

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. DigiKidz didirikan pada tahun 2001 sebagai salah satu pusat pembelajaran kreatif bagi anak-anak. Perusahaan ini menawarkan berbagai macam kelas seperti animasi, *coding*, desain web, pengembangan permainan, robotik, dan kewirausahaan. Logo perusahaan dapat dilihat pada Fig. 2.1. Sasaran utama DigiKidz adalah anak-anak usia 5 hingga 18 tahun. Dengan mengintegrasikan teknologi dan kreativitas, DigiKidz menciptakan pembelajaran yang menyenangkan (*fun learning*) bagi siswa.



Gambar 2.1. Logo perusahaan PT DigiKidz Indonesia
Sumber: Dokumen internal PT DigiKidz Indonesia, 2024.

Dalam perjalanannya selama 23 tahun, DigiKidz telah berhasil menjalin kemitraan dengan berbagai sekolah nasional dan internasional untuk mendukung program ekstrakurikuler. Hingga saat ini, perusahaan telah memiliki 13 cabang yang tersebar di kota-kota besar seperti Jakarta, Tangerang, Bogor, Bandung, Solo, dan Bali. Pada tahun 2007, DigiKidz mulai mengembangkan model bisnis waralaba untuk memperluas jangkauan layanan pendidikan teknologi ke berbagai wilayah.

DigiKidz percaya bahwa setiap anak memiliki potensi untuk menjadi inovator sejak dini. Oleh karena itu, fokus perusahaan adalah membimbing siswa menjadi *makers* atau pembuat aktif, bukan sekadar pengguna teknologi. Misi perusahaan adalah menyediakan pusat pembelajaran kreatif yang mendekatkan anak-anak pada teknologi tanpa kehilangan aspek kesenangan dalam belajar. Media yang digunakan meliputi komputer, robot NXT, iPad, dan alat elektronik lainnya.

Sebagai bagian dari budaya perusahaan, DigiKidz menanamkan nilai-

nilai penting yang menjadi fondasi aktivitas operasionalnya. Nilai-nilai tersebut mencakup kepercayaan dan rasa hormat (*trust & respect*), yang diwujudkan melalui dorongan terhadap kejujuran dan integritas untuk menciptakan lingkungan yang saling menghormati dan mempercayai. Selain itu, kerja sama tim (*good teamwork*) menjadi elemen penting, di mana setiap anggota, baik pelatih (*coach*) maupun staf kantor, saling mendukung demi tercapainya tujuan bersama.

DigiKidz juga mendorong setiap individu untuk selalu memberikan yang terbaik (*do the best*). Hal ini bukan hanya tentang mencapai tujuan "baik," tetapi juga mengupayakan hasil yang optimal untuk menjadikan DigiKidz sebagai pilihan utama di bidang pendidikan teknologi. Terakhir, perusahaan menekankan pentingnya berorientasi pada tujuan (*goal-oriented*) dengan menetapkan target yang jelas setiap tahun sebagai panduan dalam mencapai kesuksesan dan kemajuan operasional.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi DigiKidz adalah menggerakkan anak-anak Indonesia menjadi *makers* dalam bidang teknologi. Perusahaan bertujuan mengubah anak-anak dari sekadar konsumen teknologi menjadi kreator yang percaya diri dan berjiwa pemimpin.

Misi DigiKidz mencakup:

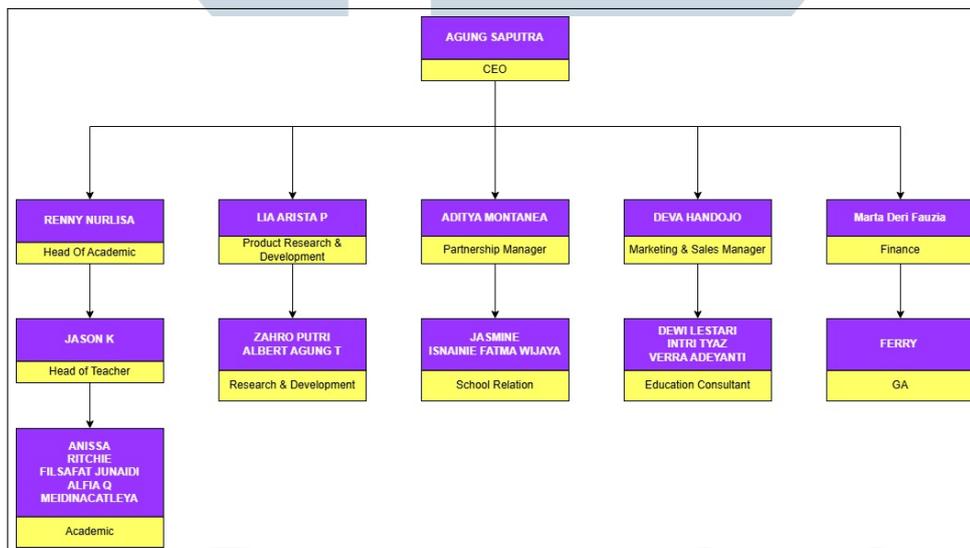
- Menjadikan siswa pionir dalam pendidikan teknologi.
- Menggunakan media kreatif untuk mendukung pembelajaran, seperti komputer, robotik, dan aplikasi berbasis teknologi lainnya.
- Membangun generasi muda yang mampu berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan teknologi global.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT. DigiKidz Indonesia yang dapat dilihat pada Gambar 2.2 mencakup beberapa divisi utama yang mendukung kelangsungan operasional perusahaan. Divisi-divisi tersebut meliputi:

- **Executive Division:** Meliputi posisi Chief Executive Officer (CEO) yang bertanggung jawab atas visi, arah strategis, dan pengambilan keputusan tingkat tinggi.

- **Academic Division:** Mengawasi kurikulum akademik dan kualitas pendidikan.
- **Research & Development Division:** Mengembangkan produk pendidikan dan metode pengajaran baru.
- **Partnership Division:** Menjalin hubungan strategis dengan mitra dan sekolah.
- **Marketing & Sales Division:** Merancang strategi pemasaran dan meningkatkan brand awareness.
- **Finance Division:** Mengelola laporan keuangan dan transparansi finansial.
- **General Affairs Division:** Mendukung kebutuhan administrasi dan operasional.



Gambar 2.2. Struktur organisasi perusahaan PT DigiKidz Indonesia

Sumber: Dokumen internal PT DigiKidz Indonesia, 2024.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA