

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang PT Mataer Digital Nusantara



Gambar 2.1 Logo PT. Mataer Digital Nusantara

Sumber : Company Profile PT. Mataer Digital Nusantara (2022)

PT. Mataer Digital Nusantara berdiri sejak tahun 2010, yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Teknologi Informasi (TI), khususnya pengembangan perangkat lunak dan konsultasi IT. Mataer Digital merupakan mitra ideal bagi perguruan tinggi yang tengah melakukan transformasi digital di era industri 4.0 untuk menerapkan pengelolaan manajemen kampus berbasis teknologi informasi guna menerapkan tata kelola perguruan tinggi yang baik, meningkatkan kinerja pegawai secara personal maupun kolektif sebagai tim, meningkatkan kualitas layanan, serta optimasi biaya operasional kampus (Company Profile PT Mataer Digital Nusantara).



Gambar 2.2 Mataer Group

Sumber : Company Profile PT Mataer Digital Nusantara (2022)

PT Mataer Digital Nusantara kini telah berkembang menjadi sebuah grup perusahaan yang dikenal dengan nama Mataer Group, yang mencakup berbagai lini bisnis untuk menjawab kebutuhan masyarakat secara menyeluruh. Mataer Group terdiri dari **Mataer Digital** yang berfokus pada sistem informasi akademik, **Mataer Event** sebagai penyedia layanan *event* profesional, **Mataer Printing** untuk menjadi jasa cetak yang berkualitas, **Mataer Parking** yang menghadirkan solusi sistem parkir modern, **Restoran Apung & Tangsel Night Market BSD** yang merambah ke sektor kuliner, dan **Starfit Gym** yang menyediakan peralatan fitness lengkap untuk pusat kebugaran dan pendukung gaya hidup sehat.

Salah satu unit bisnis PT Mataer Digital Nusantara adalah Mataer *Event*, yang membawahi *The Local Label* yang sudah berdiri sejak tahun 2019, *The Local Label* merupakan sebuah *event bazaar* yang berfokus pada pemberdayaan dan pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. *The Local Label* berkomitmen mendukung pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dengan memperkuat ekosistem *brand* lokal agar semakin dikenal. *The Local Label* hadir sebagai wadah bagi pelaku usaha lokal dari berbagai sektor, seperti *fashion, skincare, parfume*, sepatu, hingga aksesoris untuk mempromosikan produknya secara langsung kepada masyarakat luas. Melalui penyelenggaraan *event bazaar* yang kreatif dan strategis.



Gambar 2.3 Logo *The Local Label*

Sumber : *The Local Label* (2019)

PT Mataer Digital Nusantara merupakan perusahaan yang berfokus pada pengembangan industri kreatif dan pemberdayaan pelaku usaha lokal di Indonesia. Dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif, PT Mataer Digital Nusantara membangun sebuah *event* bernama *The Local Label Market*, yang dirancang sebagai wadah untuk mengangkat potensi UMKM lokal dan *brand* lokal. *Event* ini

hadir dalam bentuk *bazaar* untuk menciptakan pengalaman interaktif antara pelaku usaha dan konsumen. *The Local Label Market* menjadi ruang yang tidak hanya mendorong transaksi penjualan, tetapi juga memperkuat *branding* dan eksposur para pelaku UMKM di mata publik, dengan menghadirkan beragam produk kreatif lokal seperti *fashion*, kuliner, kerajinan tangan, dan produk *lifestyle*.

Event The Local Label diselenggarakan secara rutin setiap dua bulan sekali, dan setiap edisi dari *event* ini mengusung tema yang berbeda-beda. Pada 9 – 10 November 2024 di M Bloc Space, Jakarta Selatan. *The Local Label Market* berhasil dan sukses menghadirkan sebanyak 65 *tenant* lokal dari berbagai bidang industri kreatif yang berpartisipasi. Acara tersebut mendapat respons yang sangat positif dari masyarakat, terbukti dengan total 4.977 pengunjung yang hadir selama dua hari penyelenggaraan. Antusiasme yang tinggi menjadi bukti nyata bahwa minat masyarakat terhadap produk lokal terus berkembang dan memiliki potensi yang besar.

Keberhasilan *The Local Label Market* tidak hanya tercermin dari tingginya jumlah pengunjung maupun banyaknya *tenant* yang berpartisipasi, tetapi juga dari dampak nyata yang dirasakan langsung oleh para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang terlibat. Tidak hanya itu, dengan adanya *talkshow* dan *workshop* yang dikemas secara inspiratif juga memberi nilai tambahan tersendiri, para pelaku usaha dan pengunjung mendapatkan wawasan baru mengenai strategi bisnis, pemasaran digital, hingga pentingnya membangun *brand* yang kuat.

2.2 Visi Misi *The Local Label*

Menjadi salah satu *event bazaar* yang mendukung pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

1. Menjadi platform utama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia.
2. Mendorong pertumbuhan industri kreatif nasional.

3. Membangun ekosistem berkelanjutan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal.

MISI

1. Menyelenggarakan *event bazaar* yang konsisten, kreatif, dan berkualitas.
2. Membangun jaringan kolaboratif.

2.3 Struktur Organisasi The Local Label

Perusahaan PT Mataer Digital membangun *The Local Label* untuk bergerak di bidang *event bazaar*, dalam pengerjaannya *The Local Label* bekerja secara tim. Berikut merupakan struktur organisasi perusahaan:



Gambar 2.4 Struktur Organisasi *The Local Label*

Sumber : Dokumen Perusahaan yang diolah oleh pemegang (2025)

1) *Commissioner*

Commissioner merupakan pihak yang memiliki peran penting dalam mengawasi dan memberikan arahan strategis terhadap jalannya perusahaan. Meskipun tidak terlibat langsung dalam kegiatan operasional sehari-hari, *Commissioner* memiliki tanggung jawab untuk memastikan seluruh

aktivitas perusahaan berjalan sesuai dengan visi, misi, dan kebijakan yang telah ditetapkan. *Commissioner* juga berperan sebagai penasihat bagi manajemen, terutama dalam pengambilan keputusan penting yang berdampak besar terhadap arah perusahaan.

2) *Chief Executive Officer*

Chief Executive Officer (CEO) merupakan pimpinan tertinggi dalam perusahaan yang bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasional dan pengambilan keputusan strategis. CEO memiliki tugas untuk mengkoordinasikan semua divisi agar bekerja sesuai dengan tujuan organisasi, menjaga komunikasi antara *Commissioner* dan tim eksekutif, serta memastikan visi dan misi perusahaan dijalankan secara efektif. CEO juga bertugas mengawasi kinerja seluruh divisi dan memastikan perusahaan mencapai target yang telah ditetapkan.

3) *Chief Product Officer*

Chief Product Officer merupakan pemimpin yang bertanggung jawab atas pengembangan produk dan layanan, serta strategi kreatif dan pertumbuhan perusahaan.

Marketing & Sales :

a) *Social Media Division*

Divisi Social Media bertanggung jawab untuk mengelola seluruh aktivitas media sosial perusahaan, mulai dari perencanaan konten, penjadwalan posting, hingga membangun interaksi dengan audiens. Tujuan utama divisi ini adalah untuk meningkatkan visibilitas *brand*, menciptakan engagement yang tinggi, serta menjaga konsistensi pesan yang disampaikan melalui berbagai platform digital seperti *Instagram*, dan *TikTok*.

b) *Marketing Staff*

Marketing Staff berperan dalam membantu pelaksanaan berbagai strategi pemasaran yang telah disusun. Tugas yang mencakup riset pasar,

analisis target audiens, pelaksanaan kampanye promosi, serta mendukung berbagai aktivitas pemasaran lainnya yang bertujuan untuk meningkatkan awareness dan minat konsumen terhadap produk.

c) *Account Executive*

Account Executive merupakan posisi yang fokus pada hubungan antara perusahaan dan klien. *Account Executive* bertugas menjalin komunikasi yang baik dengan klien, memahami kebutuhan, menawarkan solusi yang tepat, serta memastikan kepuasan klien selama proses kerja sama berlangsung, dan mencakup koordinasi antar divisi untuk memenuhi ekspektasi klien.

d) *Content Creator / Copywriter*

Content Creator / Copywriter merupakan salah satu bagian penting juga dalam tim kreatif yang bertugas menghasilkan materi komunikasi visual maupun tulisan. *Content Creator* membuat konten visual seperti foto, video, atau desain grafis yang menarik.

Head of Event Division :

e) *Event Coordinator*

Event Coordinator mempunyai tanggung jawab atas perencanaan dan pelaksanaan acara dari awal hingga akhir. *Event Coordination* menyusun timeline kerja, mengatur kebutuhan acara, memastikan seluruh elemen acara berjalan sesuai rencana, serta menjadi penghubung utama antar tim selama proses berlangsung. Koordinasi dan ketepatan waktu adalah kunci keberhasilan dalam *Event Coordinator*.

f) *Creative Team*

Creative Team memiliki peran untuk mengembangkan konsep kreatif yang digunakan dalam sebuah *event*, mulai dari tema acara, visual *identity*, hingga pengalaman peserta secara keseluruhan. Tim bekerja erat

dengan tim produksi dan konten agar ide-ide kreatif dapat diimplementasikan secara maksimal dan tetap sesuai karakter.

g) *Logistic & Production Team*

Logistic & Production Team bertugas untuk mengatur semua kebutuhan fisik dan teknis dalam acara, seperti perlengkapan, instalasi, panggung, peralatan audio visual, serta pengaturan alur kegiatan saat hari-H. *Logistic & Production Team* juga memastikan keamanan, efisiensi, dan kelancaran operasional acara berlangsung sesuai dengan standar yang ditentukan.

Head of Business Development :

h) *Partnership & Media Partner*

Partnership & Media Partner bertanggung jawab dalam membangun kerja sama strategis dengan pihak luar seperti sponsor, mitra bisnis, dan media. *Partnership & Media Partner* mencari peluang kolaborasi, menyusun proposal kerja sama, melakukan negosiasi, serta menjaga hubungan baik yang saling menguntungkan dalam jangka panjang.

i) *Business Analyst*

Business Analyst memiliki tugas melakukan analisis data dan tren pasar untuk mendukung pengambilan keputusan strategis perusahaan. *Business Analyst* memiliki tugas untuk mengumpulkan dan mengevaluasi informasi dari berbagai sumber, mengidentifikasi peluang pertumbuhan bisnis, serta memberikan rekomendasi berbasis data untuk peningkatan efisiensi dan profitabilitas perusahaan.

4) *Chief Financial and Administrative Officer*

Chief Financial and Administrative Officer merupakan posisi eksekutif yang bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan serta administrasi organisasi secara keseluruhan.

j) *Finance*

Finance bertanggung jawab penuh dalam mengelola seluruh aspek keuangan organisasi. Tugas utamanya meliputi penyusunan anggaran, pencatatan transaksi keuangan, pelaporan arus kas, serta pengawasan terhadap pengeluaran dan pemasukan agar tetap sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Tim *Finance* juga bertanggung jawab untuk memastikan transparansi dan akurasi dalam pelaporan keuangan, melakukan evaluasi terhadap efisiensi penggunaan dana, serta menyusun laporan keuangan berkala sebagai dasar pengambilan keputusan strategis. Peran yang sangat krusial dalam menjaga kestabilan keuangan dan mendukung keberlangsungan operasional organisasi.

k) *Human Resources (HR)*

Human Resources berokus pada pengelolaan sumber daya manusia dalam organisasi. *Human Resources* memiliki tanggung jawab mulai dari proses rekrutmen, seleksi, pelatihan, hingga pengembangan potensi anggota tim. Selain itu juga mengatur administrasi personal, seperti absensi, evaluasi kinerja, pengelolaan kontrak kerja, serta menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan profesional. *Human Resources* juga memfasilitasi komunikasi internal dan menjaga kesejahteraan anggota tim agar tetap termotivasi, produktif, dan bekerja sesuai dengan nilai serta budaya organisasi. Dengan manajemen sumber daya manusia (SDM) yang baik, *Human Resources* berperan penting dalam meningkatkan efektivitas kerja secara keseluruhan.