solusi teknologi yang sesuai dengan teknologi saat ini. Sprout memiliki arti khusus:

1. **S (*Sophisticated*)**: melampaui hal-hal mendasar dan terus berupaya untuk mencapai keunggulan.
2. **P (*Passionate*)**: Sprout menaruh hati dalam melakukan pekerjaannya, disertai dengan dedikasi, keinginan tulus, dan semangat untuk memberikan yang terbaik.

3. **R (Reliable)**: berkontribusi pada lingkungan kerja yang efisien.
4. **O (Outstanding)**: Sprout sangat produktif, proaktif, dan memberikan dampak positif bagi tim.
5. **U (Urbane)**: menggabungkan profesionalisme dengan peka terhadap budaya, komunikasi yang efektif, dan kemampuan untuk beradaptasi.
6. **T (Tech-savvy)**: memanfaatkan teknologi untuk bekerja secara efisien dan menghadapi setiap tantangan baru.

Untuk mencerminkan komitmennya, Sprout memiliki proses yang terdiri dari 3 tahap (Perancangan, Realisasi, dan Pengembangan):

1. Perancangan

Dalam menyusun rencana awal, Sprout bermula dari tahap desain/perancangan. Dalam tahap ini, Sprout memainkan imajinasi untuk menciptakan ide-ide hingga sesuai dengan strategi. Dalam tahap perancangan, Sprout melakukan *brainstorming* untuk memberikan gambaran mengenai proyek dan memberikan gagasan mengenai proyek tersebut. Dalam sesi *brainstorming*, Sprout melakukan riset pasar, menganalisis tren yang ada pada zaman sekarang, dan mempelajari kebutuhan konsumen agar produk yang dihasilkan sesuai dengan target pasar.

2. Realisasi

Jika dalam tahap perancangan sudah matang, Sprout berlanjut pada tahap realisasi. Dalam tahap ini, Sprout membuat desain melalui UI/UX dan melakukan pengembangan. Sprout melibatkan *client* pada tahap ini. Sprout melakukan pengelolaan produk berdasarkan *feedback* demi menciptakan solusi terbaik dari segi fungsi dan bentuk bagi *client*.

3. Pengembangan

Dalam tahap ini, fokus Sprout adalah untuk mendorong akuisisi pengguna, retensi, dan kepuasan pengguna melalui penggunaan pemasaran digital, PR, dan kemitraan. Dengan tahap ini, Sprout tidak hanya memastikan

bahwa produk *client* memasuki pasar, akan tetapi juga berkembang dan tumbuh pesat pada pasar.

2.2 Visi dan Misi Sprout Digital Labs

Visi

Menjadi arsitek masa depan digital, bermitra dengan perusahaan untuk membayangkan, merancang, membangun, dan memasarkan solusi digital yang berpotensi berkembang menjadi usaha mandiri.

Misi

Untuk membina hubungan yang bermakna melalui pengalaman digital yang inovatif, merangkai cerita menarik yang menghubungkan bisnis dengan audiensnya, dan bermitra dengan beragam klien di berbagai sektor di Asia Tenggara.

2.3 Struktur Organisasi Sprout Digital Labs

Sprout Digital Labs merupakan *digital agency* yang konsisten dan memiliki perkembangan sejak tahun 2018. Kini Sprout Digital Labs telah berusia lebih dari 5 tahun. Sprout Digital Labs memiliki struktur organisasi sebagai berikut:

Gambar 2.3 Struktur Organisasi Sprout Digital Labs



Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Dibawah naungan CEO (*Chief Executive Officer*)/*Director* Egg Arnold Sebastian yang memimpin Sprout Digital Labs secara keseluruhan, terdapat *Executive Strategic Assistant* yang membantu CEO untuk mengurus perihal

kebutuhan Sprout Digital Labs dan membantu CEO untuk memimpin Sprout Digital Labs secara keseluruhan. Sprout memiliki 8 *department* yang berbeda dan berikut masing-masing *job description* pada 8 *department* tersebut:

1. Product Manager

Departemen pertama yang ada pada Sprout adalah *Product Manager* yang dikepalai oleh M. Syafarfan selaku *Head of Product Manager*. *Team Product Manager* bertugas dalam menentukan visi dan produk yang ingin dibuat. *Product Manager* juga perlu untuk melakukan analisis, mengumpulkan, dan mengelola kebutuhan pasar/pelanggan supaya dapat menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna/pembeli.

2. Tech

Sprout memiliki *team Tech* yang dikepalai oleh Ugan Saripudin selaku *TechLead*. Dalam tim ini, bertugas untuk membangun dan menciptakan infrastruktur dan dapat mengidentifikasi masalah teknis dan mengembangkan perangkat lunak.

3. UI/UX Designer

Tim ini dikepalai oleh Vanessa Gunawan. Pada *team UI/UX Designer* memiliki tanggung jawab untuk memahami *project brief* hingga mengubah *brief* tersebut menjadi menarik dan berguna untuk pengguna. *UI/UX Designer* juga perlu memahami pengguna supaya dapat menciptakan aplikasi dan *website* yang berguna dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

4. Public Relation

Team Public Relation dikepalai oleh Ahmad Ichwan selaku *Public Relation Manager*. Tim PR memiliki tanggung jawab dalam mengembangkan kampanye PR dan memiliki hubungan dengan media. PR juga memiliki tanggung jawab dalam mempublikasikan materi siaran pers dan bertindak sebagai juru bicara Sprout terutama untuk media.

5. Sales

Tim *Sales* dikepalai oleh Victor Herlianto selaku *VP of Sales*. Tim ini memiliki tanggung jawab dalam mengidentifikasi klien yang memiliki potensial dan dapat memperoleh manfaat dari layanan perusahaan dan

mengembangkan/menetapkan strategi penjualan yang efektif untuk mencapai target dan sasaran penjualan.

6. *Operational Manager*

Tim ini memiliki tanggung jawab dalam mengelola operasi agar sejalan dengan proses bisnis untuk dapat mencapai target dan tujuan dari perusahaan dan menerapkan tindakan perbaikan yang diperlukan untuk memenuhi kinerja operasional.

7. *HR Officer*

HR memiliki tanggung jawab dalam rekrutmen untuk mencari kandidat dan melakukan seleksi CV berdasarkan calon karyawan, membuat kebijakan untuk SDM, penggajian, dan memberikan tunjangan.

Sprout sendiri memiliki *team Marketing* yang dikepalai oleh Irfan Badruzaman. Terdapat pula 5 bagian yang berbeda pada departemen *Marketing*:

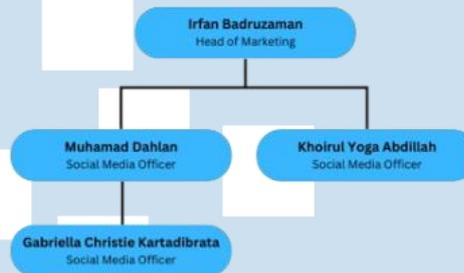
1. Sprout Digital Labs memiliki *Graphic Designer* yang bertugas untuk membuat konten visual sesuai dengan media yang dibutuhkan dan tujuan dari pesan yang ingin disampaikan.
2. *Customer Support* yang bertugas untuk membantu *user* ketika mereka memiliki kesulitan dan menjawab pertanyaan-pertanyaan dari *user*.
3. Selain itu, terdapat *Partnership Manager* yang bertugas dalam kemitraan dengan perusahaan lain.
4. Tim *Marketing* juga terdapat *Social Media Officer* yang bertugas membuat *scheduling* konten berdasarkan tren yang sedang terjadi.
5. *Copy Writer* yang bertugas untuk menulis berbagai kebutuhan konten seperti *caption* maupun *copy* dari suatu iklan.

Fokus dari departemen *marketing* adalah menyusun/merancang strategi pemasaran, bertanggung jawab atas fungsi pemasaran, dan mengembangkan promosi hingga membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Departemen *marketing* pada Sprout Digital Labs bertanggung jawab penuh atas pemasaran yang dilakukan, sehingga pemasaran maksimal dan sesuai dengan *brand*. Departemen *marketing* juga memiliki tanggung jawab untuk

memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sehingga nantinya akan memberikan keuntungan yang lebih banyak.

2.4 Ruang Lingkup Divisi Terkait

Gambar 2.4 Struktur Divisi *Social Media* Sprout Digital Labs



Dalam struktur divisi *Social Media Officer*, Irfan Badruzaman menduduki posisi tertinggi sebagai *Head of Marketing*. Dalam konteks penelitian ini, pemegang menempati posisi *Social Media Officer* dan berkoordinasi dengan Muhamad Dahlan dan Khoirul Yoga Abdillah selaku *Social Media Officer* dalam seluruh kegiatan *social media* untuk mendukung hubungan dengan klien. Berikut masing-masing penjelasan dari divisi *Social Media Officer*:

1. *Head of Marketing*

Bertanggung jawab atas seluruh (perancangan, realisasi, dan pengembangan) strategi *social media*. Tugasnya meliputi pengembangan strategi pemasaran dan mengembangkan rencana pemasaran. *Head of Marketing* juga bertugas untuk mengalokasikan dana untuk kebutuhan pemasaran dan memantau pengeluaran untuk kebutuhan pemasaran. Selain itu, *Head of Marketing* juga memantau pelaksanaan *campaign* baik itu *offline* maupun *online* dan memantau kinerja dari *campaign* tersebut. *Head of Marketing* juga bertanggung jawab dalam mengawasi, memimpin, dan mengarahkan tim *Social Media*.

2. *Social Media Officer*

Bertanggung jawab atas seluruh kegiatan *Social Media* harian seperti melakukan *scheduling* konten, mencari ide konten, memantau kinerja

konten, dan membuat artikel. *Social Media Officer* juga membantu *Head of Marketing* dalam melakukan seluruh strategi *social media*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA