

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Kalman *Marketing Agency* adalah agensi pemasaran merek yang berlokasi di Bali dan telah berdiri sejak 2007. Kantornya terletak di Jl. Raya Padang Luwih Masuk No. 8, Kerobokan Kaja, Kecamatan Kuta Utara, Bali. PT Kalman Group Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang menawarkan berbagai pelayanan terbaik bagi klien (Kalman, 2023).

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Kalman Group Indonesia merupakan perusahaan yang menyediakan berbagai layanan pemasaran, baik secara daring maupun luring, untuk mendukung kebutuhan klien dalam membangun dan mengembangkan merek mereka. Salah satu layanan unggulan yang ditawarkan adalah *Strategic Corporate Identity*, yaitu proses pembuatan identitas merek yang bertujuan membentuk citra merek yang kuat dan positif di mata konsumen. Selain itu, Kalman juga menyediakan layanan *Strategic Online & Offline Marketing*, yaitu penyusunan strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau pasar secara luas melalui media digital maupun konvensional.

Di sektor kuliner, Kalman menawarkan layanan *Food Photography Specialist* yang berfokus pada pengambilan foto produk makanan secara profesional guna mendukung daya tarik visual klien di media sosial dan kanal promosi lainnya. Sebagai upaya untuk meningkatkan visibilitas digital, Kalman menyediakan layanan *search engine optimization* (SEO), yaitu teknik pengoptimalan laman situs agar mudah ditemukan oleh pengguna internet melalui mesin pencarian sehingga trafik *website* dapat meningkat secara organik.

Dalam aspek digital lainnya, Kalman juga menangani *Website Design & Development*, yang mencakup perancangan situs web dengan tampilan menarik dan fitur yang mudah digunakan oleh pengunjung. Selain itu, terdapat layanan *Email Marketing* yang digunakan sebagai strategi promosi langsung melalui pengiriman email kepada konsumen untuk memperkenalkan produk atau layanan yang ditawarkan. Dalam mendukung aktivitas penjualan secara digital, Kalman juga menyediakan layanan *E-Commerce & Online App Ordering Management* untuk *platforms*, seperti Tokopedia, Shopee, GrabFood, dan GoFood, yang mencakup pengelolaan akun dan pembuatan visual promosi serta pengaturan sistem pemesanan secara daring.

Melalui berbagai layanan tersebut, Kalman *Marketing Agency* berperan sebagai mitra strategis yang tidak hanya menyediakan solusi kreatif, tetapi juga mengedepankan pendekatan berbasis strategi dan nilai bisnis yang kuat. Perusahaan ini memiliki visi untuk membangun nilai dan kehadiran merek yang kuat sehingga mampu membantu perusahaan mengomunikasikan pesan secara akurat dan tepat sasaran kepada audiens melalui desain, strategi, dan pendekatan pemasaran yang efektif.

Misi Kalman *Marketing Agency* adalah menjadi mitra kunci bagi perusahaan dalam proses membangun ulang bisnis mereka, memberikan umpan balik terhadap strategi digital yang telah dijalankan, serta menghadirkan hasil yang dapat dipercaya dan diharapkan oleh klien. Kalman berfokus pada pengembangan strategi yang tepat guna memaksimalkan efektivitas kegiatan pemasaran bagi berbagai jenis perusahaan.

Konsistensi Kalman dalam menjalankan visi dan misinya menjadi fondasi yang membuat perusahaan ini terus bertahan dan berkembang seiring perubahan zaman. Komitmen tersebut juga yang menjadikan Kalman mampu membangun kepercayaan dari klien-klien baru serta terus memberikan pelayanan terbaik. Identitas visual Kalman tercermin melalui logonya yang terdiri atas tiga elemen utama, yaitu *pictorialmark* berupa kubus,

letterformmark berupa huruf "K" berwarna kuning, dan *wordmark* berupa nama "Kalman Marketing Agency". Warna yang digunakan dalam logo Kalman adalah kuning dengan kode HEX F9C329 yang berpadu dengan warna gelap HEX 221E1F. Identitas visual ini mencerminkan semangat kreatif sekaligus profesionalitas yang diusung oleh Kalman dalam setiap layanannya.



Gambar 2.1 Logo Kalman Marketing Agency
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

2.1.2 Sejarah Perusahaan

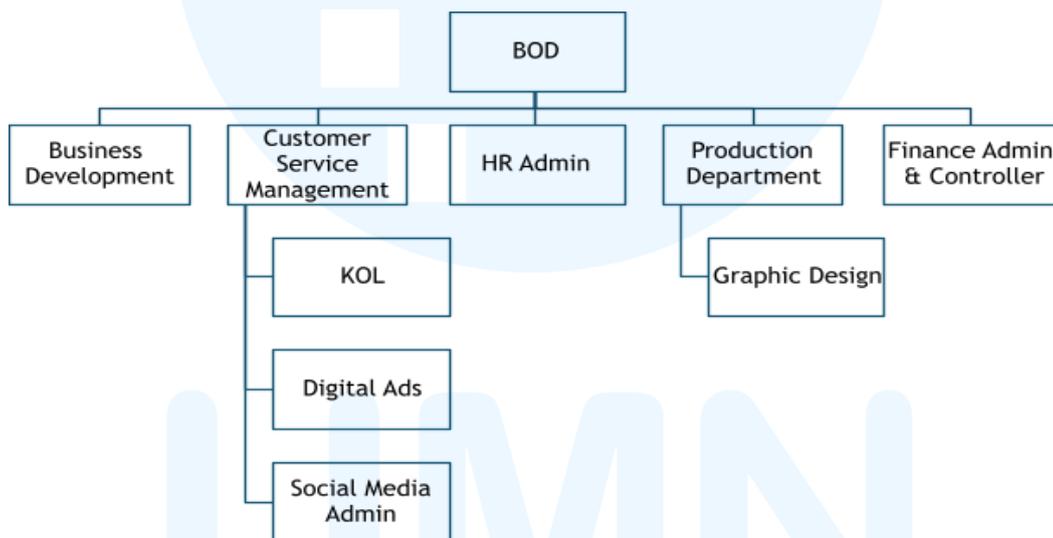
Kalman Marketing Agency berdiri sejak 2007. Awalnya, PT Kalman Group Indonesia (Kalman) berkantor di Jakarta dan Surabaya, kemudian pindah ke Bali setelah pemilik mengidentifikasi peluang bisnis di sana. Nama “Kalman” berasal dari bahasa Hungaria yang berarti “kuat”. Kantor pusat beralamat di Jl. Raya Padang Luwih Masuk No. 8, Kerobokan Kaja, Kecamatan Kuta Utara, Bali 80361. PT Kalman Group Indonesia menyediakan jasa pemasaran berupa perancangan strategi, desain, dan eksekusi kampanye. Perusahaan memandang klien sebagai mitra kerja—andil langsung bersama klien dalam menyusun kampanye untuk meningkatkan *brand awareness* dan profitabilitas.

Kalman Marketing Agency terus berkembang pesat, terutama dilihat dari jumlah mitranya. Pada tahun 2024, Kalman telah bermitra dengan lebih dari 60 merek, baik di Bali, luar Bali, maupun luar negeri. Klien yang ditangani mencakup berbagai sektor, seperti kecantikan, *food & beverage* (F&B), *villa*, olahraga, dan lain-lain. Setiap tahun, Kalman aktif mencari klien baru untuk bekerja sama agar merek-merek tersebut dapat

memaksimalkan visibilitas di media sosial, meningkatkan penjualan, dan memperluas pangsa pasar.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Perusahaan Kalman *Marketing Agency* memiliki lima departemen yang dirancang untuk mendukung pertumbuhan perusahaan. Melalui program magang pula, pelajar dan mahasiswa mendapat pengalaman kerja—kesempatan inilah yang mendorong penulis melamar sebagai *graphic designer intern* di *production department*. Penulis bekerja secara *work from office* (WFO) membuat konten visual untuk media sosial seluruh klien. Selanjutnya, struktur organisasi perusahaan dapat dijelaskan, sebagaimana bagan berikut ini.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Kalman Marketing Agency
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Departemen *Business Development* Kalman *Marketing Agency* bertugas merancang, mengawasi, dan menjamin kelancaran proyek perusahaan. Departemen ini juga mencari dan membina hubungan dengan calon klien sesuai standar Kalman. Perannya meliputi pengembangan target pasar, perumusan strategi jangka panjang, identifikasi peluang dan risiko, serta penyusunan rencana aksi untuk mencapai target pertumbuhan dan profitabilitas. Dengan demikian, *business development* menciptakan nilai tambah dan memastikan kelangsungan kerja sama strategis.

Divisi *Human Resources Administration* (HR Admin) Kalman Marketing Agency memegang kendali atas manajemen sumber daya manusia. Tugas pokoknya mencakup pendataan personel, pengelolaan data karyawan, penyusunan kebijakan internal, dan dukungan proses rekrutmen. Di Kalman terdapat dua HR Admin, yaitu HR Admin 1 mengelola data peserta program magang—mulai dari pendaftaran hingga pemantauan aktivitas—sedangkan HR Admin 2 memelihara data karyawan penuh waktu, termasuk informasi pribadi, riwayat pekerjaan, dan pembaruan prosedur kerja. Divisi ini juga menanggung publikasi daring lowongan, penyaringan pelamar, dan penjadwalan wawancara guna menjamin efisiensi operasional SDM.

Divisi *Customer Service Management* (CSM) Kalman Marketing Agency menjadi penghubung utama antara perusahaan dan klien, sekaligus koordinator lintas tim internal. Struktur CSM terbagi dalam tim *key opinion leader* (KOL), *digital advertising* (Digital Ads), dan *social media administration* (Social Media Admin). Seluruh permintaan klien diteruskan oleh tim CSM ke unit terkait, dipantau melalui *platform* manajemen proyek *Project Management System* dan dieksekusi secara terintegrasi untuk menjaga transparansi serta kesesuaian hasil dengan ekspektasi klien.

Divisi *Production* Kalman Marketing Agency berisi dua peran utama: *copywriter* dan *graphic designer*. *Copywriter* menyusun teks kreatif untuk web, media cetak, dan sosial media—dengan memahami karakter audiensi dan identitas merek. *Graphic designer* menciptakan elemen visual, seperti logo, poster, dan infografis, dengan fokus menyampaikan pesan merek secara efektif. Kedua peran ini berkolaborasi erat untuk menghasilkan konten yang sesuai target desain.

Divisi *Finance Administration & Controller* Kalman Marketing Agency bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan jangka pendek dan panjang. *Finance administration* menangani transaksi harian—pembayaran faktur, gaji karyawan, dan pelaporan pajak—serta memastikan akurasi dan ketersediaan data keuangan. *Controller* menyusun laporan keuangan, menganalisis data sebagai dasar keputusan manajemen serta merancang strategi keuangan yang mendukung pertumbuhan

bisnis dan keberlanjutan finansial. Kolaborasi keduanya menciptakan sistem keuangan yang transparan, efisien, dan selaras dengan tujuan jangka panjang perusahaan.

2.3 Portofolio Perusahaan

Kalman *Marketing Agency* telah menjalin kemitraan dengan lebih dari 60 merek di berbagai sektor industri, seperti *retail, hospitality, food & beverage (F&B)*, dan kesehatan. Klien-klien tersebut tersebar di wilayah strategis—Bali, Medan, Semarang—serta mancanegara, misalnya Hong Kong, Australia, dan Dubai. Berkat kerja sama yang kokoh dan konsisten selama 17 tahun, Kalman *Marketing Agency* telah menghasilkan beragam produk kreatif dan kampanye pemasaran yang mendukung pertumbuhan merek-merek mitranya.

1. *Frame* Infopekerja

Pada aplikasi dan media sosial Infopekerja, fokus tidak hanya pada penyediaan informasi lowongan pekerjaan. Desainnya sederhana dengan palet warna kuning dan biru, menampilkan tautan unduhan di Google Play Store dan *call-to-action* (CTA) untuk mengikuti akun Instagram (IG) setempat. Setiap *frame* dirancang dengan rasio 1:1 agar sesuai untuk Instagram (IG) dan Facebook (FB) sehingga ketika diunggah dalam jumlah banyak, poster tetap utuh dan rapi walau masing-masing memiliki variasi desain. Penggunaan *frame* ini membuat tampilan akun Infopekerja lebih menarik dan profesional di mata para pencari kerja (*jobseeker*), sekaligus meningkatkan kredibilitas lowongan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.3 *Frame* Infopekerja
Sumber: Data Perusahaan (2024)

2. Konten Desain Kreatif

Akun media sosial Infopekerja juga menayangkan konten kreatif setiap minggu. Konten tersebut dikembangkan oleh *graphic designer intern* yang khusus menangani desain Infopekerja. Contohnya, seri “Tipe-Tipe Pekerja Saat Gajian” yang disesuaikan dengan *design guide* Infopekerja. Selain menghibur, konten ini menyertakan tips karier untuk *jobseeker*, membedakan Infopekerja dari *platform* lowongan lain. Dengan ragam konten kreatif, audiens terdorong mengikuti dan memanfaatkan aplikasi Infopekerja dalam mencari pekerjaan.



Gambar 2.4 Konten Desain Kreatif
Sumber: Data Perusahaan (2024)

3. Konten *Reels* Kreatif

Infopekerja memproduksi konten video berupa *Instagram Reels* (*IG Reels*) untuk mengikuti tren terkini. *Reels* terbukti meningkatkan jangkauan (*reach*) akun Instagram (IG). Video-video ini membahas isu ketenagakerjaan sekaligus menyosialisasikan manfaat aplikasi Infopekerja. Gambar 2.5 menampilkan contoh *Reels* kreatif yang mempromosikan akun Infopekerja di berbagai kota besar Indonesia.



Gambar 2.5 Konten *Reels* Kreatif
Sumber: Data Perusahaan (2024)

4. Konten *Food Paradise*

Sebagai pengembangan lini bisnis setelah Infopekerja, Kalman Marketing Agency menghadirkan *Food Paradise*, platform rekomendasi kuliner lokal dan Asia. *Food Paradise* mengelola akun Instagram (IG) @foodparadisetwork dan @foodparadisebali, yang rutin memproduksi konten berkualitas tinggi dengan estetika profesional. Konten meliputi ulasan restoran, fasilitas pendukung, dan foto makanan menarik—dari Indonesia hingga Thailand, Singapura, dan Vietnam. Setiap unggahan konsisten menampilkan elemen desain, seperti logo, nama merek, dan tautan situs web, demi memperkuat identitas visual dan kredibilitas platform.



Gambar 2.6 Akun *Food Paradise*

Sumber: <https://www.instagram.com/foodparadisetwork/>

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

5. Konten Kalman *Marketing Agency*

Kalman *Marketing Agency* memanfaatkan akun media sosial resminya sebagai saluran komunikasi dan edukasi. Melalui akun ini, perusahaan membagikan konten informatif seputar *marketing*—mulai tips fotografi produk, strategi peningkatan kinerja bisnis daring, hingga materi dasar dan lanjutan di berbagai aspek pemasaran. Selain konten edukatif, akun tersebut juga mempublikasikan informasi program perusahaan, termasuk lowongan pekerjaan. Dengan penyajian yang konsisten dan relevan, akun ini berfungsi bukan sekadar etalase saja, melainkan ruang bagi pelaku bisnis dan pencari kerja untuk terus belajar serta berjejaring di dunia pemasaran.



Gambar 2.7 Konten Kalman *Marketing Agency*

Sumber: <https://www.instagram.com/kalmanmarketingagency/>

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA