

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Perusahaan

Polytron merupakan perusahaan elektronik asal Indonesia yang telah mengalami perjalanan bisnis panjang sejak pertama kali didirikan. Perusahaan ini pertama kali berdiri pada pertengahan September 1975 di Kota Kudus, Jawa Tengah dengan nama awal PT Indonesian Electronic & Engineering. Dalam kurun waktu satu tahun, tepatnya pada September 1976, nama perusahaan tersebut mengalami perubahan menjadi PT Hartono Istana Electronic seiring dengan restrukturisasi organisasi yang dilakukan saat itu. Setelah proses penggabungan beberapa unit bisnis, pada tahun 2000 perusahaan mengadopsi nama baru, yakni PT Hartono Istana Teknologi. Polytron sendiri berada di bawah naungan Grup Djarum, dan menjadi salah satu bentuk diversifikasi bisnis keluarga Hartono di luar industri tembakau.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan Polytron

Sumber: Data Perusahaan (2025)

Perusahaan ini menjadi lini bisnis non-rokok pertama yang dimiliki oleh keluarga Hartono. Saat didirikan, Polytron memiliki modal awal sebesar Rp50 miliar. Nama “Polytron” merupakan hasil penggabungan dari kata “*poly*”, yang berarti banyak, dan “*tronik*”, yang merujuk pada bidang elektronik. Sejak awal kehadirannya di industri, Polytron telah menunjukkan ambisi besar dengan menjalin kerja sama teknologi dengan perusahaan internasional seperti Philips dan Salora, melalui program alih teknologi.

Produk pertama yang dihasilkan Polytron yakni televisi hitam putih, yang mulai diproduksi pada 1979. Produk ini langsung menjadi salah satu lini unggulan

perusahaan dan tetap menjadi bagian penting dari bisnisnya hingga saat ini. Tidak berhenti di situ, pada 1984, Polytron meluncurkan produk audio pertamanya yang diberi nama Grand Compo (Bono, 2025). Produk ini semakin memperkuat posisi Polytron sebagai produsen elektronik lokal yang mampu bersaing dengan *brand* internasional.

Untuk memperluas jangkauan pasar, Polytron kemudian meluncurkan dua *brand* tambahan pada 1988, yaitu Digitec dan Oke. Digitec diposisikan menjadi *brand* elektronik digital premium dengan konsep Jepang, sedangkan Oke menawarkan produk dengan konsep Amerika Serikat. Namun, memasuki era 2000-an, Polytron memutuskan untuk hanya menggunakan satu nama *brand*, yaitu Polytron, dan mulai memperluas cakupannya. Jika sebelumnya perusahaan hanya berfokus pada produksi televisi dan perangkat audio, maka sejak awal 2000-an Polytron mulai merambah ke berbagai produk elektronik rumah tangga berupa AC, lemari es serta mesin cuci. Pada tahun 2011, Polytron juga mulai memasuki industri ponsel pintar dengan menghadirkan berbagai model smartphone berbasis Android.

Untuk mendukung ekspansi lini produk dan memperkuat posisinya di pasar elektronik, Polytron juga membangun komunikasi yang aktif dengan konsumennya melalui berbagai platform digital. Perusahaan memiliki situs web resmi (www.polytron.co.id) yang berfungsi sebagai pusat informasi terkait produk dan layanan. Selain itu, Polytron juga memanfaatkan media sosial seperti Instagram (@polytronindo), Facebook, YouTube, dan TikTok sebagai sarana interaksi dan promosi yang lebih dekat dengan pelanggan. Guna mempermudah akses pembelian, perusahaan mengoperasikan toko daring resmi di www.polytronstore.com. Di sisi layanan pelanggan, Polytron menyediakan berbagai kanal komunikasi, seperti WhatsApp (0853 2100 5100), email (cs@polytron.co.id), dan telepon bebas pulsa (0 800 1 100999), untuk memberikan respon cepat dan solusi terhadap berbagai kebutuhan konsumen.



Gambar 2.2 Tampilan Laman Web Resmi Brand Polytron

Sumber: Laman Web Polytron.co.id (2025)

Dalam mendukung proses produksinya, Polytron memiliki tiga fasilitas manufaktur utama dengan total luas mencapai 899.000 meter persegi. Fasilitas pertama berlokasi di Sayung, Jawa Tengah, dengan luas 440.000 meter persegi, yang difokuskan untuk produksi peralatan rumah tangga dan kendaraan listrik. Fasilitas kedua terletak di Sidorekso, dengan luas 350.000 meter persegi dan difokuskan pada produksi perangkat audio serta baterai. Sementara itu, fasilitas ketiga berada di Krpyak dengan luas 109.000 meter persegi, yang secara khusus digunakan untuk produksi televisi dan perangkat video. Ketiga fasilitas ini mencerminkan penerapan standar manufaktur tingkat tinggi yang dijalankan oleh Polytron dalam memenuhi kebutuhan industri teknologi dan elektornik di tingkat nasional.



Gambar 2.3 Foto Kondisi Pabrik Polytron di Kudus

Sumber: Laman Web Polytron.co.id (2025)

Sebagai perusahaan yang menjunjung tinggi inovasi, Polytron memiliki divisi Riset dan Pengembangan (R&D) yang diperkuat oleh sekitar 500 tenaga ahli dari berbagai disiplin teknologi. Divisi ini berperan penting dalam pengembangan produk-produk baru yang selaras dengan tren pasar dan kemajuan teknologi. Inovasi yang berkelanjutan menjadi landasan strategi perusahaan untuk tetap kompetitif dalam industri elektronik yang sangat dinamis.

Dalam upaya memperluas cakupan bisnisnya di bidang teknologi berkelanjutan, Polytron mulai merambah sektor kendaraan listrik. Penulis mencatat bahwa pada ajang Indonesia International Motor Show (IIMS) 2022, perusahaan pertama kali memperkenalkan dua unit motor listrik, yakni EV Fox dan EV T-Rex (Abdurachman, 2022). Menjelang akhir tahun 2024, nama T-Rex kemudian diubah menjadi Fox 500, yang merupakan bagian dari strategi reposisi merek (Radityasani & Kurniawan, 2024). Langkah tersebut mencerminkan keseriusan Polytron dalam mendukung transisi menuju energi yang lebih bersih dan efisien.



Gambar 2.4 Motor Listrik Polytron Fox-R dan Motor Listrik Polytron Fox 500

Sumber: Laman Tulalit.com (2025)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.5 Peluncuran Mobil Listrik Polytron G3 dan G+ 19

Sumber: Website Resmi Polytron (2025)

Sebagai lanjutan dari inovasi di bidang kendaraan listrik, Polytron resmi meluncurkan mobil listrik pertamanya, Polytron G3 dan G3+, pada 6 Mei 2025 sebagai bentuk komitmen terhadap teknologi yang ramah lingkungan. Peluncuran ini juga memperkenalkan skema *Battery-as-a-Service* (BaaS) yang memudahkan konsumen dalam memiliki kendaraan tanpa harus membeli baterai secara langsung. Kendaraan kompak ini dibekali dengan fitur modern seperti sistem bantuan pengemudi (ADAS) dan konektivitas melalui aplikasi Polytron EV, serta didukung dengan garansi kendaraan selama lima tahun dan garansi baterai hingga delapan tahun. Inisiatif ini menegaskan posisi Polytron sebagai pionir inovasi dalam ekosistem kendaraan listrik di Indonesia.



Gambar 2.6 Nilai Inti Perusahaan Polytron

Sumber: Website Resmi Polytron (2025)

Selain fokus pada industri elektronik, Polytron juga mempunyai beberapa anak perusahaan yang bergerak di berbagai sektor, termasuk media, hiburan, dan olahraga. Beberapa anak perusahaannya antara lain: PT Fira Makmur Sejahtera (Fira), PT Global Media Visual (Mola), PT Cahaya Televisi Indonesia (MOS Network/CTV), Mola Records, SENT Entertainment Ltd, Como 1907 (klub sepak bola Italia), dan PT Perada Swara Production.

Di samping itu, berdasarkan penelusuran penulis, Polytron juga pernah memiliki anak perusahaan di bidang perfilman, yaitu PT Limelight Pictures Indonesia (Limelight Pictures). Namun, pada perkembangan selanjutnya, perusahaan ini telah diakuisisi oleh Tata Cipta Adiwirawan. Perjalanan bisnis yang dinamis ini turut dibarengi dengan pembaruan identitas merek (*brand*) Polytron melalui sejumlah slogan yang digunakan pada periode tertentu. Slogan-slogan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai identitas komunikasi, tetapi juga merefleksikan inovasi dan perubahan arah strategi perusahaan dari waktu ke waktu. Di masa awal berdirinya, perusahaan menggunakan slogan "*Pertama dan Satu-satunya*" yang berlaku dari tahun 1975 hingga 1984, dan kembali digunakan pada periode 2016 hingga 2021. Pada era pertumbuhan berikutnya, slogan "*The Winning Theme*" menjadi pilihan dari 1984 hingga 1995, kemudian dilanjutkan dengan "*It's A Kind Of Magic*" untuk periode singkat 1996-1997. Memasuki awal 2000-an, slogan "*Brings Magic Things To Life*" digunakan dari tahun 1997 sampai 2002, lalu digantikan oleh "*The Sign of Quality*" pada tahun 2002 hingga 2007. Setelah itu, Polytron memperkenalkan slogan "*Memang Canggih*" pada 2011 sampai 2016, dan sejak 2021 hingga sekarang, perusahaan memakai slogan "*Kini Hadir Untuk Semua*" sebagai cerminan pendekatan yang lebih inklusif dan adaptif terhadap kebutuhan pasar.

Dengan lebih dari empat dekade pengalaman di industri elektronik, Polytron terus berkomitmen untuk menghadirkan teknologi berkualitas yang mampu bersaing tak hanya di pasar nasional, namun di tingkat global. Dengan visi untuk menciptakan solusi teknologi yang modern, efisien, dan inovatif, Polytron terus berkembang sebagai pemimpin di industri elektronik Indonesia serta siap

menghadapi tantangan di masa depan.

2.1.1 Visi Misi

PT Hartono Istana Teknologi (Polytron) adalah sebuah perusahaan elektronik yang berkomitmen untuk mengedepankan inovasi serta kemajuan teknologi, maka dari itu adapun visi serta misi yang dipunyai oleh PT Hartono Istana Teknologi (Polytron) adalah sebagai berikut:

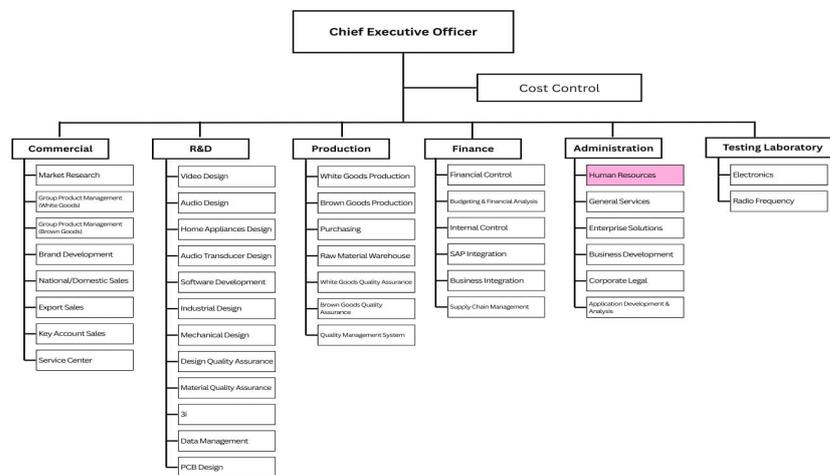
1) Visi

Menjadi pelopor inovasi teknologi dan hiburan dalam keluarga.

2) Misi

Meningkatkan pengalaman konsumen melalui teknologi, servis, dan produk.

2.1.2 Nilai Inti Perusahaan



Gambar 2.7 Struktur Organisasi PT Hartono Istana Teknologi (Polytron)

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Sesuai Gambar 2.7, Polytron mengedepankan lima nilai inti yang menjadi dasar dalam setiap aspek operasional perusahaan, antara lain:

1) Fokus pada pelanggan

Nilai ini menjadi prioritas utama, di mana setiap inovasi dan layanan

dirancang untuk memenuhi kebutuhan serta menghasilkan pengalaman terbaik bagi konsumen. Tak hanya bagi konsumen, namun antar karyawan yang saling berkontribusi demi kelancaran dan efektivitas kerja.

2) Profesionalisme

Nilai ini juga menjadi landasan dalam bekerja, memastikan setiap karyawan memiliki etos kerja yang tinggi, disiplin, serta bertanggung jawab dalam menjalankan tugasnya.

3) Organisasi yang terus belajar

Nilai ini mendorong setiap individu untuk berkembang, beradaptasi dengan industri, dan meningkatkan keterampilan demi kualitas produk serta layanan yang lebih baik. Sebagai organisasi pembelajar, perusahaan terus menyerap wawasan dari karyawan, pelanggan, dan lingkungan guna mendorong inovasi dan pertumbuhan berkelanjutan.

4) Satu keluarga

Nilai ini menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, di mana kolaborasi dan saling mendukung menjadi bagian dari budaya perusahaan.

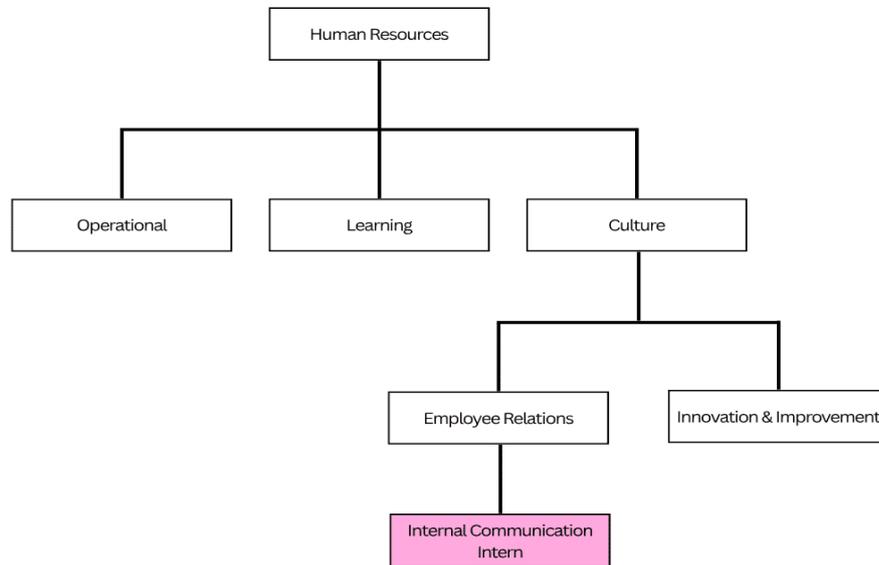
5) Tanggung jawab sosial

Nilai ini juga menjadi komitmen utama, dengan berbagai inisiatif yang berkontribusi pada masyarakat serta lingkungan.

Melalui penerapan nilai-nilai inti ini, Polytron tidak hanya membangun perusahaan yang kuat dan kompetitif, tetapi juga menciptakan dampak positif yang lebih luas bagi karyawan, pelanggan, dan komunitas.

U M W N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.8 Struktur Perusahaan Human Resources (Polytron)

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Dalam gambar 2.8 menunjukkan struktur organisasi PT Hartono Istana Teknologi. Berikut ini adalah penjelasan mengenai peran masing-masing departemen dan divisi di dalamnya:

1. *Chieve Excecutive Officer* (CEO)

Sebagai pemimpin tertinggi dalam perusahaan, CEO bertanggung jawab atas keseluruhan strategi bisnis, pengambilan keputusan utama, dan pengawasan terhadap semua aspek operasional. CEO memastikan bahwa visi dan misi perusahaan diwujudkan ke dalam kebijakan dan strategi yang konkret untuk mencapai tujuan perusahaan. CEO juga berperan dalam membangun hubungan dengan *stakeholder* utama, termasuk investor, mitra bisnis, dan pelanggan. Dengan mengawasi berbagai departemen serta divisi, CEO bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua tim bekerja secara sinergis ketika mencapai target bisnis yang sudah ditentukan.

2. *Cost Control* (CC)

Fungsi *Cost Control* berada langsung di bawah CEO dan memainkan peran penting dalam memastikan efisiensi keuangan perusahaan. Bagian ini

termasuk untuk:

- a. Mengontrol dan mengawasi pengeluaran di seluruh departemen.
- b. Menyusun kebijakan penghematan biaya tanpa mengorbankan kualitas produk atau layanan.
- c. Menganalisis laporan keuangan guna mengidentifikasi area yang dapat dioptimalkan dalam hal biaya dan efisiensi.
- d. Berkoordinasi dengan departemen keuangan dan produksi untuk memastikan penggunaan sumber daya yang optimal.

3. *Commercial*

Departemen *Commercial* berfokus pada pemasaran, manajemen produk, dan penjualan. Tanggung jawab utama divisi ini meliputi:

- a. *Market Research*: Melakukan riset pasar guna memahami kebutuhan pelanggan, tren industri, serta strategi kompetitor.
- b. *Group Product Management (White & Brown Goods)*: Mengelola pengembangan dan strategi pemasaran untuk produk kategori *White Goods* (peralatan rumah tangga besar) dan *Brown Goods* (elektronik hiburan seperti TV dan audio).
- c. *Brand Development*: Membangun dan memperkuat merek perusahaan agar memiliki daya saing yang tinggi di pasar.
- d. *National/Domestic Sales & Export Sales*: Menangani penjualan produk di dalam negeri maupun untuk pasar ekspor.
- e. *Key Account Sales*: Berfokus pada segmentasi pasar utama atau mitra bisnis strategis guna memastikan hubungan bisnis yang berkelanjutan.
- f. *Service Center*: Menangani layanan setelah pelanggan membeli produk dan menyediakan perbaikan agar pelanggan tetap puas.

4. *Research & Development (RnD)*

Divisi R&D bertanggung jawab atas inovasi dan pengembangan produk baru. Dengan tim yang terdiri dari berbagai spesialis, mereka memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar teknologi terbaru dan kebutuhan pasar. R&D mencakup beberapa bidang utama, seperti:

- a. *Video & Audio Design*: Mengembangkan teknologi tampilan dan suara

untuk produk elektronik perusahaan.

- b. *Home Appliances Design*: Mendesain produk peralatan rumah tangga dengan fokus pada fungsionalitas dan efisiensi energi.
- c. *Audio Transducer Design*: Mengembangkan komponen audio untuk meningkatkan kualitas suara pada perangkat elektronik.
- d. *Software Development*: Membuat dan meningkatkan perangkat lunak yang terintegrasi dengan produk.
- e. *Industrial & Mechanical Design*: Mengembangkan desain produk dari sisi teknis dan estetika.
- f. *Design & Material Quality Assurance*: Menjamin kualitas desain dan material yang digunakan agar produk tahan lama serta memenuhi SOP.
- g. *Data Management & PCB Design*: Mengelola data teknis serta desain sirkuit elektronik untuk memastikan efisiensi dan keandalan produk.

5. *Production*

Divisi *Production* bertugas untuk memastikan proses produksi berjalan lancar serta menghasilkan produk berkualitas tinggi. Tanggung jawabnya mencakup:

- a. *White Goods & Brown Goods Production*: Mengawasi produksi peralatan rumah tangga dan produk elektronik hiburan.
- b. *Purchasing & Raw Material Warehouse*: Mengelola pengadaan bahan baku dan penyimpanan di gudang untuk menjaga kelancaran rantai pasokan.
- c. *Quality Assurance & Quality Management System*: Menjamin kualitas produk melalui berbagai tahap pengujian serta penerapan sistem manajemen mutu yang ketat.

6. *Finance*

Departemen *Finance* berperan dalam mengelola aspek keuangan perusahaan, termasuk:

- a. *Financial Control*: Mengawasi arus kas, pengeluaran, dan kepatuhan terhadap kebijakan keuangan.
- b. *Budgeting & Financial Analysis*: Merencanakan anggaran serta

menganalisis kondisi keuangan untuk mendukung pengambilan keputusan strategis.

- c. *Internal Control*: Mengelola risiko keuangan dan mencegah adanya penyalahgunaan dana.
- d. *SAP Integration & Business Integration*: Mengimplementasikan sistem *Enterprise Resource Planning* (ERP) guna meningkatkan efisiensi operasional dan pengambilan keputusan berbasis data dalam perusahaan.
- e. *Supply Chain Management*: Mengoptimalkan rantai pasok untuk memastikan kelancaran distribusi produk.

7. *Administration*

Divisi *Administration* mengelola berbagai aspek administratif yang mendukung operasional perusahaan, meliputi:

- a. *Human Resources (HR)*: Mengelola rekrutmen, pelatihan, dan kesejahteraan bagi karyawan.
- b. *General Services*: Menyediakan layanan pendukung bagi operasional perusahaan, seperti pengelolaan fasilitas dan logistik internal.
- c. *Enterprise Solutions*: Mengembangkan solusi berbasis teknologi untuk meningkatkan efisiensi kerja.
- d. *Business Development*: Menganalisis peluang bisnis dan strategi ekspansi perusahaan.
- e. *Corporate Legal*: Menangani aspek hukum perusahaan, termasuk kepatuhan terhadap regulasi, pengelolaan kontrak bisnis, dll.
- f. *Application Development & Analysis*: Mengembangkan aplikasi internal guna mendukung efisiensi operasional perusahaan.

8. *Testing Laboratory*

Departemen *Testing Laboratory* bertanggung jawab atas pengujian dan validasi produk sebelum dipasarkan. Fokus utamanya adalah:

- a. *Electronics Testing*: Menguji komponen elektronik agar sesuai dengan standar industri dan regulasi keselamatan.
- b. *Radio Frequency Testing*: Melakukan pengujian terkait sinyal dan komunikasi nirkabel untuk memastikan performa optimal dari produk

yang menggunakan teknologi frekuensi radio.

Pada gambar 2.8, menunjukkan struktur perusahaan dari Divisi *Human Resources*. Masing-masing divisi di dalamnya memiliki peran dan tanggung jawab tertentu dalam mendukung pengelolaan sumber daya manusia di perusahaan. Berikut ini adalah penjelasan mengenai peran masing-masing divisi:

1. *Operational*

Divisi ini bertanggung jawab dalam mengelola proses rekrutmen karyawan baru, mulai dari perencanaan kebutuhan tenaga kerja, seleksi kandidat, wawancara, hingga proses administrasi *onboarding* karyawan yang diterima.

2. *Learning*

Divisi ini berperan dalam merancang, mengelola, dan mengimplementasikan program pelatihan bagi karyawan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kompetensi, keterampilan, serta pengembangan profesional guna menunjang produktivitas dan kinerja karyawan di perusahaan.

3. *Culture*

Divisi *Culture* berfokus pada pembentukan serta pengelolaan budaya kerja di perusahaan agar tetap kondusif dan sesuai dengan nilai-nilai organisasi.

Divisi ini terdiri dari dua sub-divisi utama, yaitu:

- a. *Employee Relations*

Bertugas dalam mengelola hubungan antar karyawan, termasuk menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, menangani keluhan atau permasalahan karyawan, serta memastikan adanya komunikasi yang efektif antara manajemen dan karyawan baik secara langsung maupun melalui media sosial.

- b. *Innovation & Improvement*

Bertanggung jawab dalam mengembangkan program inovasi perusahaan yang bertujuan untuk mendorong karyawan menghasilkan ide-ide kreatif. Program ini dapat berkaitan dengan pengembangan produk, peningkatan efisiensi kerja, atau strategi inovatif lainnya yang berdampak pada

pertumbuhan perusahaan.

2.3 Ruang Lingkup Divisi Terkait

Selama menjalani program magang di PT Hartono Istana Teknologi (Polytron), penulis ditempatkan pada divisi *Human Resources*, khususnya pada sub-divisi *Culture Development* sebagai *Internal Communication Internship*. Adapun *jobdesc* utama yang dilakukan oleh *Internal Communication Internship*, yaitu:

1. Merancang konsep dan ide konten untuk media social perusahaan (Instagram)
2. Membuat jadwal unggahan (*posting schedule*) konten media sosial
3. Mendokumentasikan kegiatan *onboarding* dan *offboarding* karyawan, serta kunjungan tamu sebagai bahan untuk pembuatan konten internal
4. Produksi buletin internal perusahaan

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA