

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

BERT's Digital Agency merupakan perusahaan yang berdiri pada tahun 2019 dan berpusat di Yogyakarta, dengan fokus utama pada pemanfaatan kekuatan komunitas dalam menjalankan strategi pemasaran digital. Sejak proyek perdananya, BERT's menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dan telah melayani lebih dari 2.500 klien dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Sebagai agensi yang bergerak di bidang digital marketing, BERT's menawarkan berbagai layanan yang mencakup pemasaran berbasis *Key Opinion Leader* (KOL), aktivasi komunitas, serta pengelolaan konten kreatif yang meliputi produksi video, desain grafis, hingga manajemen media sosial.

Dalam menjalankan operasionalnya, BERT's memiliki sejumlah komunitas internal yang digunakan secara aktif untuk menjangkau segmen *audiens* tertentu. Beberapa diantaranya adalah Ibu2Canggih, yang berfokus pada segmen ibu-ibu modern; Geng Glowing, yang berorientasi pada bidang kecantikan dan perawatan diri; serta Ikan Galau, yang mengusung pendekatan santai dan humoris untuk menarik *audiens* muda. Melalui pendekatan berbasis komunitas ini, BERT's berupaya memastikan efektivitas kampanye pemasaran yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik target *audiens*.

BERT's dikenal sebagai agensi yang menekankan hasil dan efisiensi kerja. Hal ini diwujudkan melalui jaminan pencapaian *Key Performance Indicator* (KPI) dari setiap proyek, bahkan dengan kebijakan pemberian layanan tanpa biaya apabila target yang disepakati tidak tercapai. Selain itu, proses kerja yang efisien dan responsif didukung oleh tim produksi yang beroperasi secara fleksibel dan siap melayani kebutuhan klien setiap saat. Melalui sistem kerja ini, BERT's mampu membantu berbagai merek dalam mengoptimalkan keterlibatan konsumen serta

menghubungkan mereka dengan *influencer* dan pakar yang relevan untuk mencapai target *Return on Investment* (ROI) digital.

Dalam perjalanannya, BERT's telah dipercaya oleh berbagai merek ternama di Indonesia, seperti AQUA, Bebelac, SGM, Nutrilon, Digibank by DBS, Clean & Clear, Listerine, Neutrogena, Johnson's Baby, Formula, Wardah, dan Sania. Kolaborasi dengan berbagai *brand* besar tersebut menjadi bukti kapasitas BERT's dalam mengelola kebutuhan pemasaran lintas industri dengan strategi komunikasi yang adaptif dan berbasis data. Saat ini, kantor pusat BERT's berlokasi di LEGALO, 18 Office Park Lt. 10 Unit A, Jl. T. B. Simatupang No. 18, Kebagusan – Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Dalam perkembangannya, BERT's terus memperluas jangkauan dan pengaruhnya di ranah industri digital marketing nasional.



B E R T ' s

Gambar 2. Logo Bert's

Sumber : LinkedIn Bert's

Adapun nilai-nilai kerja yang dijunjung oleh BERT's meliputi empat prinsip utama, yaitu *relevant*, *proactive*, *resilient*, dan *pragmatic*. Keempat nilai tersebut menjadi landasan bagi BERT's dalam menjaga keberlanjutan dan daya saingnya di tengah perubahan tren digital yang cepat. Dengan berpegang pada prinsip relevansi dan profesionalisme, BERT's berkomitmen untuk memberikan solusi kreatif yang tidak hanya memenuhi permintaan klien, tetapi juga selaras dengan kemampuan dan kapabilitas tim internal secara optimal.

2.1.1. Visi Perusahaan

Visi BERT's adalah menjadi salah satu agensi digital terkemuka di Indonesia yang mengedepankan budaya keunggulan sebagai bagian dari identitas dan nilai utama perusahaan.

2.1.2. Misi Perusahaan

Misi dari Bert's adalah memberikan layanan bernilai tinggi secara konsisten kepada setiap klien melalui peningkatan berkelanjutan terhadap kualitas produk, kompetensi sumber daya manusia, serta keberhasilan.

2.1.3. Analisis SWOT

Selama menjalani program magang dan mengetahui lebih dalam perusahaan Bert's, penulis melakukan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*) dari Bert's, yaitu antara lain:

1. *Strength*

Produk BERT sudah dikenal luas dan mendapat tempat yang baik di pasar, didukung oleh berbagai klien ternama yang telah bekerja sama, seperti Blueband, Johnson & Johnson, hingga BliBli. Hal ini menunjukkan kinerja keuangan yang kuat dan stabil.

2. *Weakness*

Salah satu kelemahan BERT saat ini adalah proses bisnisnya yang masih tahap pengembangan. Hal ini menyebabkan tidak efisiennya alur kerja, pengambilan keputusan, serta pelaksanaan proyek besar seperti pembuatan *digital ads*. Kekurangan ini dipengaruhi oleh belum adanya kantor utama dan sistem kerja yang berjalan masih menerapkan *working from home*.

3. *Opportunity*

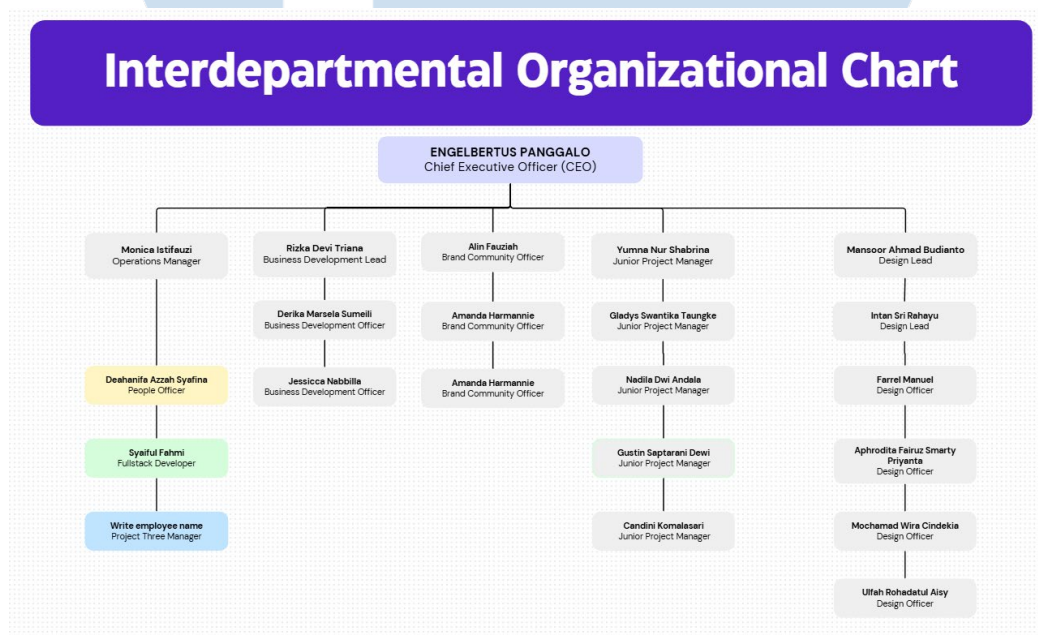
Selama pandemi COVID-19, digital marketing menjadi salah satu layanan yang banyak dibutuhkan di berbagai sektor industri. Banyak perusahaan yang mulai mencari agensi kreatif yang menawarkan harga lebih terjangkau untuk memenuhi kebutuhan pemasaran mereka.

4. *Threats*

Industri digital marketing menghadapi tingkat persaingan yang sangat tinggi, ditambah dengan adanya regulasi pemerintah yang tidak bisa diprediksi, serta kondisi kinerja ekonomi Indonesia yang turut memengaruhi perkembangan sektor ini.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

BERT adalah agensi digital yang berfokus pada kekuatan komunitas. Menawarkan layanan yang berupa pemasaran *influencer* serta peningkatan *engagement* dengan didukung oleh komunitas. Berikut merupakan bagan yang menjelaskan struktur organisasi dari BERT :



Gambar 2. 1 Contoh Struktur Perusahaan
Sumber : Dokumentasi Penulis

Dari hari ini BERT, memiliki dan mengelola 5 komunitas internal dengan peminat yang beragam serta dapat berkolaborasi dalam mempromosikan produk brand tertentu. Komunitas yang terus berkembang saat ini adalah Ibu2Canggih, Dompot Ibu Canggih, Ibu dan Bayi Canggih, Geng Glowing, dan Ikatan Generasi Anti Galau (Ikan Galau).

Kemudian selain komunitas, BERT juga memiliki tanggung jawab dalam *brand deals* yang biasanya ditangani oleh *fulltimer*. Penulis berada di divisi produksi (video editing & videographer) di 3 Komunitas yang dimiliki oleh BERT. Penulis bertanggung jawab dengan seluruh pembuatan *video reels*, *motion graphic*, serta *photo & video shoot* yang diadakan komunitas. Divisi produksi konten komunitas dipimpin oleh *community lead*, yaitu Mochammad Wira Cendikia. *Community lead* membagi tugas dan melakukan *scheduling* untuk proyek sesuai dengan *job desk* masing masing tim produksi. Anggota di dalam tim produksi pun memiliki perannya sendiri-sendiri, seperti video editor, *motion graphic artist*, *graphic designer*, *videographer*.

