

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

PT. Malline Teknologi Internasional, didirikan oleh Samuel Berrit Olam pada tahun 2019, berlokasi di Jakarta Selatan. Sebagai perusahaan yang terus berkembang, PT. Malline memiliki komitmen yang kuat untuk membawa inovasi dan layanan yang berkualitas tinggi dalam bisnisnya. Dengan fondasi yang kokoh sejak awal pendiriannya, PT. Malline terus berupaya memperluas jangkauan bisnisnya melalui penerapan teknologi modern dan strategi yang berorientasi pada kepuasan pelanggan sejalan dengan visi perusahaan untuk menjadi pemimpin di industri yang di persaingkan.

*Strengt* atau keunikan dan keunggulan yang ada di perusahaan MTI Corp adalah perusahaan multilini yang memiliki kompetensi dalam bidang teknologi dan bisnis. Kami memiliki portofolio yang luas, meliputi Marketplace, Digital Agency, Entertainment, Event Organizer, dan Software House. Kami memiliki visi untuk memimpin perubahan dan memastikan pelanggan kami selalu mendapatkan solusi yang inovatif dan terbaik. Brand-brand yang ada di MTI Corp adalah MALLINE, MALLINE CREATIVE, MALLINE EXPERIENCE, MALLINE LAB, dan MALLINE ENTERTAINMENT. Tim Berpengalaman: Setiap area bisnis dipimpin oleh tim profesional dan berpengalaman yang dapat memberikan solusi terbaik kepada pelanggan kami. Inovasi: perusahaan telah menunjukkan kemampuan inovasi, termasuk pengembangan kecerdasan buatan (AI) yang mencakup berbagai kebutuhan, seperti AI untuk peralatan militer. Jaringan distribusi yang luas : Malline sebagai sebuah divisi yang memiliki jaringan distribusi dan layanan pengiriman domestic dan internasional yang kuat. Sehingga memudahkan pengiriman produknya.

Klien dari MTI Corp adalah BANK INDONESIA, erayaja, MULTIPOLAR, BINTANG TOEDJOE, Indonesia Stock Exchange Birsa Efek Indonesia (IDX), Telkomsel, Sinarmas land, (OJK) OTORITAS JASA KEUANGAN, WIKA, CATHAY PACIFIC, AHM PT. Astra Honda Motor, CITI BANK, Bank Capital, Bank btpn, Bank BRI, BRI syariah, IMIGRASI, SMARTFREN, TELKOM INDONESIA, Garudafood, KEMENTRIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA, YAMAHA, DJP, MAMACO, IM3, CAR Life Insurance, UOB, ASUS, DJI, KAO, MATAHARI, SEKOLAH TERPADU PAHOA, INDOTURBINE, PT.INDOLAKTO, JEBSEN & JESSEN, iBOX member of erajaya group, CTBC BANK, AXIS, JNE, ATEJA INTERIOR FABRIC INTERNATIONAL STANDARD, Bhakti investama, KENARI DJAJA, Singapore School Pantai Indah Kapuk, BTB School.

*Weakness* yang ada di dalam perusahaan MTI Corp adalah Ketergantungan pada Diversifikasi: Diversifikasi memberikan stabilitas, namun perusahaan mungkin mengalami kesulitan untuk mempertahankan fokus dan kualitas layanan di semua lini bisnis, terutama di lini bisnis yang kurang berkembang. Kompleksitas Operasional: Mengelola beberapa unit bisnis dapat meningkatkan kompleksitas administratif dan operasional serta meningkatkan risiko kesalahan dan inefisiensi. Ketergantungan pada Mitra: Beberapa perusahaan MTI Corp, seperti Malline sangat bergantung pada kerja sama dengan pemasok, mitra logistik, dan lembaga keuangan. Kegagalan di satu sisi dapat mempengaruhi kinerja suatu perusahaan.

*Opportunities* atau peluang dari perusahaan MTI Corp Pengembangan Pasar Digital: Kebutuhan akan solusi digital terus berkembang, dan MTI Corp melalui divisi seperti Malline Creative dan Malline Lab mampu memanfaatkan tren ini dan mengembangkan layanan digital dan AI. Ekspansi Internasional: Jaringan penjualan internasional yang ada memberikan peluang untuk memperluas jangkauan pasar global. Event dan Pemasaran Digital: Pandemi telah meningkatkan

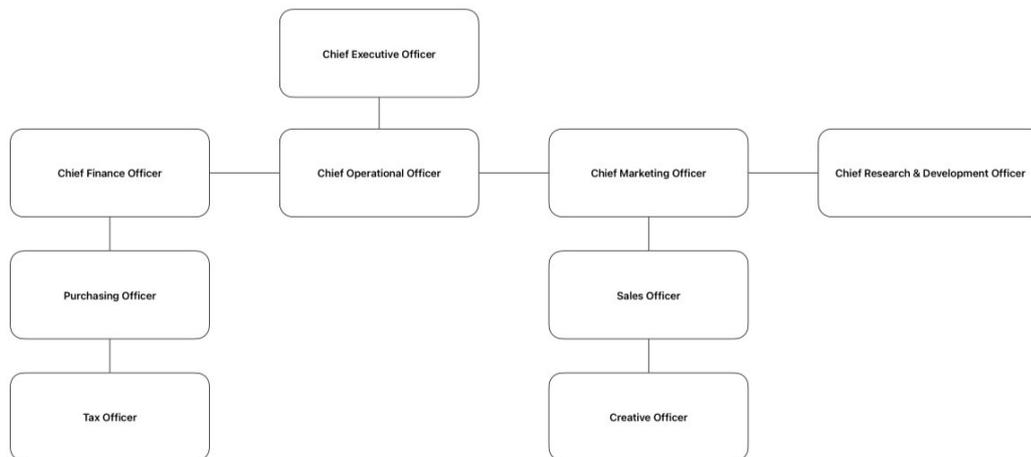
permintaan akan event online seperti webinar dan talk show yang dapat dikembangkan oleh Malline Xperience.

*Threats* atau ancaman yang ada di perusahaan MTI Corp Brand Malline ini adalah beberapa konsumen membanding-bandingkan produk Malline ke kompetitor lainnya, selain itu persaingan di pasaran yang semakin banyak yang juga menawarkan product boba dengan kualitas yang dan design yang menarik juga. Selain itu, harga dari bahan baku dan perubahan tren konsumen juga bisa menjadi ancaman bagi product boba Anelli. Tetapi dengan memiliki strategi yang tepat, dan MTI Corp harus terus berinovasi agar tetap relevan dan bersaing dengan perusahaan lainnya. Perubahan teknologi yang cepat: Perubahan teknologi yang cepat mengharuskan perusahaan untuk terus beradaptasi dan memerlukan investasi yang signifikan dalam penelitian dan pengembangan. Ketidakpastian Perekonomian: Ketidakstabilan perekonomian dalam dan luar negeri dapat mempengaruhi daya beli konsumen dan pelanggan serta mengganggu operasional logistik internasional.

Harapan penulis selama bergabung di tempat magang Bersama PT Malline ini bisa memberikan dampak yang baik dan bisa membantu untuk mengembangkan penjualan produknya. selain itu, penulis juga mendapatkan kesempatan untuk menciptakan konten yang menggambarkan ke kreativitasan dan menarik para konsumen.

## **2.2 Struktur Organisasi Perusahaan**

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 2.1 Contoh bagan alur kerja

## BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kedudukan penulis selama Magang di PT. Malline dan berfokus di brand Anelli yaitu berperan sebagai Content Creator yang mempunyai tugas untuk membuat suatu video yang mempromosikan brand Boba dari Anelli. Biasanya setiap tugas yang berikan langsung dari CEO Malline dan selama proses Magang ini di lakukan sampai saat ini penulis Hanya berinteraksi dengan CEO nya mau dalam hal meeting sampai asistensi tentang project-project video yang akan di buat, selain itu penulis juga diminta untuk live tiktok produk Boba Anelli setiap hari.

SOP dan alur Kerja selama berkontribusi dengan perusahaan PT. Malline yang bekerjasama dengan brand Anelli yang berfokus kepada produk Boba secara internal yaitu pertama berdasarkan SOP yang ada penulis dilarang membuat suatu konten yang terdapat tindakan kekerasan, berkata kasar, berperilaku buruk dan