

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Galesong Group merupakan salah satu kelompok usaha terkemuka di Kawasan Indonesia Timur yang berpusat di Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Sebagai sebuah *holding company*, Galesong Group menaungi berbagai unit bisnis yang bergerak di berbagai sektor industri. Selama lebih dari lima dekade beroperasi, perusahaan ini telah membuktikan diri sebagai pelaku bisnis yang adatif dan konsisten dalam mendorong pertumbuhan ekonomi regional (Galesong Group, 2026).

Perjalanan Galesong Group bermula pada tahun 1975 ketika PT Sinar Galesong didirikan sebagai dealer resmi sepeda motor Suzuki di Kota Makassar. Kehadiran perusahaan ini merupakan bagian dari gelombang pertumbuhan industri otomotif nasional yang tengah berkembang pesat pada era tersebut. Bisnis otomotif yang dirintis sejak awal inilah yang menjadi fondasi utama ekspansi perusahaan ke depannya (Galesong Group, 2026).

Seiring meningkatnya skala operasional dan kebutuhan akan sistem manajemen yang lebih terstruktur, pada tanggal 5 April 1990 perusahaan resmi berganti nama menjadi PT Sinar Galesong Pratama. Perubahan ini bukan sekedar pergantian identitas, melainkan bagian dari transformasi manajemen menuju sistem yang lebih modern, profesional, dan terbuka. Langkah ini menjadi penanda penting sebagai titik awal transformasi kelembagaan yang lebih besar dalam sejarah perusahaan (Galesong Group, 2026).

Momentum pertumbuhan yang terus berlanjut mendorong perusahaan untuk melakukan diversifikasi usaha ke berbagai sektor. Pada tahun 2012, Galesong Group secara resmi terbentuk sebagai struktur *holding company* yang mengintegrasikan seluruh unit bisnis di bawah satu payung korporasi. Langkah strategis ini bertujuan memperkuat koordinasi antar unit bisnis, meningkatkan

efisiensi operasional, serta menciptakan sinergi yang lebih kokoh dalam menghadapi persaingan pasar (Galesong Group, 2026).

Hingga saat ini Galesong Group mengelola berbagai lini usaha yang mencakup sektor otomotif, properti, perhotelan dan *leisure*, pertambangan, hingga akuakultur. Keberagaman portofolio bisnis ini mencerminkan strategi perusahaan dalam memperluas pangsa pasar serta memperkuat daya saing. Setiap unit bisnis dikelola secara semi-otonom namun tetap berada dalam kerangka nilai dan arah strategis yang ditetapkan oleh manajemen pusat Galesong Group (Galesong Group, 2026).

Sebagai bagian dari perayaan ulang tahun ke-50 perusahaan pada tahun 2025, Galesong Group melakukan pembaruan identitas visual melalui peluncuran logo baru. Pembaruan ini bukan sekedar bersifat estetis, melainkan merupakan pernyataan strategis mengenai arah perusahaan ke depan, mencerminkan semangat pertumbuhan, inovasi, dan kemampuan adaptasi yang menjadi inti filosofi bisnis perusahaan (Galesong Group, 2025).



Gambar 1. Logo Baru Galesong Group

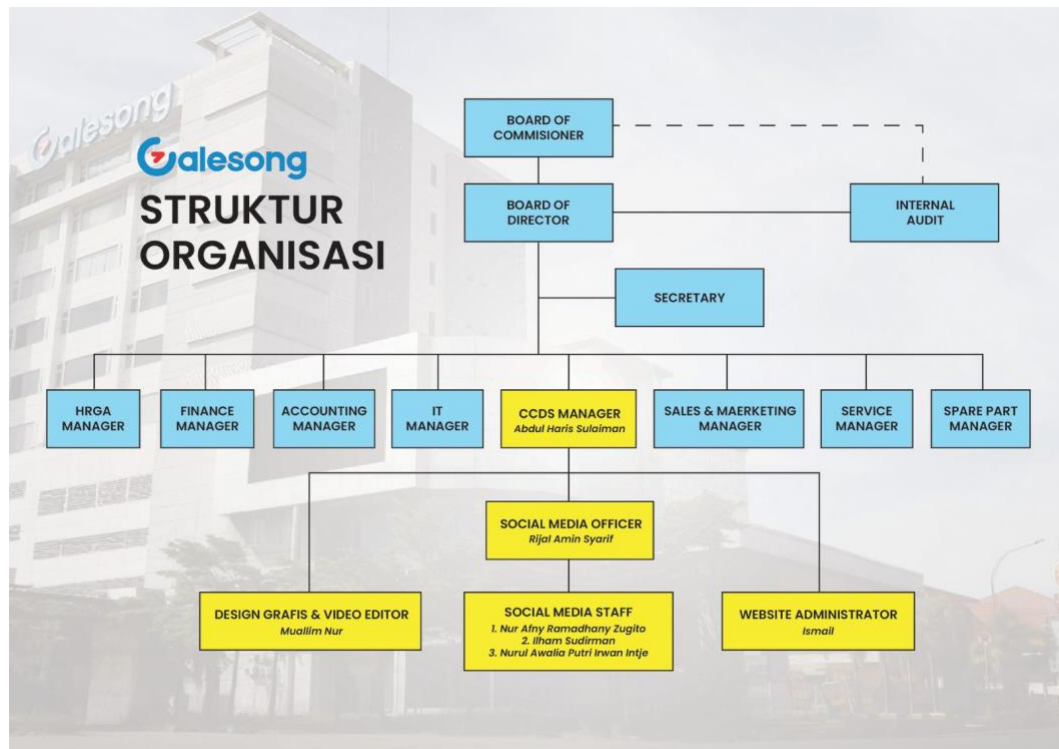
Dengan perjalanan bisnis yang panjang dan strategi diversifikasi yang terus berkembang, Galesong Group menegaskan posisinya sebagai salah satu kelompok usaha yang berpengaruh di Kawasan Indonesia Timur. Komitmen terhadap inovasi, penguatan komunikasi korporat, dan pengembangan layanan digital menjadi pilar penting dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan di tengah dinamika industri yang terus berubah.

2.2 Visi dan Misi

Dalam menjalankan seluruh kegiatan usahanya, Galesong Group berlandaskan pada visi untuk “*menjadi perusahaan yang terus bertumbuh, kokoh, dan adaptif*” (Galesong Group, 2026). Visi ini merangkum tiga nilai inti yang menjadi panduan arah perusahaan. *Bertumbuh* berarti perusahaan senantiasa berorientasi pada perkembangan, baik dari segi skala bisnis, jangkauan pasar, maupun peningkatan kualitas sumber daya manusia. *Kokoh* mencerminkan komitmen untuk membangun fondasi yang kuat secara finansial, manajerial, dan reputasional agar mampu bertahan menghadapi berbagai tantangan internal maupun eksternal. Sementara *adaptif* menegaskan kesiapan perusahaan untuk terus berinovasi sesuai perkembangan zaman, termasuk dalam penerapan teknologi dan transformasi digital (Galesong Group, 2026).

Sejalan dengan visinya, Galesong Group menetapkan misi untuk memberikan nilai tambah bagi seluruh konsumen, karyawan, lingkungan, dan masyarakat. Misi ini diwujudkan melalui empat komitmen utama, yaitu: senantiasa memberikan pelayanan yang melampaui ekspektasi konsumen; menyediakan jenjang karir yang jelas serta masa depan yang menjanjikan bagi karyawan; menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan secara berkelanjutan; serta turut berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat (Galesong Group, 2026).

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: HR Department PT Sinar Galesong Pratama (2026)

PT Sinar Galesong Pratama memiliki struktur organisasi yang mencerminkan tata kelola perusahaan yang terstruktur dan profesional. Secara hierarkis, perusahaan dipimpin oleh *Board of Commissioner* yang berfungsi sebagai pengawas tertinggi dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan. Di bawahnya terdapat *Board of Director* selaku pimpinan eksekutif yang bertanggung jawab atas pengelolaan operasional perusahaan secara keseluruhan. Pada level yang sejajar dengan *Board of Director*, terdapat unit *Internal Audit* yang berperan dalam pengawasan internal perusahaan, serta *Secretary* yang mendukung koordinasi administratif pimpinan.

Di bawah *Board of Director*, terdapat delapan divisi manajerial yang masing-masing memimpin fungsi operasional yang berbeda, yaitu: HRGA Manager, Finance Manager, Accounting Manager, IT Manager, *Corporate Communication and Digital Services* (CCDS) Manager, Sales & Marketing Manager, Service Manager, dan Spare Part Manager. Jabatan CCDS Manager saat

ini dijabat oleh Bapak Abdul Haris Sulaiman, yang sekaligus merupakan pembimbing lapangan penulis selama pelaksanaan kerja magang.

Departemen CCDS sendiri memiliki struktur tim yang terdiri dari beberapa posisi. Di bawah CCDS Manager terdapat *Social Media Officer* yang dijabat oleh Rijal Amin Syarif, yang bertugas mengawasi dan mengoordinasikan seluruh aktivitas komunikasi dan konten digital perusahaan. Di bawah *Social Media Officer* terdapat tiga sub-unit, yaitu: (1) Desain Grafis & Video Editor yang dijabat oleh Muallim Nur, bertugas memproduksi konten visual dan video untuk kebutuhan komunikasi perusahaan; (2) *Social Media Staff* yang terdiri dari Nur Afny Ramadhany Zugito, Ilham Sudirman, dan Nurul Awalia Putri Irwan Intje, bertugas mengelola seluruh platform media sosial perusahaan; serta (3) *Website Administrator* yang dijabat oleh Ismail, bertanggung jawab atas pengelolaan dan pemeliharaan situs web resmi perusahaan.

Struktur organisasi yang terbagi secara fungsional ini mencerminkan penerapan prinsip spesialisasi dalam manajemen organisasi modern, di mana setiap divisi memiliki ruang lingkup tanggung jawab yang jelas dan terukur. Khususnya pada Departemen CCDS, pembagian peran yang spesifik antara desain grafis, pengelolaan media sosial, dan administrasi *website* memungkinkan pengelolaan komunikasi digital yang lebih terarah, efisien, dan konsisten sesuai dengan kebutuhan strategis perusahaan.

2.4 Portfolio Perusahaan

Sebagai sebuah *holding company* yang telah bergerak selama lebih dari lima dekade, Galesong Group memiliki beragam portofolio bisnis yang tersebar di lima sektor utama, yaitu otomotif, properti, perhotelan dan *leisure*, pertambangan, dan akuakultur. Keberagaman portofolio ini mencerminkan strategi ekspansi bisnis yang terencana dan berorientasi pada peluang jangka panjang di berbagai sektor yang memiliki permintaan tinggi di kawasan Indonesia Timur (Galesong Group, 2026).

Pertama, sektor otomotif merupakan dasar bisnis Galesong Group sejak pertama berdiri. Dimulai dari distribusi sepeda motor Suzuki, bisnis otomotif Galesong Group kini telah berkembang menjadi salah satu jaringan dealer terbesar di Pulau Sulawesi. Melalui PT Sinar Galesong Mandiri, perusahaan menjalankan distribusi sepeda motor Suzuki yang mencakup wilayah Makassar, Manado, Palopo, Gorontalo, Palu, dan Kendari. Sementara itu, untuk segmen kendaraan roda empat, Galesong Group hadir melalui PT Sinar Galesong Mobilindo sebagai *main dealer* resmi Hyundai Motor Indonesia di seluruh Pulau Sulawesi. Selain itu, Galesong Group juga menjadi dealer resmi Morris Garages (MG) di wilayah Sulawesi melalui PT Sinar Galesong Automobil. Pada tahun 2020, seluruh unit bisnis otomotif ini diintegrasikan di bawah Sub Holding Otomotif guna memperkuat strategi dan koordinasi bisnis secara menyeluruh (Galesong Group, 2026).

Kedua, sektor properti menjadi salah satu pilar ekspansi Galesong Group yang berkembang pesat. Di sektor ini, perusahaan bergerak dalam kawasan perumahan, pergudangan, penyewaan gedung, dan apartemen. Salah satu kemitraan strategis yang menonjol adalah kerja sama dengan Ciputra Group yang menghadirkan kawasan residensial bertaraf internasional seperti Citraland Celebes, Citra Garden, dan Citraland Galesong City di Sulawesi Selatan, termasuk pembangunan tiga Menara apartemen 38 lantai beserta fasilitas komersial di pusat bisnis Makassar. Selain itu, Galesong Group juga bermitra dengan BSA Land untuk mengembangkan kawasan pasar segar di Kota Makassar dan Kota Manado (Galesong Group, 2026).

Ketiga, sektor perhotelan dan *leisure* mencerminkan ekspansi Galesong Group ke industri *hospitality* dan *lifestyle*. Di bidang perhotelan, Galesong Group menghadirkan Swiss-Belinn Panakkukang di Makassar, Swiss-Belexpress di Bali, serta bermitra dengan Quality Hotel di Manado. Selain itu, perusahaan juga mengembangkan kawasan *leisure* bertaraf internasional bernama Padivalley Golf Club, yang berlokasi di kawasan Citraland Galesong City, Kabupaten Gowa. Padivalley memiliki lapangan golf 18 *Hole* yang dirancang oleh Bob Moore dari

JMP Gold Design Group asal Amerika Serikat, dan kini berkembang menjadi destinasi *lifestyle* dan wisata olahraga yang semakin diminati masyarakat (Galesong Group, 2026).

Keempat, sektor pertambangan menjadi salah satu lini ekspansi terbaru yang menunjukkan keberanian Galesong Group merambah sektor sumber daya alam. Perusahaan menggarap tambang marmer yang berlokasi di Kabupaten Maros, Sulawesi Selatan, sebuah wilayah yang dikenal memiliki cadangan marmer berkualitas tinggi. Sebagian besar produksi marmer yang dihasilkan diekspor ke luar negeri, mengingat tingginya permintaan marmer baik di pasar domestik maupun internasional. Keterlibatan di sektor ini sekaligus memperkuat posisi Galesong Group sebagai pelaku bisnis yang berorientasi pada potensi sumber daya alam kawasan timur Indonesia (Galesong Group, 2026).

Kelima, sektor akuakultur merupakan lini bisnis yang paling terbaru dalam portofolio Galesong Group, menandai langkah perusahaan ke sektor perikanan budidaya. Sejak pertengahan tahun 2017, Galesong Group menjalankan usaha budidaya udang Vaname di salah satu kabupaten di Sulawesi Selatan dengan area seluas 14 hektare yang terbagi dalam 79 kolam tambak. Dengan rata-rata produksi optimal mencapai 21 Ton udang per kolam seluas 3.500 Meter persegi, Sebagian besar hasil budidaya ini dipasarkan ke pasar domestik, terutama Pulau Jawa, yang kemudian diserap oleh eksportir untuk memenuhi permintaan pasar internasional (Rahmat, 2018).

Keseluruhan portofolio bisnis Galesong Group yang mencakup lima sektor tersebut mencerminkan komitmen perusahaan dalam membangun ekosistem bisnis yang menyeluruh, saling melengkapi, dan berdaya saing tinggi. Keberagaman sektor ini tidak hanya memperkuat ketahanan bisnis perusahaan di tengah dinamika ekonomi yang terus berubah, tetapi juga memperluas kontribusi Galesong Group bagi pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di kawasan Indonesia Timur (Galesong Group, 2026).