

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Nagatama Poin Ciptaprima, sebuah perusahaan yang beroperasi di industri *hobby*, telah menandai tahun 2022 sebagai titik awal penting dalam perjalanan bisnisnya. Didirikan di lokasi yang strategis, Ruko Graha Boulevard Gading Serpong, perusahaan ini telah berhasil menjangkau pasar yang luas dan beragam. Lokasi ini memungkinkan PT. Nagatama Poin Ciptaprima untuk menawarkan produk dan layanannya kepada berbagai kalangan masyarakat, memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka yang beragam dalam bidang *hobby*.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan  
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Pada saat peluncurannya, PT. Nagatama Poin Ciptaprima telah menetapkan visi untuk menjadi pemimpin dalam industri *hobby* di Indonesia. Visi ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produknya, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin beragam dan dinamis. Sejak hari pertama operasionalnya, PT. Nagatama Poin Ciptaprima telah berhasil menarik minat dari berbagai kalangan masyarakat, dan menunjukkan bahwa produk dan layanannya telah berhasil memenuhi ekspektasi konsumen. Inovasi dan peningkatan kualitas produk menjadi fokus utama PT. Nagatama Poin Ciptaprima dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan ini terus berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan untuk memastikan bahwa produk yang

ditawarkannya selalu *up-to-date* dan relevan dengan tren pasar terkini. Dengan komitmen ini, PT. Nagatama Poin Ciptaprima berharap dapat mempertahankan posisi sebagai pemimpin dalam industri *hobby* di Indonesia.

Selain itu, PT. Nagatama Poin Ciptaprima juga berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik kepada konsumen. Perusahaan ini percaya bahwa kualitas layanan yang tinggi adalah kunci untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Oleh karena itu, PT. Nagatama Poin Ciptaprima terus berusaha meningkatkan layanan pelanggan dan memastikan bahwa setiap interaksi dengan konsumen memberikan pengalaman yang positif dan memuaskan. Dengan visi untuk terus berkembang dan menjadi pemimpin dalam industri *hobby*, PT. Nagatama Poin Ciptaprima berkomitmen untuk terus memberikan produk-produk terbaik kepada konsumen. Perusahaan ini percaya bahwa dengan berinovasi, meningkatkan kualitas produk, dan memberikan layanan terbaik, PT. Nagatama Poin Ciptaprima dapat mencapai tujuannya untuk menjadi pemimpin dalam industri *hobby* di Indonesia.

### **2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan**

Visi PT. Nagatama Poin Ciptaprima adalah menjadi pemimpin dalam industri hobi di Indonesia, memberikan pengalaman hobi yang tak terlupakan dan memenuhi kebutuhan hobi para konsumen dengan produk-produk terbaik dan layanan yang unggul.

Misi PT. Nagatama Poin Ciptaprima adalah sebagai berikut :

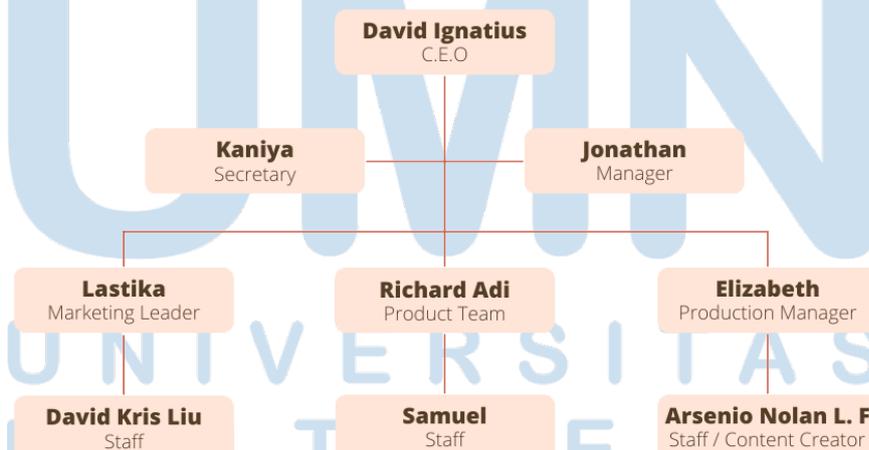
1. Berkomitmen untuk menyediakan produk-produk hobi yang berkualitas tinggi, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. Berusaha untuk menciptakan pengalaman hobi yang menyenangkan dan menghibur, sehingga konsumen dapat

menikmati waktu mereka dengan cara yang paling menyenangkan.

3. Berkomitmen untuk memberikan layanan pelanggan yang terbaik, dengan menjawab pertanyaan, keluhan, dan kebutuhan mereka dengan cepat dan efisien.
4. Berkomitmen untuk terus menginovasi dan meningkatkan kualitas produk kami, serta menyediakan solusi hobi yang sesuai dengan tren dan kebutuhan masa kini.
5. Berkomitmen untuk membangun dan menghimpun komunitas hobi, memberikan platform bagi para hobi-hobi untuk berbagi pengetahuan, ide, dan pengalaman.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Perusahaan ini berasal dari industri *hobby*, tetapi sejak didirikan telah berkembang menjadi perusahaan yang berfokus pada pengembangan solusi teknologi inovatif yang mendukung operasional dan pengembangan bisnis yang efisien dan efektif. Perusahaan ini telah mengalami pertumbuhan signifikan sepanjang tahun-tahunnya, terutama dalam bidang teknologi informasi.



Gambar 2.2 Struktur Perusahaan  
Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Struktur organisasi di PT. Nagatama Poin Ciptaprima dirancang untuk mendukung efisiensi kerja dan koordinasi antar-departemen. David Ignatius menjabat sebagai *Chief Executive Officer (C.E.O)*, yang bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis serta pengawasan seluruh kegiatan operasional perusahaan. Dibantu oleh Kaniya sebagai Sekretaris, yang mendukung tugas-tugas administratif dan menjadi penghubung antara C.E.O dan departemen lain.

Jonathan sebagai Manajer, mengelola tiga divisi utama, yaitu *Marketing, Product Team, dan Production Team*. Divisi *Marketing* dipimpin oleh Lastika sebagai *Marketing Leader*, yang bertanggung jawab atas perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran, dibantu oleh David Kris Liu sebagai staf. Divisi *Product* dikelola oleh Richard Adi sebagai kepala tim, dengan dukungan dari Samuel sebagai staf yang bertugas dalam pengembangan produk. Sementara itu, divisi *Production* dipimpin oleh Elizabeth sebagai *Production Manager*, yang mengawasi seluruh proses produksi untuk memastikan kualitas produk. Elizabeth dibantu oleh Arsenio Nolan L.F, yang berperan sebagai staf sekaligus *Content Creator Intern*, bertanggung jawab untuk menciptakan konten promosi produk. Tujuan penulis magang di perusahaan tersebut untuk mempelajari aspek pekerjaan iklan produk.

Tabel 2.1 Tabel SWOT PT. Nagatama Poin Ciptaprima

<i>Strengths</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produk yang unik untuk di jadikan koleksi.</li> <li>- Distribusi produk yang berkembang hingga seluruh Indonesia.</li> <li>- Mengikuti tren media sosial untuk video promosi produk dalam meningkatkan <i>brand awareness</i>.</li> </ul>
<i>Weaknesses</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produk untuk dibuatkan konten sangat terbatas, sehingga sulit untuk membuat konten baru.</li> <li>- Kurangnya pekerja menjadi kendala untuk membuat banyak konten.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak ada divisi <i>content creator</i> membuat produk yang diproduksi kurang diketahui orang.</li> </ul>
<i>Opportunities</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Platform</i> media sosial untuk promosi produk tersedia.</li> <li>- Komunitas hobi dan kolektor yang berkembang.</li> <li>- Ada potensi dan peluang untuk berkolaborasi dengan konten kreator hobi dan kolektor.</li> </ul>
<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persaingan yang ketat dalam video promosi produk dikarenakan banyak konten kreator lain yang membuat video promosi produk.</li> <li>- Persaingan dalam mendapatkan audiens sangat ketat di media sosial.</li> <li>- Ada risiko audiens tidak puas dengan hasil konten yang sudah dibuat.</li> </ul>

