

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1. Logo Vision Corporation. Sumber: visioncorporation.co.id (2025).

Vision Corporation, yang juga kerap disebut Vision Achieve Strong, merupakan salah satu Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) dari sebuah perusahaan asuransi jiwa besar di Indonesia. Vision Corporation berdiri sejak tahun 2006, dan beraliansi dengan perusahaan asuransi yang berpusat di London, Inggris. Vision didirikan oleh Bapak Deny Oetama Hartono, Ia dikenal sebagai sosok legendaris di dunia keagenan asuransi. Bersama istrinya, Ibu Inge Wiriana, ia membangun tim yang terdiri dari tujuh anak muda yang dijuluki “7 Samurai,” yaitu Frengki, Susanto, Bambang Sudianto, Box Seli Lie, Jefry Wiriana, Heryanto Tandra, dan Firman Gea.

Kini, Vision Corporation berkembang menjadi salah satu KPM terbesar di Asia Tenggara dengan lebih dari 60 kantor cabang dan ribuan tenaga pemasar aktif di seluruh Indonesia. Dan menjadi komunitas yang disegani di dunia jasa keuangan dan asuransi di Indonesia. Dengan semangat profesionalisme, integritas, dan pengembangan sumber daya manusia, Vision Corporation terus berkomitmen untuk menciptakan lingkungan kerja yang inspiratif serta mendukung pertumbuhan tenaga pemasar yang unggul di bidang asuransi dan keuangan modern.

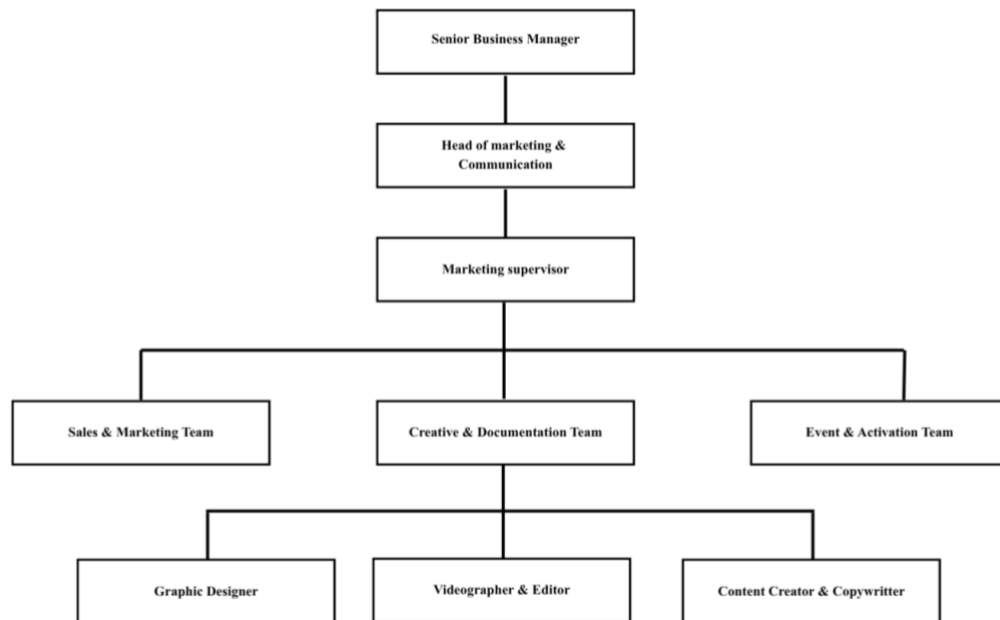
Selain berfokus pada penjualan produk asuransi, Vision Corporation juga menempatkan perhatian besar pada peningkatan kualitas sumber daya manusianya, terutama para agen, Agency dan tenaga pemasar. Agar kegiatan penjualan berjalan dengan efektif dan berkelanjutan, perusahaan secara rutin mengadakan pelatihan

dan pembekalan materi yang dikemas secara menarik. Materi pelatihan tersebut disajikan dalam bentuk visual yang informatif dan mudah dipahami, dengan dukungan konten yang telah melalui proses penyuntingan dan produksi media kreatif. Upaya ini dilakukan untuk memastikan setiap agen Vision mampu memahami nilai produk, mengkomunikasikan pesan dengan tepat, serta memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah.

<i>Strengths</i>	Vision Corporation memiliki reputasi yang kuat sebagai salah satu Kantor Pemasaran Mandiri terbesar di Asia Tenggara dengan jaringan yang luas, dan juga memiliki sistem pelatihan internal yang terstruktur dan berkualitas
<i>Weaknesses</i>	Vision masih menghadapi ketergantungan tinggi terhadap performa tenaga pemasar dalam menjaga stabilitas penjualan. Distribusi konten dan proses produksi konten belum berjalan merata dan memerlukan waktu agar bisa berjalan secara efisien.
<i>Opportunities</i>	Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi digital dan tumbuhnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya asuransi serta perencanaan keuangan. Tren komunikasi berbasis media sosial juga memberikan kesempatan besar meningkatkan penjualan/pemasaran dan memperkuat branding perusahaan
<i>Threats</i>	perubahan tren media digital yang cepat, sifat konten yang bersifat internal sehingga tidak dapat dipublikasikan secara luas, serta keterbatasan waktu dan sumber daya dalam memenuhi kebutuhan produksi.

Tabel 2.1. Variabel Penelitian. Sumber: Observasi Penulis (2025).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

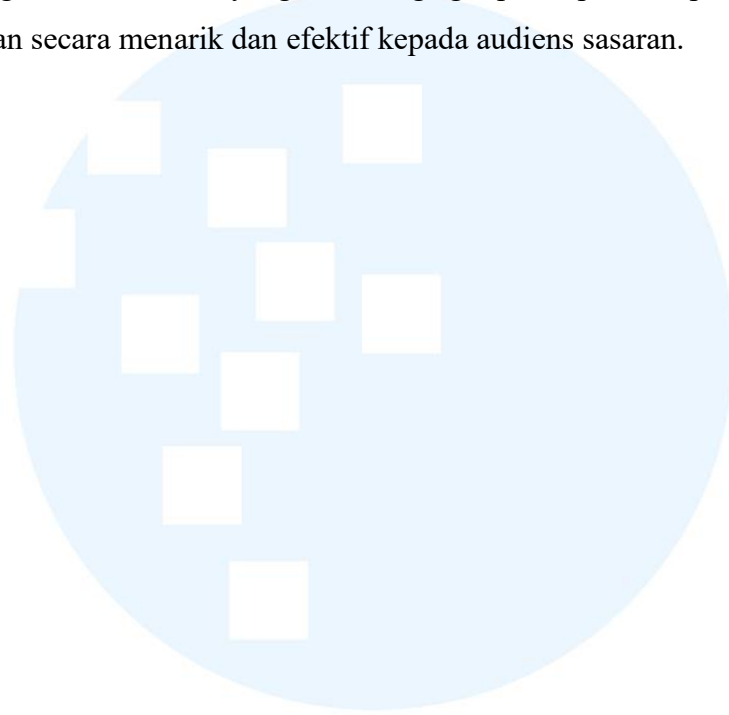


Gambar 2.2. Struktur Perusahaan Vision Corporation. Dokumen Perusahaan (2025).

Vision Corporation menerapkan struktur organisasi yang bersifat formal dengan sistem hierarki yang mencakup manajemen puncak hingga tingkat operasional. Meskipun demikian, rincian mengenai posisi seperti direktur, CEO, maupun dewan eksekutif tidak dipublikasikan secara umum karena termasuk dalam informasi internal yang bersifat rahasia perusahaan. Walaupun struktur di tingkat manajerial tidak diungkapkan secara terbuka, setiap divisi, termasuk Marketing & Communication, tetap menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya melalui jalur koordinasi yang terstruktur dan profesional.

Dalam praktiknya, divisi Marketing & Communication memegang peran strategis dalam membangun citra perusahaan serta menunjang aktivitas pemasaran melalui berbagai media promosi. Selama menjalani masa magang, penulis berkontribusi dalam mendukung tim pemasaran dengan menghasilkan materi

visual, khususnya melalui peran sebagai videographer dan editor. Pekerjaan tersebut mencakup proses pengambilan gambar, penyuntingan video, hingga pengembangan konten visual yang dirancang agar pesan promosi perusahaan dapat tersampaikan secara menarik dan efektif kepada audiens sasaran.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA