

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

AnyMind Group merupakan perusahaan teknologi yang menyediakan solusi *end-to-end commerce enablement* bagi berbagai pelaku bisnis. Perusahaan ini menghadirkan ekosistem platform digital yang terintegrasi untuk membantu brand, content creator, publisher, serta pelaku usaha lainnya dalam mengelola aktivitas bisnis secara lebih efisien. Layanan yang ditawarkan mencakup berbagai aspek, mulai dari pemasaran digital, pengelolaan konten, hingga operasional perdagangan berbasis teknologi.

Di Indonesia, perusahaan ini beroperasi melalui PT AnyMind Technology Indonesia yang berlokasi di Thamrin Nine Complex, Gedung Autograph Tower Lantai 53 Unit K-01, Jalan MH Thamrin No.10, Jakarta Pusat 10230, dengan nomor telepon (021) 3000-7807.

AnyMind Group didirikan pada bulan April 2016 di Singapura oleh dua pendirinya, yaitu Kosuke Sogo dan Otohiko Kozutsumi dengan nama awal AdAsia Holdings. Pada awal berdirinya, perusahaan ini berfokus pada pengembangan teknologi periklanan digital yang membantu pengiklan dan publisher dalam menjalankan aktivitas pemasaran online serta monetisasi situs web melalui solusi berbasis teknologi.

Seiring dengan perkembangan industri digital serta meningkatnya kebutuhan akan solusi teknologi yang lebih terintegrasi, perusahaan kemudian memperluas lini bisnisnya ke berbagai sektor seperti *influencer marketing*, manajemen konten digital, hingga solusi *commerce* berbasis teknologi. Pada tahun 2018, perusahaan melakukan perubahan nama dari AdAsia Holdings menjadi AnyMind Group sebagai bentuk transformasi perusahaan menjadi platform teknologi yang menyediakan berbagai solusi bisnis dalam satu ekosistem terintegrasi.

Dalam perjalanannya, AnyMind Group mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dan berhasil melakukan ekspansi ke berbagai negara di kawasan Asia Pasifik, seperti Jepang, Thailand, Vietnam, Indonesia, Hong Kong, dan beberapa negara lainnya. Perusahaan juga terus mengembangkan berbagai platform *digital* untuk mendukung kegiatan pemasaran, manajemen konten, hingga operasional perdagangan *digital* bagi para kliennya.

Beberapa pencapaian penting dalam sejarah perusahaan meliputi:

- Pada tahun 2016, perusahaan mengawali langkahnya di industri periklanan digital di Singapura.
- Tahun 2018 menjadi titik balik dengan perubahan nama menjadi AnyMind Group untuk menaungi berbagai platform baru seperti AnyTag.
- Antara tahun 2020 hingga 2022, AnyMind memperluas jangkauannya ke sektor D2C (*Direct-to-Consumer*) dan manajemen logistik.
- Puncaknya pada tahun 2023, Any Mind Group resmi melantai di bursa saham (IPO) melalui *Tokyo Stock Exchange*, yang memperkuat posisinya sebagai pemain besar di industri teknologi global.



Gambar 2.1 Logo PT Anymind Technology Indonesia

Sumber: Anymind Group, 2020

Logo AnyMind Group menggambarkan peran perusahaan sebagai penyedia infrastruktur bisnis digital yang menghubungkan berbagai bagian dalam ekosistem perdagangan modern. Desain logonya yang berbentuk geometris dan saling terhubung melambangkan konektivitas antara perusahaan, kreator, dan konsumen tanpa batas wilayah. Hal ini juga menunjukkan posisi AnyMind sebagai penghubung

berbagai layanan, mulai dari *e-commerce*, pemasaran, hingga logistik dalam satu sistem yang terintegrasi.

Secara filosofis, identitas visual ini mencerminkan semangat inovasi dan fleksibilitas dalam mendukung siapa saja (*Any*) untuk mengembangkan setiap pemikiran kreatif (*Mind*) melalui pemanfaatan teknologi dan kecerdasan buatan. Dengan konsep tersebut, AnyMind ingin membangun ekosistem bisnis digital yang kolaboratif, modern, dan mampu beradaptasi dengan perkembangan pasar yang terus berubah.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Sebagai perusahaan rintisan yang kini telah menjadi perusahaan publik, AnyMind Group membawa semangat untuk mendigitalisasi setiap aspek perdagangan. Visi dan misi tersebut dijabarkan sebagai berikut:

Visi Perusahaan Menjadi infrastruktur utama bagi bisnis masa depan, di mana teknologi dapat menghapus batasan bagi siapapun untuk tumbuh dan berkembang di pasar global.

Misi Perusahaan Memungkinkan setiap individu dan bisnis untuk menjalankan operasional mereka dengan lebih mudah dan efisien melalui integrasi teknologi di seluruh rantai nilai perdagangan.

2.1.2 Konsep Model Bisnis Perusahaan

Secara mendasar, Any Mind Group menjalankan model bisnis yang mereka sebut sebagai "*Brand Commerce*" dan "*Partner Growth*". Inti dari konsep

ini adalah menyediakan alat digital yang saling terhubung untuk mendukung berbagai kebutuhan pengguna. Berikut adalah pembagian ekosistemnya:



Gambar 2.2 Konsep Model Bisnis AnyMind Group

Sumber: Anymind Group,2020

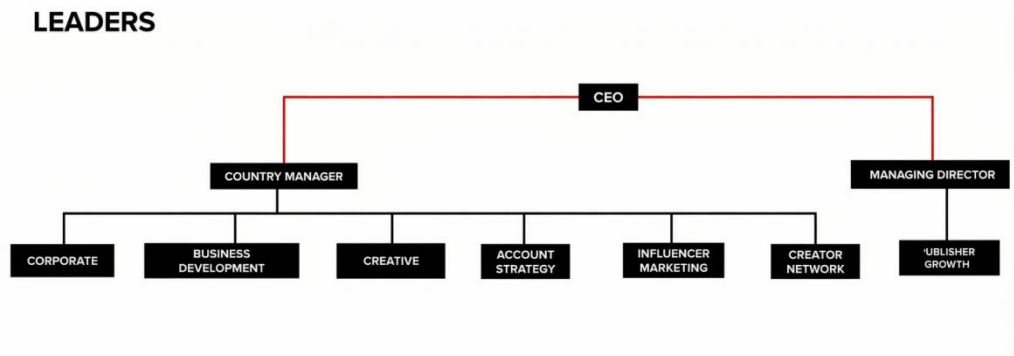
1. **AnyTag:** Digunakan untuk mengelola pemasaran melalui *influencer*. Platform ini membantu *brand* mencari profil yang cocok sekaligus memantau efektivitas kampanye secara *real-time*.
2. **AnyManager:** Ditujukan bagi pemilik situs web atau aplikasi agar mereka bisa memaksimalkan pendapatan dari iklan serta menganalisis perilaku pengunjung dengan lebih mendalam.
3. **AnyLogi & AnyFactory:** Fokus pada sisi operasional, di mana platform ini memfasilitasi pembuatan produk (manufaktur) secara *custom* hingga pengaturan pengiriman barang ke konsumen akhir.

Proses kerja layanan AnyMind secara sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:

- Pihak klien atau kreator memulai dengan merancang atau memproduksi barang melalui platform manufaktur digital.
- Barang tersebut kemudian dipasarkan menggunakan jaringan iklan digital dan jasa *influencer* yang ada dalam ekosistem AnyMind.

- Seluruh transaksi dan pengiriman dipantau secara otomatis, sehingga klien bisa lebih fokus pada pengembangan ide tanpa pusing memikirkan teknis operasional.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Anymind Technology Indonesia
Sumber: Divisi HR Internal Anymind Group

Struktur organisasi di AnyMind Group dipimpin oleh seorang **Chief Executive Officer (CEO)** sebagai pimpinan tertinggi perusahaan. Dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan, CEO membawahi dua posisi utama, yaitu **Country Manager** dan **Managing Director**.

Country Manager bertanggung jawab dalam mengelola keseluruhan operasional perusahaan di tingkat negara, khususnya dalam menyesuaikan strategi global dengan kondisi pasar lokal. Di bawah *Country Manager*, terdapat beberapa departemen yang berperan penting dalam mendukung kegiatan operasional dan pengembangan bisnis perusahaan.

- Divisi **Corporate** berperan dalam menangani kebutuhan internal perusahaan, seperti administrasi, kebijakan operasional, serta memastikan seluruh aktivitas perusahaan berjalan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Divisi ini juga menjadi pendukung utama dalam menjaga stabilitas operasional perusahaan.
- Divisi **Business Development** berfokus pada pengembangan bisnis melalui pencarian peluang kerja sama baru serta membangun dan menjaga hubungan dengan

klien. Divisi ini memiliki peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan *revenue* perusahaan.

- Divisi ***Creative*** bertanggung jawab dalam merancang dan memproduksi konten kreatif yang digunakan dalam berbagai *campaign*. Kegiatan yang dilakukan meliputi pembuatan konsep, desain visual, hingga eksekusi konten yang disesuaikan dengan kebutuhan brand dan target audiens.

- Divisi ***Account Strategy*** memiliki peran dalam mengelola hubungan dengan klien sekaligus menyusun strategi *campaign* yang efektif. Divisi ini memastikan bahwa kebutuhan klien dapat diterjemahkan ke dalam strategi pemasaran yang tepat dan dapat diimplementasikan dengan baik oleh tim terkait.

- Divisi ***Influencer Marketing*** berfokus pada pelaksanaan *campaign* yang melibatkan *content creator* atau *influencer*. Tugasnya mencakup pemilihan *influencer* yang sesuai dengan *brand*, pengelolaan kerja sama, serta monitoring performa *campaign* untuk memastikan hasil yang optimal.

- Divisi ***Creator Network*** bertanggung jawab dalam mengelola dan mengembangkan jaringan *content creator* yang tergabung dalam ekosistem perusahaan. Divisi ini juga berperan dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan para *creator* serta membantu meningkatkan kualitas dan performa mereka.

Sementara itu, ***Managing Director*** memiliki tanggung jawab dalam memastikan kelancaran operasional bisnis secara menyeluruh serta mengawasi pengembangan lini bisnis tertentu, khususnya pada divisi ***Publisher Growth***.

- Divisi ***Publisher Growth*** berfokus pada pengembangan dan optimalisasi publisher, seperti website atau platform digital lainnya. Divisi ini bertugas meningkatkan performa serta monetisasi platform melalui strategi berbasis data, sehingga dapat memberikan nilai tambah baik bagi perusahaan maupun mitra bisnis.

Melalui pembagian struktur ini, AnyMind Group dapat menjalankan koordinasi antar departemen secara lebih terarah. Setiap divisi memiliki peran yang

saling melengkapi, sehingga mampu mendukung pertumbuhan bisnis perusahaan secara berkelanjutan, baik di tingkat lokal maupun regional.

2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai perusahaan *end-to-end commerce enablement*, PT AnyMind Technology Indonesia memiliki jaringan kerja sama yang sangat luas dengan berbagai *brand* terkemuka, baik di skala nasional maupun regional Asia Pasifik. AnyMind menyediakan solusi yang membantu brand-brand tersebut dalam mengoptimalkan pemasaran digital, mengelola operasional *e-commerce*, hingga menjalankan *campaign influencer marketing*.

Berikut adalah beberapa portofolio *brand* utama yang bekerja sama dengan AnyMind Group, yang dikelompokkan berdasarkan sektor industrinya:

1. Sektor Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) & Food and Beverage (F&B)

Pada sektor FMCG dan makanan-minuman, AnyMind banyak membantu dalam hal strategi pemasaran digital dan manajemen *creator/influencer*. Di sektor ini, terdapat beberapa *brand* yang dikelola langsung oleh penulis selama menjalani kegiatan magang pada divisi Influencer Marketing, antara lain:

- **Sarimi Gelas:** Produk mi instan dari Indofood. Kerja sama yang dilakukan berfokus pada strategi *influencer marketing* dan pengelolaan *campaign affiliate* di media sosial TikTok untuk meningkatkan interaksi *engagement dan konversi GMV* dengan konsumen muda dan Gen Z.
- **Sosro:** Salah satu produsen teh dalam kemasan terbesar di Indonesia. Selama magang, penulis ikut membantu pengelolaan *affiliate marketing* untuk Sosro, mulai dari menyusun database dan mengelola *affiliate campaign, setting comission* untuk sampel produk (SKU) di *shopee*, hingga memantau performa promosi.
- **Rumah Teh Indonesia:** Merek teh lokal yang memanfaatkan jaringan digital AnyMind Indonesia selama magang, penulis ikut membantu pengelolaan *affiliate marketing* untuk Sosro, mulai dari menyusun

database dan mengelola *affiliate campaign*, *setting comission* untuk sampel produk (SKU) di *shopee*, hingga memantau performa promosi.

- **Wings Group:** Salah satu perusahaan FMCG terbesar di Indonesia yang bekerja sama dengan AnyMind untuk meningkatkan efisiensi dalam pencarian, pemilihan, dan manajemen *KOL/influencer* berskala makro maupun mikro.

2. Sektor Elektronik, Teknologi, & Aplikasi Mobile

Di sektor teknologi, AnyMind menyediakan platform iklan digital tingkat lanjut *digital advertising* untuk membantu perusahaan global menjangkau target pasar yang lebih tepat sasaran:

- **Samsung:** Menggunakan platform *AnyLive* dari AnyMind untuk mendukung aktivitas *live commerce* berbasis kecerdasan buatan (AI) di delapan negara di Asia.
- **Kaspersky:** Memanfaatkan platform *AnyTag* untuk menjalankan pemasaran berbasis data lewat *influencer*, guna memantau efektivitas iklan dan meningkatkan jumlah kunjungan ke toko resmi/*official store*.
- **FINNIX:** Menggunakan POKKT platform iklan *mobile* milik AnyMind untuk mendorong pertumbuhan bisnis dan meningkatkan jumlah unduhan aplikasi secara terukur.

3. Sektor Kesehatan, Farmasi, & Kecantikan (Healthcare & Beauty)

Untuk industri ini, AnyMind tidak hanya membantu pemasaran, tetapi juga menjadi dalam mengelola operasional penjualan di berbagai *marketplace*:

- **Rohto Laboratories Indonesia:** Bermitra dalam memperkuat penjualan digital dan pertumbuhan toko resmi mereka melalui analisis data *e-commerce*.
- **Reckitt (Mead Johnson):** Memercayakan pengelolaan operasional harian toko, stok barang (inventaris), hingga layanan customer service untuk merek susu formula seperti Enfagrow dan Enfamil.
- **Unilever (Lifebuoy & LUX):** Menjalankan *digital campaign* untuk lini produk sabun mandi mereka. Kerja sama dengan AnyMind berfokus

pada promosi lewat *influencer* kategori mikro, di mana para *creator* konten dengan skala pengikut yang lebih spesifik ini digunakan untuk membangun kedekatan produk (*relatability*) dengan konsumen.

- **Pantene:** Merek perawatan rambut global dari P&G, yaitu Pantene *Miracle Series*. Penulis ikut terlibat langsung sebagai tim registrasi yang bertugas melakukan kurasi dan menghubungi kreator konten sebelum acara, mengelola absensi kehadiran kreator di lokasi *event*.

Melalui berbagai portofolio tersebut, AnyMind Group menunjukkan posisinya sebagai perusahaan teknologi digital dan *commerce enablement* yang mampu membantu pertumbuhan bisnis klien melalui strategi pemasaran *digital*, *influencer affiliate marketing*, hingga pengelolaan operasional *e-commerce* secara terintegrasi di kawasan Asia Pasifik.

