

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Artifisial Generatif Indonesia (AGIA) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi, khususnya dalam pengembangan solusi berbasis *Artificial Intelligence* (AI). Perusahaan ini didirikan pada tahun 2025 sebagai bentuk respons terhadap kebutuhan industri yang semakin meningkat dalam pemanfaatan teknologi AI yang tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga aplikatif dan terintegrasi dengan proses bisnis[5].

Latar belakang pendirian AGIA didasarkan pada fenomena di mana banyak organisasi menghadapi kendala dalam mengimplementasikan AI, seperti tingginya biaya, kompleksitas teknologi, serta kurangnya keterkaitan antara solusi yang ditawarkan dengan kebutuhan operasional sehari-hari. Oleh karena itu, AGIA hadir dengan tujuan untuk menjembatani kesenjangan antara perencanaan strategis dan implementasi teknis, sehingga teknologi AI dapat dimanfaatkan secara optimal dan memberikan nilai tambah yang nyata bagi organisasi. Logo PT Artifisial Generatif Indonesia dapat dilihat pada Gambar 2.1[6].



Gambar 2.1. Logo perusahaan AGIA

Memasuki tahun 2026, AGIA memposisikan diri sebagai *AI-native product and solution company* melalui penyediaan layanan secara menyeluruh (*end-to-end*). Pendekatan ini mencakup tahap *business understanding*, penguatan *data foundation*, hingga implementasi produk berbasis kecerdasan buatan. Melalui ekosistem ini, AGIA berkomitmen menghasilkan sistem yang terintegrasi dengan operasional, berkelanjutan secara teknis, serta adaptif terhadap dinamika perkembangan bisnis[5].

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan penyedia solusi berbasis *Artificial Intelligence* yang unggul, inovatif, dan terpercaya dalam mendukung transformasi digital organisasi melalui teknologi yang terintegrasi, efisien, dan berorientasi pada hasil[4].

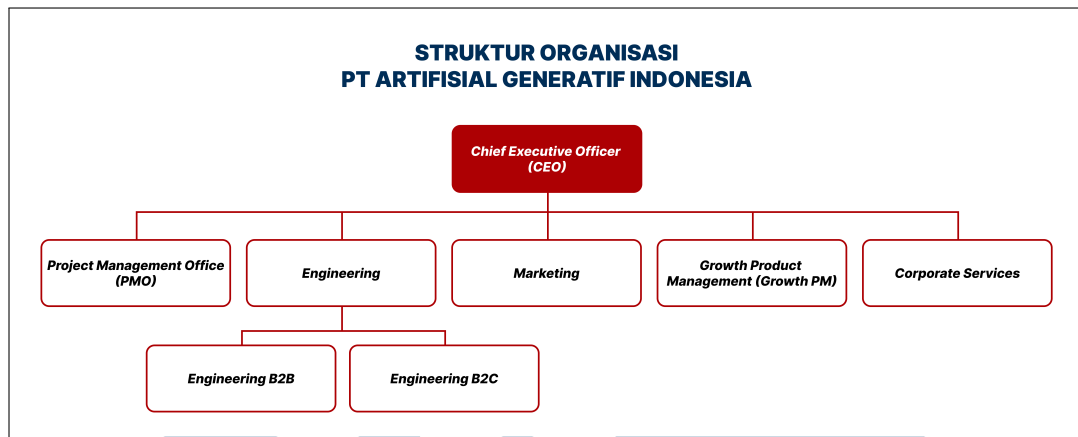
2.2.2 Misi Perusahaan

Untuk mewujudkan visi tersebut, AGIA menetapkan beberapa misi sebagai berikut[4]:

1. Mengembangkan solusi berbasis *Artificial Intelligence* yang aplikatif, terukur, dan sesuai dengan kebutuhan bisnis.
2. Menyediakan layanan terpadu (*end-to-end*) yang mencakup analisis kebutuhan, pengolahan data, hingga implementasi sistem berbasis AI.
3. Mengintegrasikan teknologi AI, *data analytics*, dan otomatisasi ke dalam proses bisnis guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional.
4. Menghasilkan produk dan sistem yang mudah digunakan (*user-friendly*), memiliki skalabilitas, serta adaptif terhadap perubahan kebutuhan bisnis.
5. Memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi biaya, dan kualitas pengambilan keputusan bagi klien.
6. Membangun ekosistem solusi AI yang transparan, bertanggung jawab, dan berkelanjutan.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.2 menunjukkan struktur organisasi AGIA secara menyeluruh. Dalam kegiatan magang ini, posisi Full-Stack Developer Internship berada pada Departemen Engineering B2B.



Gambar 2.2. Struktur organisasi perusahaan PT Artifisial Generatif Indonesia

2.3.1 Tugas dan Fungsi Departemen

PT Artifisial Generatif Indonesia (AGIA) dipimpin oleh seorang Chief Executive Officer (CEO) yang bertanggung jawab dalam menetapkan arah strategis serta kebijakan perusahaan. Dalam menjalankan operasionalnya, perusahaan memiliki beberapa unit departemen yang saling mendukung untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien, yaitu:

1. Project Management Office (PMO)

Departemen Project Management Office (PMO) memiliki peran dalam mengoordinasikan jalannya proyek, memastikan kesesuaian antara perencanaan dan pelaksanaan, serta memantau progres pekerjaan, termasuk penyusunan standar operasional prosedur (SOP) dan proses *audit delivery*.

2. Engineering

Departemen Engineering bertanggung jawab dalam proses pengembangan produk dan sistem, termasuk kegiatan pengembangan perangkat lunak, pengujian kualitas (*Quality Assurance*), serta pemeliharaan sistem yang telah diimplementasikan.

3. Marketing

Departemen Marketing berfokus pada perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran, termasuk pengelolaan konten, kampanye promosi, serta peningkatan visibilitas dan citra perusahaan di pasar.

4. **Growth Product Management (Growth PM)**

Growth Product Management (Growth PM) berperan dalam mengelola pertumbuhan produk, khususnya dalam menganalisis performa produk, mengidentifikasi peluang pengembangan, serta meningkatkan nilai produk bagi pengguna, terutama pada segmen *Business-to-Consumer (B2C)*.

5. **Corporate Services**

Departemen Corporate Services memiliki tanggung jawab dalam mendukung operasional internal perusahaan, termasuk pengelolaan administrasi, sumber daya manusia, serta fungsi pendukung lainnya yang berkaitan dengan kelancaran kegiatan operasional perusahaan.

