

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan (PT.BIIS CORP)

(Sumber : Profile Perusahaan : 2022)

PT BIIS Griya Nadhi merupakan perusahaan teknologi informasi yang didirikan pada tahun 2007 dengan nama awal CV Bagus *Information Integrated System*. Berdiri dari sebuah visi besar untuk menyediakan solusi digital yang menjawab kebutuhan perusahaan lokal hingga nasional, BIIS Corp telah berkembang menjadi salah satu perusahaan IT terkemuka di Indonesia yang melayani berbagai sektor industri. Transformasi besar terjadi pada tahun 2017 ketika perusahaan secara resmi berubah bentuk hukum menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT BIIS Griya Nadi dan mulai menggunakan nama komersial “BIIS Corp”. Perubahan ini tidak sekadar administratif, melainkan menjadi tonggak penting dalam perluasan layanan dan cakupan bisnis perusahaan. Dengan transformasi tersebut, BIIS Corp menegaskan komitmennya untuk tampil sebagai mitra digital terpercaya bagi UMKM, BUMN, dan perusahaan multinasional.

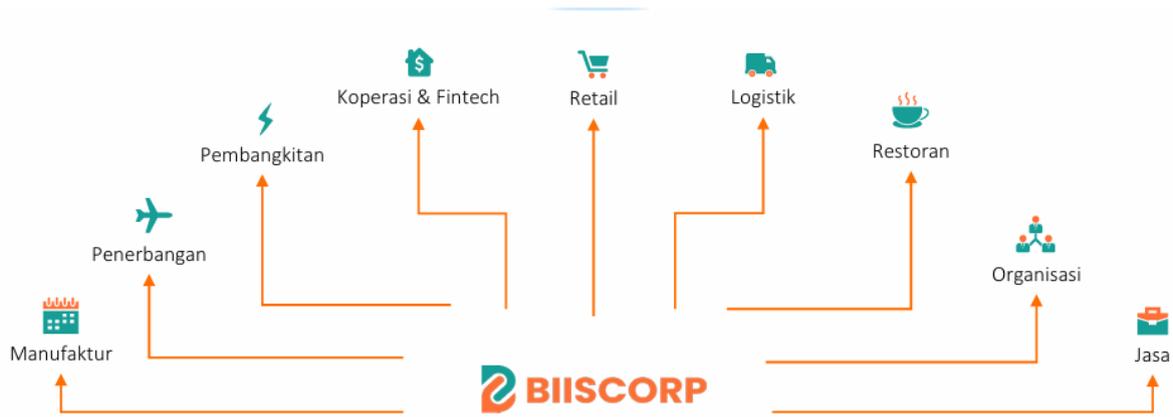
Sejak awal berdirinya, BIIS Corp telah mengalami perjalanan panjang yang diwarnai berbagai tantangan dan dinamika industri. Namun dengan kerja keras, inovasi, dan tim yang solid, mereka berhasil menyelesaikan lebih dari 100 proyek IT, baik dalam bentuk sistem informasi, pengembangan software, maupun integrasi ERP. Proyek-proyek tersebut mencakup berbagai skala, dari usaha mikro hingga korporasi besar, yang mempercayakan pengelolaan digitalisasi operasional mereka kepada BIIS Corp. Capaian ini tidak hanya menunjukkan kompetensi teknis perusahaan, tetapi juga membuktikan

kemampuan BIIS Corp dalam menjalin kemitraan jangka panjang dan membangun solusi yang berdampak nyata.

Bagi mereka kepuasan pelanggan bukan hanya target, tetapi menjadi motivasi utama dalam setiap proses pengembangan dan implementasi sistem yang dijalankan oleh perusahaan. Dalam perjalanannya, BIIS Corp selalu memegang teguh nilai-nilai inti yang menjadi dasar budaya kerja perusahaan, yaitu: mengutamakan kepuasan pelanggan, membangun mindset kolaboratif, bersikap proaktif dalam menyelesaikan masalah, dan mendesain arsitektur sistem yang mendukung pengembangan berkelanjutan.

Nilai-nilai ini menjadi landasan kuat dalam setiap proses bisnis dan hubungan kemitraan yang dijalani. Dengan pendekatan *human-centered* dan hasil kerja yang berorientasi pada kebutuhan klien, BIIS Corp berusaha menghadirkan layanan yang bukan hanya sekadar memenuhi permintaan teknis, tetapi juga menciptakan solusi strategis jangka panjang bagi pertumbuhan bisnis klien. Layanan utama yang ditawarkan oleh BIIS Corp sangat beragam dan mencakup pengembangan website, desain grafis, optimisasi SEO, serta pengembangan perangkat lunak untuk berbagai platform seperti ERP, Android, dan iOS. Mereka memiliki salah satu keunggulan dimana BIIS Corp merupakan bentuk pendekatan pengembangan sistem berbasis modul dan berbasis industri.

Modul-modul yang ditawarkan mencakup sistem pengelolaan pengadaan, penjualan, persediaan, sumber daya manusia (HRD), akuntansi, hingga pemeliharaan aset. Semua sistem ini dirancang untuk dapat dikustomisasi, diintegrasikan dengan software yang telah dimiliki klien, dan diakses secara *real-time* melalui perangkat mobile. Di sisi lain, pendekatan berbasis industri memungkinkan BIIS Corp menawarkan solusi yang spesifik dan terarah untuk berbagai sektor seperti manufaktur, logistik, retail, restoran, koperasi dan *fintech*, organisasi, hingga pembangkit listrik dan perusahaan penerbangan. Dengan pendekatan ini, BIIS Corp tidak hanya menjual produk, tetapi menawarkan sistem yang benar-benar sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan tiap industri.



Gambar 2. 2 Solusi Berdasarkan Industri oleh BIIS CORP

(Sumber : Profile Perusahaan, 2022)

Pada tahun 2022, perusahaan meluncurkan lini bisnis baru bernama “Djurus” yang ditujukan untuk UMKM. Djurus merupakan solusi berbasis digital yang membantu pelaku usaha kecil dalam mengelola operasional mereka secara lebih efektif dan efisien. Inisiatif ini mencerminkan semangat inklusif BIIS Corp untuk tidak hanya fokus pada pasar korporasi besar, tetapi juga mendukung transformasi digital di tingkat akar rumput. Komitmen sosial ini sejalan dengan visi CEO BIIS Corp, Bagus Mertha P., yang menyatakan bahwa perusahaan harus memiliki dampak sosial nyata bagi kemajuan umat manusia. Dengan semangat tersebut, BIIS Corp aktif menjalankan misi sosial melalui pelatihan, edukasi digital, dan pemberdayaan UMKM di berbagai daerah di Indonesia.

Dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif, mereka juga memiliki keunggulan dari sisi model bisnis dan penawaran nilai. Perusahaan menawarkan sistem ERP dengan biaya investasi yang kompetitif dan fleksibel, tergantung pada ruang lingkup kebutuhan klien. Dengan pendekatan modular, klien bisa memilih sistem sesuai kebutuhan tanpa harus membayar penuh untuk seluruh paket ERP. Sistem juga dapat dikembangkan dan ditingkatkan seiring pertumbuhan bisnis klien. Fleksibilitas ini menjadi salah satu alasan mengapa banyak perusahaan memilih BIIS Corp sebagai mitra digital mereka. Ditambah lagi dengan kemampuan integrasi lintas sistem, dukungan penuh untuk platform Android dan iOS, serta tim teknis yang solutif dan proaktif, BIIS Corp mampu memberikan pengalaman kerja sama yang optimal bagi setiap kliennya.

Sebagai perusahaan teknologi informasi yang terus tumbuh, BIIS Corp juga sadar bahwa keberlanjutan perusahaan sangat dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusianya. Oleh karena itu, perusahaan berkomitmen membangun lingkungan kerja

yang mendorong inovasi, kolaborasi, dan pembelajaran berkelanjutan. BIIS Corp rutin mengadakan pelatihan internal, membentuk tim riset dan pengembangan (R&D), serta membuka kesempatan magang bagi mahasiswa dari berbagai universitas. Hal ini tidak hanya membantu regenerasi talenta di bidang IT, tetapi juga menjadi bentuk kontribusi nyata perusahaan dalam pengembangan ekosistem teknologi nasional.

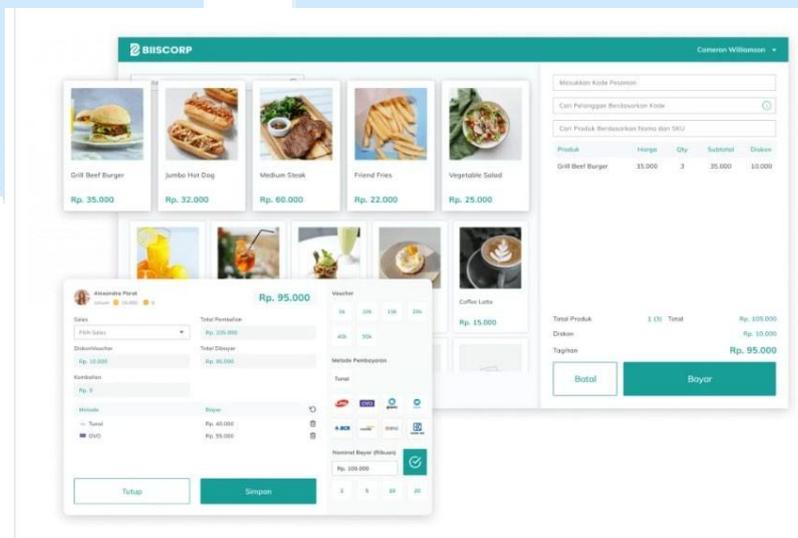
Hingga kini, BIIS Corp telah bekerja sama dengan banyak perusahaan di berbagai wilayah Indonesia dan terus memperluas jangkauan layanannya. Dengan dua kantor operasional utama di Surabaya dan Jakarta, serta kemampuan untuk melayani klien dari berbagai lokasi secara daring, BIIS Corp telah menjelma menjadi perusahaan teknologi yang adaptif, responsif, dan relevan dalam menghadapi tantangan digital masa kini. BIIS CORP juga memiliki beberapa produk seperti ;

1. Hesti-Software HRIS (*Human Resource Management System*) merupakan sistem berbasis teknologi informasi yang digunakan untuk mengelola data dan proses sumber daya manusia (SDM) dalam organisasi/perusahaan, yang tentunya memiliki fitur-fitur canggih mulai dari kalender kerja sampai konfigurasi cuti otomatis.
2. Jasa pembuatan website untuk bisnis usaha, instansi, maupun organisasi, ditampilkan dengan visual yang menarik, fitur yang lengkap, dan harga yang bersahabat, sehingga paket jasa desain website menjadi produk yang efektif dan diminati klien.
3. Corla, sebuah Computerized Maintenance Management System (CMMS) yang merupakan tools dalam melaksanakan manajemen aset. Corla memiliki fitur antara lain Work Order, Maintenance, Inventory, Purchasing, hingga E-Logsheets atau Digital Logsheets.
4. Djurus, merupakan sebuah sistem mini ERP yang cocok digunakan untuk UMKM. Memiliki fitur yang lengkap mulai dari POS, Inventory Management, Purchasing Management, Accounting, Integrasi dengan Marketplace, hingga dilengkapi Toko Online atau E-Commerce dalam bentuk web based ataupun mobile apps.
5. Elok, merupakan tools berupa E-Log Sheet atau Digital Logsheets yang digunakan untuk melakukan proses monitoring performa equipment yang ada di pembangkit ataupun pabrik. Elok dibekali oleh mobile apps dalam proses inputan, sehingga akan memangkas proses, waktu, dan penggunaan kertas.
6. Digital Work Order, merupakan salah satu fitur yang dimiliki oleh BIIS Corp untuk mengelola work order atau surat perintah kerja. Work order sangat umum dijumpai

pada hampir semua industri, terutama yang memiliki divisi produksi atau divisi maintenance.

mereka, dimana produk-produk ini sudah dikemas dalam paketan modul, namun tentu BIIS CORP juga menawarkan kesempatan dan ruang yang luas bagi klien untuk memodifikasi sesuai dengan kebutuhan usahanya masing-masing. berikut beberapa produk unggulan dari BIIS CORP :

1. BIIS F&B



Gambar 2. 3 Produk Unggulan BIIS F&B

(Sumber : Data Perusahaan, 2022)

BIIS F&B merupakan salah satu produk unggulan dari BIIS CORP yang dirancang secara khusus untuk menunjang kebutuhan operasional bisnis di sektor Food and Beverage (F&B). Aplikasi ini memiliki berbagai fitur terpadu yang memudahkan proses pengelolaan usaha kuliner, mulai dari dapur produksi hingga kasir (POS). BIIS F&B memiliki banyak fitur utama, mulai dari pengelolaan resep dan menu, manajemen produksi harian, pengadaan bahan baku, *Point of Sale* (POS), hingga manajemen pelanggan dan pemesanan.

BIIS F&B juga memiliki banyak keunggulan, dimana BIIS F&B sudah terintegrasi dari hulu ke hilir (dari dapur, gudang, hingga kasir), mendukung efisiensi operasional dan akurasi laporan keuangan, mempermudah manajemen bahan baku, serta memiliki tampilan yang modern dan mudah digunakan oleh berbagai level staf. Salah satu fitur yang sangat membantu dalam BIIS F&B adalah manajemen resep dan produksi. Fitur ini memungkinkan pemilik usaha untuk menetapkan komposisi bahan baku dalam setiap menu secara detail, sehingga setiap proses

produksi dapat dikontrol dengan presisi. Dengan sistem ini, efisiensi pemakaian bahan baku dapat ditingkatkan, pemborosan dapat dikurangi, dan kualitas rasa dari setiap sajian dapat lebih terjaga konsistensinya. Hal ini sangat penting dalam bisnis F&B, terutama ketika skala produksi semakin besar atau memiliki banyak cabang.

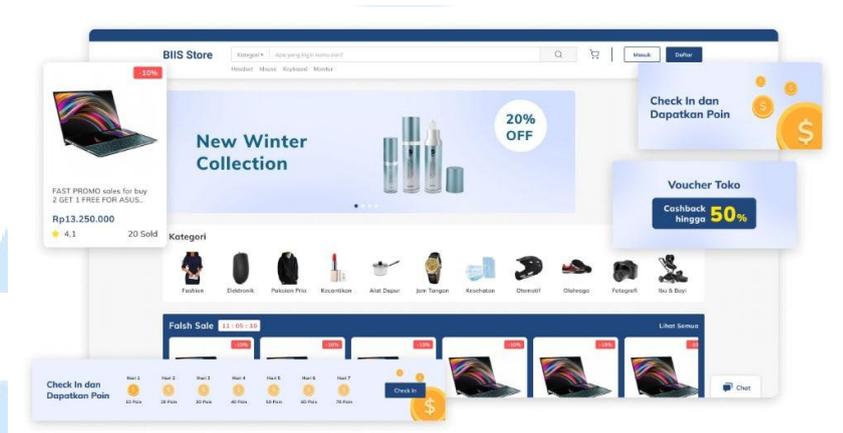
Fitur Point of Sale (POS) dalam BIIS F&B juga sangat canggih dan terintegrasi. Kasir tidak hanya melakukan transaksi, tetapi juga secara otomatis mengurangi stok bahan baku, mencatat penjualan, hingga mengirim data ke laporan keuangan. Dengan sistem POS yang real-time ini, pemilik bisnis dapat memantau performa penjualan setiap hari, bahkan setiap jam, serta menganalisis menu terlaris, waktu penjualan tersibuk, dan preferensi pelanggan. Semua ini dapat dilakukan hanya dalam satu platform yang terpusat

Integrasi antara pengadaan bahan baku dan gudang juga menjadi salah satu kekuatan BIIS F&B. Ketika stok bahan baku mulai menipis, sistem dapat memberikan peringatan otomatis dan bahkan menginisiasi permintaan pembelian ke supplier yang telah terdaftar. Proses ini tidak hanya mempercepat pengadaan barang, tetapi juga meminimalisir risiko kehabisan stok yang bisa menghambat operasional dapur. Semua transaksi pengadaan dicatat dan disinkronkan secara langsung dengan laporan keuangan dan inventory.

BIIS F&B juga memberikan dukungan terhadap manajemen pelanggan dan layanan pemesanan yang kini semakin penting di era digital. Melalui aplikasi mobile atau antarmuka online, pelanggan dapat melakukan pemesanan, melihat menu, melakukan pembayaran, hingga mendapatkan loyalty points. Hal ini tidak hanya meningkatkan pengalaman pelanggan, tetapi juga memperluas jangkauan pemasaran dan membangun relasi jangka panjang dengan pelanggan melalui fitur membership dan notifikasi promo.

Secara keseluruhan, BIIS F&B merupakan solusi menyeluruh yang dirancang dengan pemahaman mendalam terhadap dinamika bisnis kuliner. Dengan sistem yang menyatukan dapur, gudang, kasir, hingga pelanggan dalam satu ekosistem digital, BIIS F&B membantu pelaku usaha kuliner untuk tidak hanya menjalankan operasional secara efisien, tetapi juga mengembangkan bisnis secara strategis di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Platform ini mencerminkan visi PT BIIS Griya Nadhi dalam menghadirkan teknologi yang benar-benar menyatu dengan kebutuhan sektor industri secara praktis dan berkelanjutan.

2. BIIS Retail



Gambar 2. 4 Produk Unggulan BIIS Retail
(Sumber : Data Perusahaan, 2022)

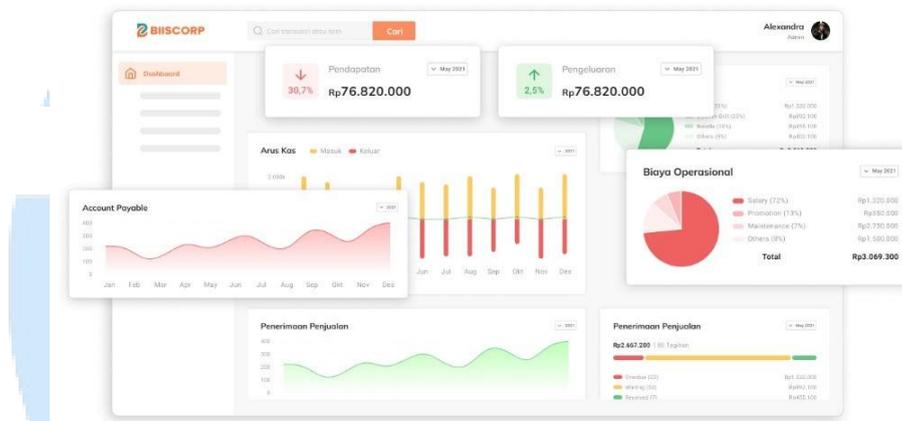
BIIS Retail adalah sistem yang dirancang untuk mendukung kegiatan retail dari berbagai macam produk, cocok untuk bisnis berskala kecil hingga besar. Platform ini menyediakan paket fitur yang lengkap, mulai dari POS, manajemen stok, pengadaan barang yang terintegrasi, *Accounting*, Manajemen pelanggan dan promo, Integrasi dengan *marketplace*, pembuatan website dan toko online, hingga aplikasi *mobile* untuk meningkatkan *engagement* dengan pelanggan.

Kelebihan utama BIIS Retail terletak pada fleksibilitas dan skalabilitasnya. Sistem ini memungkinkan pemilik usaha untuk menyesuaikan fitur sesuai dengan kebutuhan operasional, baik untuk toko fisik maupun digital. Kemampuan untuk terhubung langsung dengan marketplace seperti Tokopedia, Shopee, dan lainnya memungkinkan pelaku usaha mengelola seluruh kanal penjualan dalam satu dashboard terpusat. Hal ini tidak hanya memudahkan dalam pengawasan, tetapi juga memberikan kemudahan dalam menganalisis performa penjualan lintas kanal secara real-time.

Selain itu, fitur pembuatan website dan toko online yang telah disediakan dalam sistem BIIS Retail memfasilitasi digitalisasi bisnis secara menyeluruh tanpa harus bergantung pada pihak ketiga. Dengan tampilan antarmuka yang ramah pengguna dan sistem yang dapat diakses melalui berbagai perangkat, BIIS Retail membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dukungan terhadap laporan penjualan harian, analisis tren produk, serta sistem loyalitas pelanggan

semakin memperkuat posisi BIIS Retail sebagai solusi komprehensif untuk manajemen bisnis retail modern.

3. BIIS Accounting



Gambar 2. 5 Produk Unggulan BIIS Accounting

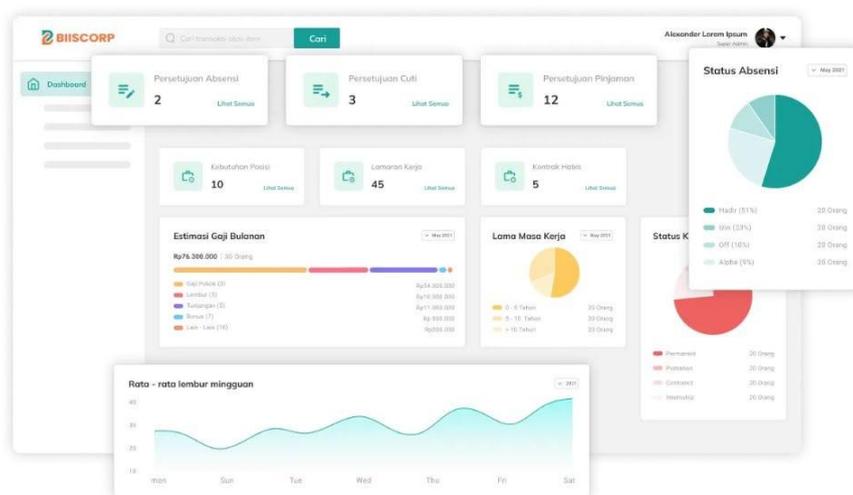
(Sumber : Data Perusahaan, 2022)

BIIS Accounting adalah solusi keuangan yang dirancang agar mudah digunakan dalam mengelola keuangan perusahaan. Sistem ini memungkinkan pengguna untuk memantau arus kas, melacak pendapatan dan pengeluaran secara *real-time*, mengelola biaya operasional mulai dari gaji, promosi, hingga perawatan, menganalisis performa keuangan melalui *dashboard* visual dan grafik, melihat penerimaan penjualan dan akun-akun penting seperti *account payable*. BIIS Accounting juga memiliki keunggulan dimana mampu terintegrasi dengan modul yang lain, sehingga lebih akurat dalam menghasilkan laporan keuangan secara *real-time*.

BIIS Accounting memiliki keunggulan utama yaitu kemampuannya dalam menghasilkan laporan keuangan secara otomatis dan presisi. Sistem ini menyediakan visualisasi data melalui *dashboard* yang interaktif dengan grafik yang analitis, sehingga memudahkan manajer keuangan maupun pemilik bisnis untuk mengambil keputusan berdasarkan data yang akurat dan terkini, pengguna dapat dengan mudah memantau neraca keuangan, laporan laba-rugi, serta rasio-rasio keuangan penting lainnya secara instan. Fitur-fitur yang mendukung efisiensi pengelolaan keuangan juga meliputi kemampuan untuk melihat penerimaan penjualan secara menyeluruh dan mengakses akun-akun penting seperti akun *payable* dan akun *receivable*. BIIS Accounting membantu meminimalisir kesalahan finansial sekaligus meningkatkan transparansi dalam operasional keuangan.

Salah satu kekuatan BIIS Accounting adalah kemampuannya untuk terintegrasi secara seamless dengan modul-modul lain dalam ekosistem BIIS, seperti modul retail, HR, dan inventory. Integrasi ini memungkinkan pengambilan data secara real-time antar departemen, sehingga laporan keuangan yang dihasilkan lebih komprehensif dan mencerminkan kondisi bisnis secara menyeluruh. Hal ini sangat penting terutama bagi perusahaan yang mengelola multi-unit bisnis atau memiliki cabang di berbagai lokasi. Dengan mengedepankan prinsip akurasi, efisiensi, dan skalabilitas, BIIS Accounting menjadi jawaban atas kebutuhan perusahaan modern yang ingin menata keuangan mereka secara profesional tanpa harus bergantung pada sistem manual yang rentan kesalahan. Kehadiran sistem ini tidak hanya mendorong efisiensi internal, tetapi juga meningkatkan kepercayaan mitra dan investor terhadap transparansi finansial perusahaan.

4. BIIS HRIS



Gambar 2. 6 Produk Unggulan BIIS HRIS

(Sumber : Data Perusahaan, 2022)

BIIS HRIS merupakan aplikasi khusus yang dirancang untuk mengelola sumber daya manusia (SDM) perusahaan. Fitur utamanya adalah dashboard yang menyediakan informasi terkait persetujuan absensi, cuti, pinjaman karyawan, laporan kehadiran/absensi, estimasi gaji bulanan, kebutuhan posisi dan lamaran kerja, data masa kerja dan kontak karyawan, grafik rata-rata lembur mingguan.

Beragam produk unggulan ini menjadi bukti nyata bahwa BIIS CORP tidak hanya mengikuti arus kemajuan teknologi, namun juga mampu menyelaraskan inovasi digital dengan kebutuhan spesifik tiap sektor industri. Mulai dari pengelolaan restoran dan UMKM kuliner, manajemen toko ritel modern, sistem akuntansi terpadu, hingga pengelolaan sumber daya manusia, semuanya dirancang untuk memberikan efisiensi, transparansi, dan kemudahan bagi para pelaku usaha. Dengan terus mengembangkan sistem berbasis otomatisasi, integrasi data real-time, serta kecerdasan buatan (AI) dan mobile application, PT BIIS Griya Nadhi tidak hanya menjadi penyedia teknologi, tetapi juga mitra strategis dalam pertumbuhan bisnis jangka panjang. Inovasi yang dihadirkan tidak hanya menjawab kebutuhan hari ini, tetapi juga mempersiapkan pelaku usaha untuk tantangan masa depan.

Penerapan kecerdasan buatan (AI) dalam sistem informasi telah menjadi tren utama dalam transformasi bisnis (Afkar & Faturrahmad, 2023) AI merubah cara perusahaan beroperasi, mengambil keputusan, dan berinteraksi dengan pelanggan. PT BIIS Griya Nadhi memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan layanan yang lebih personal kepada pelanggan. Selain itu, integrasi *Business Intelligence* (BI) dalam sistem perusahaan memungkinkan untuk mengambil keputusan dengan lebih cepat dan akurat, implementasi BI dapat meningkatkan efektivitas dan kinerja bisnis dengan menyediakan data yang relevan untuk pengambilan keputusan yang lebih strategis (Maesaroh, 2023). PT BIIS Griya Nadhi mengintegrasikan BI dalam produk-produknya untuk membantu pelaku usaha dalam menganalisis data dan merumuskan strategi bisnis yang efektif. Transformasi digital saat ini juga mengharuskan perubahan budaya dan *mindset* dalam perusahaan dan organisasi, mengubah kultur dan *mindset* perusahaan terkait transformasi digital adalah proses berkelanjutan yang memerlukan komitmen jangka panjang dari seluruh perusahaan dan organisasi (Budi Harto, 2023). PT BIIS Griya Nadhi mendukung perubahan ini dengan menyediakan sistem yang mendukung otomatisasi, integrasi data *real-time*, dan penggunaan aplikasi *mobile*, sehingga memudahkan adaptasi terhadap perubahan teknologi. Dengan demikian PT.BIIS CORP berperan sebagai mitra strategis dalam pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Hingga saat ini PT.BIIS CORP telah menyelesaikan 100 lebih proyek, dengan 9 tahun lamanya pengalaman sebagai jasa *software developer* menjadikan PT.BIIS CORP perusahaan yang terpercaya untuk membantu berbagai bidang usaha dalam mengimbangi eksekusi bisnis dalam skala kecil hingga skala besar. PT.BIIS CORP juga telah dipercaya oleh banyak perusahaan, organisasi, serta institusi dalam penyelesaian pembuatan *software*, pembuatan design website, hingga implementasi ERP.



Gambar 2. 7 Klien PT.BIIS CORP

(Sumber : Data Perusahaan, 2022)

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

PT.BIIS CORP memiliki visi untuk menjadi *Software Developer* terbaik, dimana PT.BIIS Crop juga memiliki tujuan dalam mencapai kontribusi aktif dalam memajukan manusia tanpa mengenal batas waktu, siap menjadi *partner* perusahaan dalam meraih kesuksesan, memeberikan solusi yang menjawab permasalahan perusahaan. Penulis juga mendapatkan bahwasanya PT.BIIS Crop memiliki nilai yang ditonjolkan dalam perjalanannya, nilai-nilai yang dijunjung dan selalu menjadi hal yang sangat diperhatikan ialah sebagai berikut :

1. Kepuasan Pelanggan: PT.BIIS Crop memiliki komitmen tidak hanya melayani dan menawarkan solusi, tapi juga memastikan kepuasan pelanggan dengan hasil kerja yang baik, memberikan nilai tambah serta disiplin waktu dalam pekerjaan dan proyek-proyeknya.

2. Kolaborasi : PT.BIIS CORP percaya bahwasanya hasil yang optimal dihasilkan dari kolaborasi yang baik, tidak hanya dalam internal tim, tapi juga dengan klien dalam mencapai tujuan bersama, PT.BIIS CORP akan selalu mendengar dan membuka ruang bagi klien untuk seluruh permasalahan dan kendalanya, sehingga klien dapat merasa cukup dan puas.
3. Pemecah masalah: PT. BIIS hadir sebagai solusi dan pemecah masalah, PT.BIIS CORP siap dalam membantu memecahkan dan menyelesaikan masalah, membuat apa yang awalnya rumit dan sulit menjadi solusi yang praktis dan aplikatif.
4. Pembangunan berkelanjutan : Bagi PT.BIIS CORP Sumber daya yang dapat diandalkan adalah aset berharga, oleh karena itu PT.BIIS CORP Selalu meningkatkan hard skill dan soft skill yang dimiliki oleh tim mereka

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

STRUKTUR ORGANISASI PT. BIIS GRIYA NADHI



Gambar 2. 8 Struktur Organisasi PT BIIS Griya Nadhi

(Sumber : Data Perusahaan, 2022)

Tugas dan Tanggung Jawab :

1. President Director

President Director memiliki peran utama dalam mengarahkan dan mengawasi seluruh aktivitas perusahaan. Memiliki tugas dan wewenang dalam menetapkan visi dan misi strategis perusahaan, mengambil keputusan penting yang menyangkut kelangsungan bisnis, serta menjadi pengambil keputusan terakhir dalam kebijakan internal dan eksternal. President Director juga menjadi penghubung antara *stakeholder*, mitra, dan seluruh divisi dalam perusahaan. President Director juga berperan aktif dalam melakukan evaluasi kinerja lintas divisi, menginisiasi kolaborasi strategis dengan pihak-pihak eksternal, serta memastikan bahwa nilai-nilai perusahaan ditetapkan secara konsisten dalam setiap lini kerja. President Director juga menjadi pusat koordinasi dalam pengambilan keputusan lintas fungsi, terutama saat terjadi dibamika atau perubahan mendadak dalam proyek dan operasional.

2. General Manager

General Manager bertanggung jawab langsung atas operasional harian perusahaan. General Manager juga melakukan pengawasan kinerja divisi, pengelolaan sumber daya (manusia, finansial, dan teknis) serta memastikan bahwa semua program berjalan sesuai target, juga sebagai penghubung komunikasi antar divisi serta bertanggung jawab melaporkan hasil kerja dan perkembangan operasional pada President Director. Selain itu, General Manager juga memiliki tugas dalam identifikasi potensi resiko dalam operasional harian serta menyusun solusi preventif agar tidak menghambat produktivitas tim. Secara aktif juga menyusun kebijakan prosedur kerja, penjadwalan kegiatan antar divisi saat terjadi kendala atau kebutuhan pengambilan keputusan cepat, agar seluruh unit kerja dapat selaras dalam mencapai target yang telah ditetapkan.

3. Chief Technology Officer (CTO)

CTO merupakan posisi yang sangat penting dalam perusahaan dimana berperan dalam mendukung aspek teknologi informasi dan sistem digital perusahaan. CTO bertugas untuk merancang, mengembangkan, dan menerapkan solusi teknologi yang efisien dan efektif untuk mendukung kebutuhan bisnis, memimpin tim IT, bertanggung jawab atas stabilitas dan keamanan sistem informasi perusahaan, serta senantiasa mengikuti perkembangan teknologi

terbaru guna mendorong transformasi digital di lingkungan kerja. Selain itu CTO juga memiliki peran strategis dalam menjembatani kebutuhan bisnis dengan potensi teknologi yang tersedia, ia berkolaborasi erat dengan divisi pengembangan dan manajemen proyek untuk memastikan bahwa setiap inovasi digital yang diimplementasikan benar-benar selaras dengan tujuan-tujuan jangka panjang perusahaan. CTO juga bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan terkait investasi teknologi, termasuk pemilihan *platform*, perangkat lunak, maupun vendor pihak ketiga yang dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan di pasar.

4. Head of Development

Head of Development memiliki tanggung jawab utama dalam merancang dan mengelola proses riset dan pengembangan produk baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan klien. Dalam tugasnya, Head of Development memastikan bahwa setiap hasil pengembangan memenuhi standar kualitas perusahaan, sekaligus berkoordinasi erat dengan tim teknologi, pemasaran, dan proyek untuk memastikan sinergi dalam implementasinya. Ia juga bertugas membuat roadmap inovasi dan mengawasi proses uji coba produk sebelum diluncurkan. Selain itu, Head of Development juga berperan dalam melakukan analisis kompetitor dan trend industri guna mengidentifikasi peluang inovasi yang dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan juga turut mengatur prioritas pengembangan berdasarkan feedback dari pengguna atau klien, serta memastikan bahwa siklus inovasi berjalan secara berkelanjutan. Dalam menjalankan tugasnya, Head of Development juga aktif menyusun dokumentasi teknis dan laporan perkembangan proyek pengembangan untuk disampaikan kepada manajemen sebagai dasar pengambilan keputusan strategis selanjutnya.

5. Project Manager

Project Manager memiliki tanggung jawab utamanya adalah mengelola seluruh proyek yang sedang dijalankan oleh perusahaan, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ia menyusun rencana kerja proyek, menetapkan jadwal dan anggaran, serta memastikan bahwa proyek berjalan sesuai timeline. Selain itu, Project Manager juga bertugas memimpin tim proyek lintas divisi,

mengidentifikasi dan menyelesaikan hambatan yang muncul selama pelaksanaan proyek, serta membuat laporan perkembangan secara berkala kepada manajemen.

Di samping itu, Project Manager juga berperan dalam menjaga komunikasi yang efektif antara klien, vendor, dan tim internal untuk memastikan semua pihak memiliki pemahaman yang selaras mengenai tujuan dan ekspektasi proyek, sering kali menjadi penghubung utama dalam negosiasi teknis maupun non-teknis, serta memastikan bahwa setiap perubahan dalam ruang lingkup atau kebutuhan proyek dapat diakomodasi tanpa mengganggu stabilitas pelaksanaannya. Project Manager turut berkontribusi dalam menjaga reputasi perusahaan melalui keberhasilan penyelesaian proyek yang tepat waktu dan sesuai kualitas.

6. HRD (Human Resources Development)

Human Resources Development (HRD) memegang peranan penting dalam memastikan bahwa perusahaan dikelola oleh sumber daya manusia yang tepat dan berkualitas. Peran HRD tidak hanya sebatas administratif, tetapi juga menyangkut aspek manusiawi dalam membangun lingkungan kerja yang sehat dan produktif. Tugas utamanya mencakup proses rekrutmen dan seleksi calon karyawan, merancang program pelatihan untuk meningkatkan kompetensi individu, serta mengelola administrasi personalia seperti absensi, penggajian (payroll), dan pengaturan kontrak kerja.

Selain itu, HRD juga berperan dalam menciptakan hubungan kerja yang harmonis antar karyawan dengan pendekatan yang empatik dan solutif. Dalam jangka panjang, HRD menyusun kebijakan yang mendukung peningkatan kesejahteraan, motivasi kerja, dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Tak hanya itu, HRD juga menjadi pihak yang pertama kali dihubungi ketika terjadi konflik antar karyawan atau ketidaksesuaian dalam lingkungan kerja. Mereka harus mampu menjadi penengah yang adil sekaligus menjaga rahasia dan kenyamanan individu yang terlibat. Dalam menghadapi dinamika tersebut, HRD dituntut memiliki kepekaan sosial dan komunikasi interpersonal yang kuat agar setiap masalah dapat diselesaikan dengan tepat tanpa menciptakan ketegangan

baru. Melalui pendekatan yang suportif, HRD berupaya menciptakan budaya kerja yang inklusif, menghargai keberagaman, dan mendorong setiap individu untuk berkembang sesuai potensi terbaiknya.

2.4 Landasan Teori

2.4.1 Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan proses manajerial dimana setiap individu, kelompok, unit usaha, berusaha untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan dan saling mempertukarkan produk maupun jasa yang mereka miliki (Edhie Yoesep, 2022). Tujuan pemasaran sangatlah menarik, dimana dalam hal ini tidak hanya membahas bagaimana produk/jasa dapat dijual-belikan namun juga dapat menarik perhatian konsumen maupun klien, serta menciptakan kepuasan untuk konsumen.

Strategi pemasaran terletak pada perancangan strategi produk, dengan memanfaatkan teknologi saat ini yang terus berevolusi menjadi lebih canggih dan maju, menjadikan pemasaran berkembang dan memiliki wujud baru (Ruhjatini Dienni, 2023). Penerapan strategi pemasaran yang efektif sangat bergantung pada pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam era digital saat ini, perusahaan dituntut untuk mampu memanfaatkan data dan informasi konsumen guna menyusun pendekatan yang lebih personal dan tepat sasaran. Segmentasi pasar, penentuan target pasar, serta posisi produk menjadi komponen penting dalam merancang strategi pemasaran yang mampu menjawab tantangan persaingan bisnis yang semakin ketat.

Selain itu, perkembangan media sosial dan platform digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara perusahaan memasarkan produknya. Pemasaran tidak lagi hanya dilakukan secara konvensional, melainkan juga secara digital melalui konten kreatif, kolaborasi dengan influencer, serta kampanye digital yang interaktif. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan angka penjualan, tetapi juga untuk membangun brand awareness dan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Dengan berbagai inovasi dan pendekatan yang ada, perusahaan perlu memastikan bahwa setiap strategi pemasaran yang dijalankan selaras dengan identitas merek serta nilai-nilai yang ingin disampaikan kepada konsumen. Konsistensi dalam komunikasi pemasaran, pelayanan yang responsif, dan pemanfaatan teknologi seperti kecerdasan buatan atau sistem CRM (Customer Relationship Management), menjadi kunci penting dalam menciptakan hubungan yang kuat antara perusahaan dan konsumennya.

2.4.2 Digital Marketing

Digital marketing merupakan bentuk pemasaran modern yang memanfaatkan teknologi digital, khususnya internet, sebagai media utama untuk mempromosikan produk maupun jasa kepada konsumen secara lebih luas, cepat, dan efisien. Menurut Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan (2009), digital marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media digital seperti blog, website, e-mail, adwords, dan media sosial. Sementara itu, Prasetyo Wati dkk. (2020) mendefinisikan digital marketing sebagai bentuk pemasaran barang atau jasa yang bersifat terukur, interaktif, dan ditargetkan, dengan tujuan utama membentuk preferensi merek dan meningkatkan penjualan melalui platform digital.

Dalam era industri 4.0 hingga 5.0, digital marketing menjadi alternatif solusi atas berbagai keterbatasan promosi konvensional, khususnya bagi pelaku UMKM. Penggunaan media sosial, website, dan marketplace memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau pasar lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Strategi ini sejalan dengan kemudahan yang ditawarkan teknologi digital dalam mengukur performa pemasaran, melakukan penyesuaian strategi, dan menjalin komunikasi langsung dengan pelanggan.

Adapun media yang digunakan dalam digital marketing mencakup televisi, handphone, radio, videotron, website, media sosial, marketplace, email, dan aplikasi pesan. Konten digital yang digunakan dalam promosi dibagi menjadi berbagai bentuk seperti artikel, infografis, video, audio (podcast), serta desain visual. Konten-konten ini harus dibuat secara informatif, edukatif, interaktif,

menghibur, inspiratif, dan promosi untuk menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen serta meningkatkan loyalitas.

Keunggulan digital marketing antara lain adalah efisiensi biaya, jangkauan pasar yang luas, interaktivitas dengan konsumen, kemudahan pengukuran efektivitas promosi, serta potensi menciptakan konten yang menarik. Namun, digital marketing juga memiliki kelemahan seperti ketergantungan terhadap koneksi internet, risiko penipuan online, dan masih rendahnya pemahaman sebagian masyarakat terhadap sistem pembayaran digital.

2.4.3 Strategi Pemasaran Digital

Strategi pemasaran digital merupakan pendekatan terstruktur yang digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa melalui media digital, khususnya internet. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi dan perubahan perilaku konsumen, strategi ini menjadi elemen penting dalam mempertahankan daya saing bisnis. Berbeda dengan pemasaran konvensional, strategi pemasaran digital memanfaatkan kanal digital seperti media sosial, situs web, email, hingga mesin pencari untuk menjangkau pasar secara lebih luas, efisien, dan interaktif.

Penerapan strategi pemasaran digital berlandaskan pada beberapa prinsip, salah satunya adalah pemanfaatan bauran pemasaran (marketing mix) yang mencakup produk, harga, tempat, dan promosi, yang kini telah diperluas dengan elemen *people* atau sumber daya manusia. Strategi ini juga didukung oleh berbagai teknik seperti search engine optimization (SEO), search engine marketing (SEM), iklan berbayar, pemasaran afiliasi, konten pemasaran, hingga email marketing yang bertujuan meningkatkan interaksi konsumen dan membangun kesadaran merek.

Lebih jauh, strategi pemasaran digital perlu mempertimbangkan pendekatan berbasis data dan perilaku konsumen. Dalam hal ini, Teori Penerimaan Teknologi (TAM) menjadi relevan karena menekankan pentingnya persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan platform digital dalam membentuk sikap positif konsumen terhadap kampanye pemasaran. Konsumen cenderung

merespons dengan baik strategi pemasaran yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mudah diakses dan memberikan nilai tambah yang nyata.

Selain itu, Model Perilaku Konsumen juga dijadikan landasan dalam menyusun strategi yang efektif. Model ini menggarisbawahi bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, serta pengalaman personalisasi. Strategi yang menyesuaikan isi pesan dengan tahapan perjalanan konsumen dari pencarian informasi, pembelian, hingga pasca-pembelian mampu menciptakan pengalaman yang bermakna dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kekuatan utama strategi pemasaran digital terletak pada analisis data konsumen. Dengan menganalisis preferensi, perilaku online, dan respons terhadap kampanye, perusahaan dapat merancang promosi yang lebih tepat sasaran, mengukur efektivitas promosi secara real-time, serta melakukan penyesuaian secara dinamis sesuai dengan kebutuhan pasar.

