

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo Fantech
Sumber : Fantech Indonesia, 2009

Fantech merupakan perusahaan yang berfokus pada pengembangan dan produksi peralatan *gaming* dengan pasar nasional dan internasional. Didirikan pada tahun 2009 oleh tiga bersaudara yakni Fandy Pinarydy, Ferdy Pinarydy, dan Firsandy Pinarydy. Kantor Fantech berlokasi di Sedayu Square, Cengkareng Barat, Jakarta Barat. Sampai saat ini, Fantech memiliki lebih dari 20 kantor cabang dan melakukan distribusi ke lebih 80 negara yang tersebar di berbagai negara. Fantech telah berkembang menjadi salah satu merek yang cukup terkenal dalam bidang industri penyedia peralatan *gaming* ini. Perusahaan ini berkomitmen untuk menyediakan produk-produk inovatif yang memenuhi kebutuhan para *gamers*, baik pemula maupun tingkat profesional.

Visi utama Fantech adalah menjadi *top of mind* brand yang mendukung semua pengguna teknologi *lifestyle* dan hobi secara nasional maupun internasional. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan terus berupaya menghadirkan produk-produk

berkualitas tinggi dengan memberikan harga-harga yang terjangkau. Hal ini dikarenakan Fantech menerapkan standar *quality control* yang baik dalam setiap tahap awal produksi hingga pada proses pengiriman produk. Produk Fantech mencakup berbagai perangkat gaming, termasuk mouse, keyboard, headset, mousepad, dan aksesoris gaming lainnya. Produk-produk Fantech selalu mengikuti perkembangan tren pasar dan selalu mendengarkan masukan dan permintaan para penggemarnya.

Fantech memiliki beberapa anakan brand dibawahnya yakni *Fantech Smart Life* dan Trendi. Fantech sebagai brand yang berjalan di dua sektor pasar yakni nasional dan internasional, memiliki dua nama yang berbeda untuk setiap pasar yang ditargetkan yaitu Fantech.id dan Fantech World. Fantech World memiliki dua kantor pusat yang berlokasi di Sedayu Square, Cengkareng Barat, Jakarta Barat dan juga di GuangZhou, China Target pasar dari Fantech World tersebar mulai dari Asia, Amerika, hingga Eropa. Produk-produk yang dijual di Fantech World tidak jauh berbeda dengan pasar Indonesia, hanya saja yang membedakan adalah kegiatan pemasaran dengan penetrasi berbeda baik dari segi *website* maupun media sosial.

Tabel 2. 1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

Tanggal Mulai Pelaksanaan Magang	24 April 2024
Tanggal Selesai Pelaksanaan Magang	27 September 2024

(Sumber olahan penulis, 2024)

2.1.1 Value Perusahaan

Fantech memiliki beberapa nilai-nilai perusahaan yang berfungsi sebagai motto perusahaan untuk mendorong para pekerja di perusahaan memiliki

sebuah tujuan dan semangat dalam bekerja. Nilai-nilai tersebut antara lain adalah sebagai berikut.

1. Perbaikan Berkelanjutan

Dalam nilai ini, diharapkan para karyawan dan staff dalam perusahaan dapat selalu melihat peluang perbaikan dalam produktivitas sebagai sebuah proses yang bertahap dan menggunakan metode tertentu. Setiap pekerjaan yang dilaksanakan akan terus di *improve* dengan cara-cara yang efektif agar dapat selalu terhindar dari adanya kesalahan melalui jalan yang solutif.

2. Pola Pikir Bertumbuh

Dalam pengimplementasian nilai ini, para pekerja di perusahaan harus bisa terus berkembang dalam hal pola pikir dengan melihat sebuah hambatan sebagai kesempatan untuk meningkatkan kompetensi.

3. Keterandalan

Nilai ini disebut juga sebagai *Reliable* atau dimana konsistensi dalam kualitas bekerja dibutuhkan agar dapat dipercaya sebagai bagian dari tim. Dalam mengejar sifat ini, diperlukan adanya pemastian proses, SOP yang berjalan sesuai standard dan konsistensi dalam bekerja agar dapat selalu menjadi pribadi yang dapat diandalkan. Perlu juga diperhatikan bahwa kepuasan pelanggan menjadi salah satu tolak ukur kesuksesan sebuah tim dalam pelaksanaan kerja. Dan untuk lebih mendapatkan hasil yang lebih terarah, manajemen waktu juga perlu diperhatikan karena efisiensi waktu membuat kinerja akan lebih akurat dan tidak akan ada pembuangan waktu yang sia sia.

4. Tanggung Jawab

Nilai yang terakhir yakni tanggung jawab sebagaimana mestinya seorang pekerja harus memiliki rasa tanggung jawab dalam tugas dan wewenang mereka sehingga benar-benar merasa berbagian dalam setiap tindakan yang diambil. Tanggung jawab ini dapat berupa keaktifan individu

dalam peranannya di pekerjaan sesuai dengan peran yang dimiliki untuk dapat menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya.

2.1.2 Visi Misi

Sebagai perusahaan yang terus berkembang dan inovatif dalam proses perjalanannya untuk bisa terus bertahan dan *sustain*, sebuah perusahaan tentunya memiliki visi dan misi sebagai pedoman dalam menjalankan bisnis mereka. Visi dan Misi Fantech antara lain adalah sebagai berikut.

1. Visi

Visi Fantech adalah menjadi *top of mind* brand yang mendukung produktivitas semua pengguna *lifestyle* dan hobi baik secara nasional dan internasional.

Dalam usahanya untuk terus berjalan dengan misi yang ada, terdapat beberapa penjabaran mengenai visi Fantech yang ingin menjadi *top of mind brand* yakni Fantech selalu mengupayakan segala hal dengan mencapai *brand awareness*, *brand exposure*, *brand identity*, *Customer's journey* yang jelas, *product development* yang baik, *product variety*, dan *segmented market share*.

2. Misi

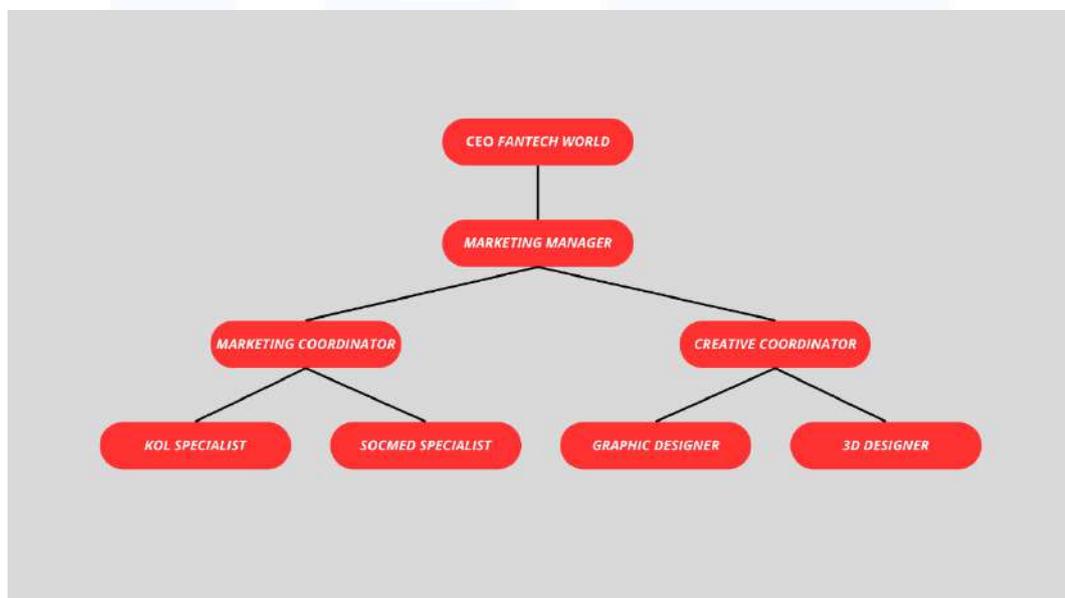
Fantech memiliki beberapa misi yang menjadi objektif mereka selama keberlangsungan bisnis mereka yaitu sebagai berikut:

- Menyediakan produk yang inovatif dan berkualitas dengan harga yang bersaing.
- Membangun pengalaman memuaskan dengan layanan yang akomodatif bagi konsumen.
- Memperluas jaringan distribusi untuk mempermudah perolehan teknologi terkini oleh semua kalangan.
- Terus beradaptasi dengan gesit untuk memenuhi tren kebutuhan pengguna yang terus berkembang.

Visi yang dimiliki oleh Fantech dapat diwujudkan dengan memperhatikan misi yang mereka telah miliki dalam mengembangkan layanan mereka dan sebagai salah satu dorongan untuk dapat mencapai visi yang telah ditetapkan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Untuk memperjelas struktur organisasi di perusahaan *Fantech World* secara transparan dan jelas, penulis mencantumkan struktur organisasi *Fantech World* khususnya divisi *marketing and creative* melalui gambar dibawah ini.



Gambar 2. 2 Struktur Perusahaan
Sumber: (Data Olahan Laporan Magang, 2024)

Pada divisi *marketing and creative*, terdapat 7 posisi yang menduduki divisi tersebut yang dipimpin oleh CEO yakni *Marketing Manager*, *Marketing Coordinator*, *Creative Coordinator*, *KOL Specialist*, *Social Media Specialist*, *Graphic Designer*, dan *3D Designer*. Penulis melaksanakan magang dibawah pengawasan *Marketing Coordinator* selaku *supervisor* penulis selama pelaksanaan praktik kerja magang.

Pada kedudukan tertinggi yakni CEO, memiliki tugas sebagai pemimpin dalam pengembangan strategi jangka pendek maupun jangka panjang bagi

perusahaan. Selain itu, pada divisi *marketing and creative*, CEO berperan untuk mengawasi keseluruhan proses kerja dari divisi tersebut.

Marketing Manager bertugas untuk menjadi pihak yang berkomunikasi dengan para distributor dan sebagai penghubung antara divisi *marketing and creative* dengan CEO dalam hal pelaporan proses dan hasil kerja, penyampaian strategi pemasaran, dan hal lainnya terkait aktivitas tim pemasaran dan kreatif.

Marketing Coordinator bertugas untuk mengkoordinasi proses kerja dari *KOL Specialist* dan *Social Media Specialist*. *Marketing Coordinator* juga bertugas menjalankan kampanye pemasaran secara teknis dan berperan sebagai perwakilan tim marketing yang secara langsung berkomunikasi dengan tim pemasaran dan tim produk di China.

Creative Coordinator bertugas untuk memantau proses kerja di dalam tim kreatif termasuk pada secara langsung berkomunikasi dengan tim produk dan tim pemasaran di China untuk memenuhi kebutuhan aktivitas pemasaran dan produk seperti *packaging*, katalog, konten, dan lain-lain.

KOL Specialist bertugas untuk mencari dan berkomunikasi dengan para KOL seperti *approaching* dan *meeting* yang nantinya akan bekerja sama dengan *Fantech World* untuk pembuatan konten dalam mencapai tujuan pemasaran.

Social Media Specialist bertanggung jawab untuk mengelola media sosial *Fantech World* secara keseluruhan seperti memantau aktivitas media sosial, pembuatan konten, dan menentukan strategi pengembangan akun media sosial.

Graphic Designer bertanggung jawab atas tugas-tugas yang berkaitan dengan elemen grafis dan merealisasikan *brief* dari tim pemasaran.

3D Designer bertugas untuk membuat konten-konten dan elemen 3D yang dibutuhkan seperti video produk, elemen grafis, dan visualisasi lainnya.