

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT SPECTRUM UniTec merupakan perusahaan manufaktur yang didirikan pada tahun 2000 oleh Henry Wibisono, bermula dari sebuah ruko kecil yang terletak di kawasan Sunrise Garden, Jakarta Barat. Dengan modal yang terbatas dan tim kecil yang terdiri dari sekitar 20 orang, perusahaan ini memulai langkahnya sebagai produsen rak supermarket. Seiring waktu, PT SPECTRUM UniTec berhasil menarik perhatian pasar dengan produk-produk berkualitas tinggi. Pada tahun 2001, perusahaan menyewa gudang seluas 3.500 m² di Tangerang sebagai fasilitas produksi, yang kemudian diresmikan pada tanggal 27 Agustus 2001 oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia kala itu, Rini M.S. Soewandi. Peningkatan kapasitas produksi serta kepercayaan pelanggan mendorong perusahaan untuk pindah ke pabrik yang lebih besar pada tahun 2008, yang kini menjadi lokasi utama di Jl. Telesonik No.7, RT.001/RW.004, Pasir Jaya, Kec. Jatiuwung, Kota Tangerang, Banten. Perusahaan ini telah membangun reputasi sebagai penyedia produk berkualitas tinggi di berbagai sektor, termasuk komersial, industri, dan ritel. Dengan komitmen terhadap kualitas dan inovasi, PT SPECTRUM UniTec menjadi mitra terpercaya bagi banyak perusahaan lokal maupun internasional. Sejak awal berdirinya, perusahaan ini berfokus pada penyediaan solusi yang memenuhi kebutuhan pelanggan secara spesifik melalui proyek-proyek dan layanan yang disesuaikan.

PT SPECTRUM UniTec memproduksi berbagai jenis kategori produk, seperti *shop-fitting systems & equipment*, *retail concepts*, *storage systems*, *door systems & hardware*, *office systems*, dan *filling systems*. Dalam proses produksinya, perusahaan ini telah menggunakan mesin peralatan berteknologi canggih untuk memastikan setiap produk dibuat dengan presisi dan kualitas terbaik. Dengan fasilitas produksi yang modern dan didukung oleh tenaga kerja profesional, PT

SPECTRUM UniTec selalu memastikan dan menjaga standar tinggi dalam setiap hasil produksinya dan mampu memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.



Gambar 2.1 Logo PT SPECTRUM UniTec

Sumber: PT SPECTRUM UniTec, 2025

Pada gambar yang tertera di atas merupakan logo PT SPECTRUM UniTec, perusahaan di mana tempat penulis melakukan kegiatan praktik kerja magang. Selama menjalani praktik kerja magang di PT SPECTRUM UniTec, penulis ditempatkan di divisi *marketing* yang berperan penting dalam memperkenalkan dan membangun citra perusahaan melalui media digital. Divisi ini bertanggung jawab dalam pembuatan konten kreatif, seperti konten tentang karyawan (*employee branding*), pengenalan perusahaan (*company branding*), dokumentasi proyek-proyek yang telah dikerjakan, serta pembuatan materi promosi seperti katalog, kartu nama, kalender perusahaan, dan konten visual lainnya. Sebagai *marketing intern*, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan ide dan desain konten untuk media sosial, mendokumentasikan produk untuk keperluan portofolio perusahaan, serta membantu distribusi *sales tools* seperti katalog dan materi presentasi kepada tim sales. Selain itu, penulis juga turut mendukung pelaksanaan proyek yang sedang berlangsung di tim *marketing* serta membantu dalam penyelenggaraan berbagai *event* perusahaan.

Dalam menjalankan kegiatan pemasarannya, PT SPECTRUM UniTec selalu mengutamakan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dengan menghadirkan produk dan layanan yang berkualitas. Dengan pendekatan pemasaran yang terarah, perusahaan tidak hanya memperluas jangkauan pasar tetapi juga membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan mitra bisnis. Dengan visi menjadi

pemimpin pasar di Asia Tenggara, PT SPECTRUM UniTec terus berupaya memberikan solusi terbaik di bidang komersial dan industri.

2.1.1 Visi Misi

2.1.1.1 Visi

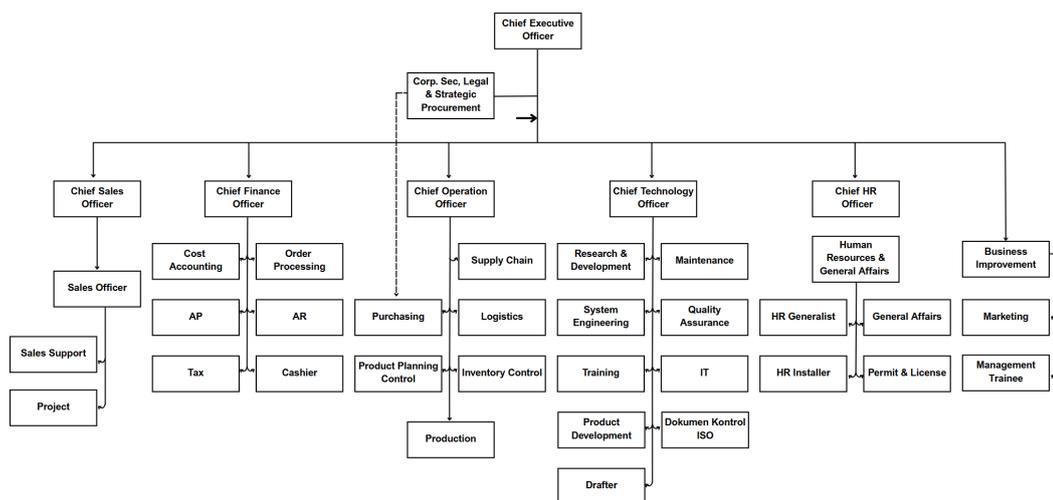
"To be a market leader and respectable company in South East Asia specializing in commercial and industrial solutions through innovation, exceptional services and bringing values to stakeholders."

(Menjadi pemimpin pasar dan perusahaan terhormat di Asia Tenggara yang mengkhususkan diri dalam solusi komersial dan industri melalui inovasi, layanan luar biasa, dan memberikan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan).

2.1.1.2 Misi

1. *Be the first choice of customers*
2. *Make no mistakes*
3. *Balance competitiveness and stakeholder satisfaction*
4. *Continuously improve our human resources competencies and well being*

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT SPECTRUM UniTec

Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025

Pada gambar 2.2 merupakan struktur organisasi PT SPECTRUM UniTec yang menggambarkan kedudukan dari setiap departemen dalam perusahaan. Struktur ini dibuat bertujuan untuk menciptakan efisiensi dalam operasional perusahaan serta menunjukkan bagaimana peran dan tanggung jawab di dalam suatu perusahaan dibagi secara jelas. Pimpinan tertinggi dalam struktur ini adalah *Chief Executive Officer* (CEO) yang memiliki tanggung jawab dalam menentukan arah kebijakan strategi perusahaan. Di bawah CEO terdapat *Corporate Secretary, Legal & Strategic Procurement* yang berfungsi menangani aspek hukum perusahaan, dokumen legal, serta pengadaan strategis yang berkaitan langsung dengan kepentingan jangka panjang perusahaan. Kemudian ada beberapa bagian yang tercantum dalam struktur organisasi tersebut, yaitu:

1. *Sales*

Sales di PT SPECTRUM UniTec berada di bawah tanggung jawab *Chief Sales Officer*. Departemen ini memiliki peran penting dalam mendatangkan pendapatan perusahaan, karena tugas utamanya adalah menjual produk kepada *customer*. Di dalam departemen ini terdapat tiga bagian, yaitu *Sales Officer*, *Sales Support*, dan *Project*. *Sales Officer* bertugas langsung untuk melakukan penawaran dan negosiasi dengan *customer* serta menjaga hubungan baik dengan *customer* agar tetap loyal. *Sales Support* mendukung tim *sales* dengan menyiapkan dokumen, data penjualan atau administrasi yang dibutuhkan agar proses penjualan berjalan dengan lancar. Sementara itu, *Project* biasanya menangani proses pembuatan gambar produk/*layout* yang di *custom* oleh *customer*.

2. *Finance*

Finance dipimpin oleh seorang *Chief Finance Officer* yang bertugas untuk mengatur seluruh proses keuangan perusahaan agar tetap sehat dan transparan. Di bawahnya terdapat beberapa bagian seperti *Cost Accounting*, yang bertugas untuk menghitung biaya produksi dan memastikan efisiensi biaya, *Order Processing*, yang mengatur proses pesanan masuk agar sesuai jadwal, serta

bagian *AP* dan *AR* yang mengurus pembayaran dan penagihan. Selain itu, ada juga bagian *Tax* yang memastikan bahwa perusahaan mematuhi regulasi perpajakan, dan bagian *Cashier* yang mengelola kas. Bagian ini sangat penting karena menjadi dasar pengambilan keputusan berdasarkan kondisi finansial yang terjadi.

3. Operation

Dipimpin oleh seorang *Chief Operation Officer*, bagian ini berfungsi mengatur segala proses operasional dari awal sampai akhir. Di dalamnya terdapat beberapa bagian, seperti *Supply Chain* yang mengelola alur bahan baku, *Logistics* yang berfungsi mengatur pengiriman dan distribusi, *Product Planning Control* yang bertugas merencanakan produksi berdasarkan permintaan, *Inventory Control* untuk memastikan bahwa stok tetap aman dan tercukupi, *Production* yang bertanggung jawab penuh seluruh proses produksi produk tersebut, serta *Purchasing* yang diawasi juga oleh *Corporate Secretary, Legal & Strategic Procurement*.

4. Technology

Di bagian *Technology*, *Chief Technology Officer* yang memimpin berbagai tim seperti *Research and Development* yang berfokus pada inovasi produk baru, *System Engineering* yang bertugas untuk pengembangan sistem internal, *Training* yang berfokus untuk meningkatkan kompetensi teknis karyawan, serta *Product Development* yang mengembangkan desain produk sesuai kebutuhan pasar. Selain itu, ada juga bagian *Drafter* yang membuat desain teknis, *Maintenance* yang bertugas untuk merawat mesin dan peralatan, *Quality Assurance* yang memastikan semua produk memenuhi standar, kemudian bagian IT yang bertugas untuk menjaga sistem teknologi, dan yang terakhir bagian Dokumen Kontrol ISO yang bertugas menjaga kesesuaian standar mutu perusahaan. Bagian ini juga penting dalam menjaga kualitas sekaligus

mendorong perusahaan menciptakan standar produk agar tetap konsisten dan sesuai dengan regulasi.

5. *Human Resource*

Dibawah kepemimpinan *Chief HR Officer*, bagian *human resources* bertanggung jawab dalam mengelola sumber daya manusia di perusahaan. Di dalamnya terdapat beberapa tim, seperti *HR Generalist* yang mengurus rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan karyawan; *HR Installer* yang lebih teknis dalam mendukung proses kerja lapangan; *General Affairs* yang mengelola fasilitas dan kebutuhan operasional kantor; serta bagian *Permit & License* yang bertugas mengurus izin kerja dan legalitas terkait tenaga kerja maupun operasional perusahaan. HR adalah jantung perusahaan karena bagian ini bertanggung jawab dalam memastikan semua karyawan dapat bekerja dengan baik dan sesuai dengan peraturan dan kebijakan perusahaan yang berlaku.

6. *Business Improvement*

Bagian ini membantu berfokus pada pengembangan dan proses bisnis perusahaan agar tetap efisien dan relevan dengan perkembangan pasar. Di dalamnya terdapat dua tim, yaitu *Marketing* dan *Management Trainee*. *Marketing* bertugas untuk meningkatkan *brand awareness* dan menarik perhatian pasar melalui berbagai strategi promosi. Sementara itu, *Management Trainee* menjadi tempat pelatihan untuk calon-calon pemimpin perusahaan di masa depan, di mana mereka memang dipersiapkan untuk menjadi seorang pemimpin yang memahami berbagai proses bisnis dan operasional dari bawah.

Penulis ditempatkan di divisi *Marketing* yang berada di bawah naungan *Business Improvement*. Pengalaman magang ini membuat saya mendapatkan wawasan tentang bagaimana perusahaan menjalani strategi pemasaran yang efektif. Penulis diberikan kepercayaan untuk terlibat langsung dalam pembuatan konten untuk media sosial, sebagai salah satu strategi pemasaran

yang dilakukan oleh perusahaan. Bagian ini sangat dinamis dan menuntut kreativitas, ketelitian, serta kemampuan komunikasi yang baik, karena setiap konten yang *diupload* akan mempengaruhi citra perusahaan di mata publik.

