

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Clout Indonesia perusahaan yang bergerak di bidang *e-commerce* dengan sistem *dropshipping*. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2021 dan memiliki fokus utama pada penjualan produk elektronik serta *personal care*. Hingga saat ini, PT Clout Indonesia mengelola 5 *brand* yang mencakup kategori produk, seperti *personal care*, dan elektronik. Kantor operasional PT Clout Indonesia berlokasi di Ruko West Park Blok C. NO.10, Pagedangan – BSD, Tangerang, Banten.

PT Clout telah meng-*handle* berbagai *brand* yang bergerak dibidang *e-commerce*. Awalnya PT Clout Indonesia berlokasi di Ruko Glaze 1, Jl. Boulevard Raya Gading Serpong, Klp. Dua, Kec. Klp, Dua, Kabupaten Tangerang, Banten Spesialisasi dari PT Clout Indonesia adalah *e-commerce*, *Digital Marketing*, *Branding*, *Tech*, dan *Beauty*.

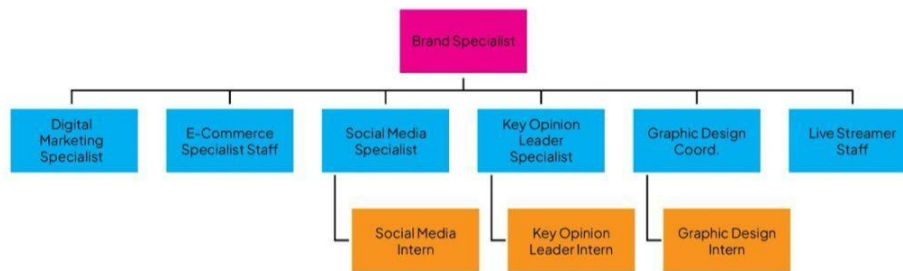
##### 2.1.1 Visi Misi

PT Clout Indonesia memiliki visi untuk menjadi perusahaan yang unggul, inovatif, dan kompetitif dalam berbagai bidang industri yang dijalankan, serta mampu mengembangkan dan memperkenalkan *brand* lokal agar dapat dikenal lebih luas hingga mencapai pasar global.

Dalam mewujudkan visi tersebut, PT Clout Indonesia memiliki misi untuk mendukung pertumbuhan dan pengembangan *brand* lokal agar mampu bersaing di pasar internasional. Perusahaan juga berkomitmen untuk menjalankan setiap aktivitas kerja dengan penuh tanggung jawab serta menjunjung tinggi profesionalisme dalam setiap aspek operasional perusahaan. Selain itu, PT Clout Indonesia menerapkan prinsip keterbukaan dan kerja sama yang baik guna membangun hubungan yang positif dan kepercayaan dengan berbagai pihak. Melalui kinerja yang konsisten dan inovatif, perusahaan

berupaya menjaga reputasi serta meningkatkan kualitas bisnis secara berkelanjutan.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.1 Perusahaan  
(sumber: Dokumen perusahaan, 2026)

Struktur organisasi PT Clout Indonesia dirancang secara sederhana dengan berfokus pada divisi utama, yaitu divisi *Marketing*. Divisi ini dipimpin oleh seorang *Brand Specialist* yang berada langsung di bawah pengawasan CEO. Struktur di dalamnya terbagi ke dalam beberapa peran spesifik seperti *Digital Marketing Specialist*, *Social media Specialist*, *Key Opinion Leader (KOL) Specialist*, *Graphic Design*. Serta *live Streamer Staff*. Pembagian peran ini bertujuan untuk membentuk kerja pada aspek pemasaran digital dapat dikelola secara optimal dengan kebutuhan perusahaan.

Struktur organisasi PT Clout Indonesia dirancang secara sederhana dengan berfokus pada divisi utama, yaitu divisi *Marketing*. Divisi ini dipimpin oleh seorang *Brand Specialist* yang berada langsung di bawah pengawasan CEO. Struktur di dalamnya terbagi ke dalam beberapa peran spesifik seperti *Digital Marketing Specialist*, *Social Media Specialist*, *Key Opinion Leader (KOL) Specialist*, *Graphic Design*, serta *Live Streamer Staff*. Pembagian peran ini bertujuan untuk memastikan setiap aspek pemasaran dapat dikelola secara optimal sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Selain posisi utama tersebut, perusahaan juga menyediakan beberapa posisi *intern* yang berfungsi untuk membantu operasional masing-masing divisi. Posisi

*intern* terdiri dari *Social Media Intern*, *KOL Intern*, dan *Graphic Design Intern* yang bekerja di bawah supervisi staf terkait. Keberadaan posisi intern tidak hanya membantu kelancaran pekerjaan divisi, tetapi juga menjadi sarana bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman kerja secara langsung dalam lingkungan profesional.

Selama pelaksanaan kegiatan magang, penulis ditempatkan pada posisi *Social Media Intern* yang berada di bawah koordinasi *Social Media Specialist*. Dalam menjalankan tugasnya, penulis berkoordinasi dengan berbagai pihak, seperti *Graphic Design Intern* dalam proses pembuatan aset visual, *KOL Intern* untuk kebutuhan *campaign* tertentu, serta *Brand Specialist* sebagai pihak yang memberikan arahan dan persetujuan terhadap konsep konten yang akan dipublikasikan. Koordinasi tersebut dilakukan untuk memastikan setiap konten yang diproduksi sesuai dengan identitas merek, kebutuhan promosi perusahaan, dan *target audiens* yang dituju.

Dengan struktur organisasi yang jelas, setiap anggota tim memiliki tanggung jawab yang terdefinisi dengan baik sehingga proses kerja dapat berjalan lebih efektif. Sistem koordinasi antar divisi juga membantu mempercepat proses perencanaan, produksi, hingga publikasi konten, terutama dalam mendukung berbagai *campaign* pemasaran dan aktivitas promosi yang dijalankan oleh perusahaan. Melalui struktur organisasi tersebut, perusahaan mampu menjaga konsistensi aktivitas pemasaran sekaligus meningkatkan efisiensi kerja antar anggota tim.