

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Agensi Sukses Bahagia merupakan perusahaan induk dari *Growth Monks Corp* (GMC Active), sebuah perusahaan yang pada awal pendiriannya pada tahun 2021 berfokus sebagai *digital marketing agency* (PT Agensi Sukses Bahagia, 2024). Pada fase awal tersebut, GMC Active berperan dalam membantu berbagai brand membangun kehadiran digital melalui strategi konten, pengembangan kampanye kreatif, serta pengelolaan media sosial. Dengan pendekatan berbasis data dan kreativitas, GMC Active berkembang sebagai agensi yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan perilaku digital masyarakat (GMC Active, 2024).

Memasuki tahun 2024, GMC Active mulai melihat adanya perubahan signifikan dalam industri hiburan dan gaya hidup, khususnya terkait pertumbuhan komunitas serta ekonomi di sektor olahraga (PT Agensi Sukses Bahagia, 2024). Berdasarkan pengamatan tren global dan prediksi meningkatnya popularitas olahraga seperti lari, maraton, *fitness*, serta *event* olahraga massal pada tahun 2025, GMC Active memilih untuk memperluas fokus bisnisnya. Dari yang sebelumnya bergerak di ranah *digital marketing*, perusahaan ini mulai mengembangkan layanan dan aktivasi yang terintegrasi dengan dunia olahraga (Komunikasi personal, 2024).

Langkah strategis tersebut mendorong GMC Active bertransformasi menjadi sebuah kolektif kreatif yang tidak hanya mengelola pemasaran digital, tetapi juga membangun pengalaman nyata melalui penyelenggaraan event, kampanye, dan kolaborasi yang melibatkan atlet, komunitas olahraga, serta *brand* yang relevan. Fokus baru ini membuat GMC Active lebih aktif beroperasi di Singapura serta mulai memperkuat jejaring internasional sebagai persiapan memasuki pasar regional dan global (GMC Active, 2024).

Dengan pendekatan multidisiplin yang menggabungkan kreativitas, *digital marketing*, dan pengalaman olahraga, GMC Active hadir sebagai perusahaan yang mengubah ide menjadi aktivasi bernilai sosial dan komersial, sekaligus terus beradaptasi dengan perkembangan tren konsumen modern (PT Agensi Sukses Bahagia, 2024). GMC Active (sebelumnya *Growth Monks Company*/GMC) adalah perusahaan yang berfokus pada pengembangan individu dan komunitas melalui aktivitas yang aktif, konsisten, dan berkelanjutan. Nama *Growth Monks* berasal dari kata *growth* yang bermakna pertumbuhan berkelanjutan serta *monks* yang merepresentasikan disiplin, fokus, dan komitmen dalam proses berkembang.

Seiring perkembangan perusahaan, GMC berevolusi menjadi *GMC Active* untuk menegaskan identitas sebagai perusahaan yang tidak hanya berorientasi pada konsep pertumbuhan, tetapi juga pada aksi nyata melalui berbagai program dan kegiatan. Singkatan GMC memiliki arti *Growth, Monks, Corp*, yang mencerminkan nilai perusahaan dalam mendorong pertumbuhan melalui pola pikir progresif dan penerapannya dalam lingkungan korporasi secara profesional.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan GMC Active

Sumber: Data Perusahaan GMC Active (2025)

Logo *GMC Active* merepresentasikan identitas perusahaan yang modern, aktif, dan berorientasi pada pertumbuhan. Bentuk huruf “G” yang ditambahkan panah runcing di atasnya dominan melambangkan *growth* dan pergerakan berkelanjutan, sementara tipografi yang tegas dan sederhana mencerminkan profesionalisme serta ketegasan korporasi. Penggunaan warna ungu merepresentasikan kreativitas, visi, dan inovasi, sekaligus memberi kesan dinamis dan progresif. Elemen garis miring pada kata “*Active*” menegaskan makna aksi, energi, dan gerak nyata yang menjadi karakter utama *GMC Active* sebagai

perusahaan yang tidak hanya berfokus pada konsep, tetapi juga implementasi dan aktivitas yang berdampak. GMC Active juga memercayai dan memiliki keteguhan dalam visi dan misi mereka, visi dan misi sebagai berikut:

- **VISI**

Menjadi perusahaan pemasaran paling berdampak khususnya di Asia Tenggara, terdepan dalam olahraga dan gaya hidup dengan menggabungkan budaya, kesehatan, dan inovasi.

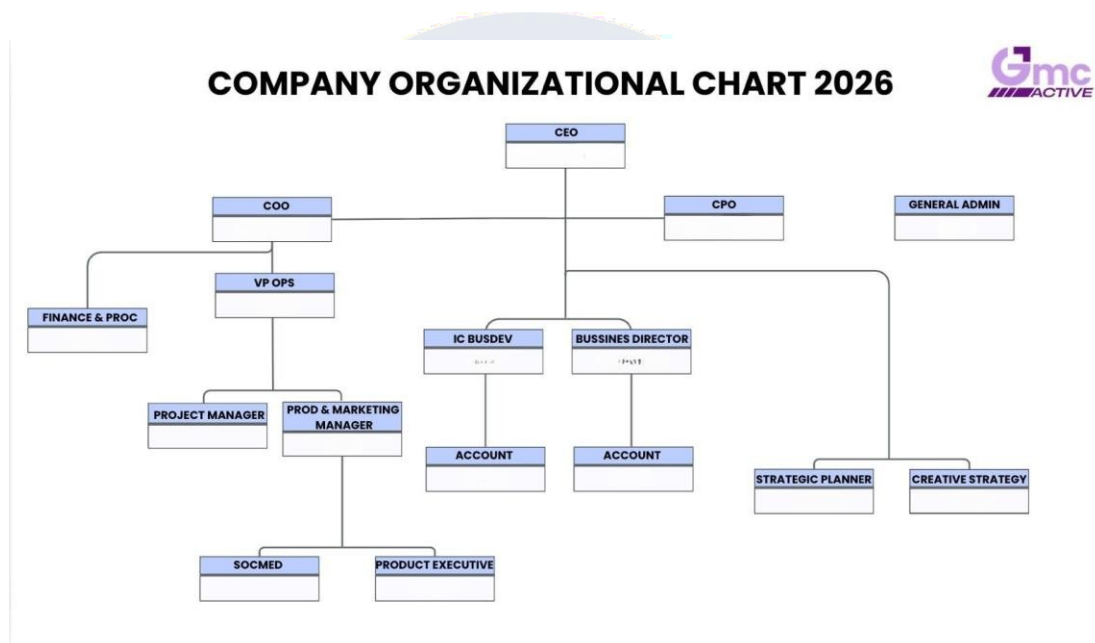
- **MISI**

1. Mendorong kampanye kreatif: Menghadirkan kampanye yang kuat secara konsep dan relevan dengan budaya, sehingga dapat menarik perhatian audiens dan menciptakan pengalaman yang bermakna.
2. Memberdayakan audiens dan brand serta menciptakan aktivitas dan pengalaman yang menguntungkan dua pihak: audiens mendapatkan value yang nyata, sementara brand membangun koneksi yang lebih kuat dan autentik.
3. Membangun strategi yang berkelanjutan:
Menjalankan kampanye dan IP yang tidak hanya berlangsung sesaat, tetapi dapat terus berkembang dan memberikan dampak jangka panjang.
4. Mencapai kesuksesan yang terukur:
Setiap aktivitas dirancang dengan indikator yang jelas sehingga hasilnya dapat dievaluasi, baik dari sisi engagement, awareness, maupun pertumbuhan komunitas dan brand.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang olahraga, event, dan pemasaran, GMC Active memiliki struktur organisasi yang dirancang untuk mendukung operasional yang efektif dan kolaboratif. Struktur organisasi ini dibagi ke dalam beberapa divisi dengan fungsi yang saling berkaitan, sehingga setiap unit dapat menjalankan tugasnya secara fokus dan terarah. Setiap posisi memiliki peran

penting dalam mencapai tujuan perusahaan, mulai dari pengambilan keputusan strategis, pengelolaan operasional, pengembangan bisnis, hingga pelaksanaan kegiatan pemasaran dan komunitas. Berikut merupakan pemaparan struktur organisasi GMC Active beserta penjelasan tugas setiap posisinya:



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Dokumentasi Perusahaan PT Agensi Sukses Bahagia (2026)

1. *Chief Executive Officer (CEO):*

CEO merupakan pimpinan tertinggi perusahaan yang bertanggung jawab atas arah strategis, visi, serta pengambilan keputusan utama. CEO memastikan seluruh divisi berjalan selaras dengan tujuan bisnis dan pertumbuhan perusahaan.

2. *Chief Operating Officer (COO):*

Mengelola operasional harian perusahaan dan memastikan seluruh proses bisnis berjalan efisien. COO mengkoordinasikan fungsi operasional melalui beberapa divisi utama.

3. *Chief Product Officer (CPO):*

Mengawasi pengembangan produk, layanan, dan inovasi perusahaan agar selalu relevan dengan kebutuhan pasar dan perkembangan industri olahraga.

4. *General Admin:*

Divisi ini menangani administrasi umum perusahaan, seperti pengelolaan dokumen, kebutuhan internal kantor, serta mendukung kelancaran operasional administratif.

5. *VP Operations:*

Mengatur seluruh kegiatan operasional perusahaan serta mengawasi divisi *Finance* dan *Project Management* dalam pelaksanaan program dan event.

6. *Finance & Procurement:*

Divisi ini bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan perusahaan, termasuk budgeting, pencatatan transaksi, laporan keuangan, serta pengadaan kebutuhan proyek atau operasional.

7. *Project Manager:*

Project Manager mengatur perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan proyek klien. Bertugas memastikan timeline, pembagian tugas, serta komunikasi tim berjalan lancar hingga proyek selesai.

8. *Business Director:*

Business Director berperan dalam mengembangkan strategi bisnis perusahaan serta bertanggung jawab terhadap pertumbuhan relasi klien dan pencapaian target penjualan. Dalam pelaksanaannya, fungsi ini didukung oleh *IC Business Development* yang menjalankan aktivitas penjualan layanan, menawarkan kerja sama, serta mencari peluang baru guna meningkatkan pendapatan perusahaan. Selain itu, terdapat peran *Account* yang bertugas memastikan terjalinnya hubungan baik dengan klien, mengelola kebutuhan klien, serta memastikan seluruh pelaksanaan program berjalan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

9. *Product Executive:*

Product Executive berfokus pada pengembangan dan eksekusi produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan, memastikan produk sesuai dengan kebutuhan pasar dan klien

10. Prod & Marketing Manager:

Posisi ini mengelola produksi konten sekaligus strategi pemasaran. Bertanggung jawab atas kualitas eksekusi kreatif serta pencapaian objektif pemasaran klien

11. Strategic Planner:

Strategic Planner bertugas menyusun strategi komunikasi dan campaign berdasarkan riset, insight audiens, serta objektif brand klien.

12. Creative Strategy:

Divisi ini mengembangkan konsep kreatif dan pendekatan komunikasi yang inovatif untuk campaign klien agar memiliki diferensiasi dan daya tarik yang kuat.

13. Media sosial (Social media):

Tim ini mengelola konten dan aktivitas media sosial klien, termasuk perencanaan konten, publikasi, *engagement*, serta *monitoring* performa platform digital. Penulis menjalankan program magang pada posisi Social Media Intern yang berada di bawah supervisi divisi Media Sosial. Dalam pelaksanaan tugasnya, penulis terlibat dalam seluruh tahapan pengelolaan konten media sosial, mulai dari pencarian dan pengolahan informasi sebagai bahan konten, analisis relevansi serta potensi performa konten berdasarkan kebutuhan audiens, penyusunan ide kreatif, hingga pembuatan aset visual berupa desain grafis untuk kebutuhan publikasi. Konten yang telah disusun kemudian dipublikasikan melalui berbagai platform media sosial perusahaan sebagai bagian dari upaya meningkatkan efektivitas komunikasi digital dan *engagement* audiens.

2.3 Portfolio Perusahaan

Pada bagian ini akan disajikan portofolio perusahaan sebagai bentuk representasi pengalaman dan kapabilitas dalam menjalin kerja sama dengan

berbagai klien. Portofolio ini mencakup berbagai proyek yang telah dilakukan, khususnya dalam bidang pengelolaan media sosial dan aktivitas pemasaran digital. Melalui pemaparan ini, dapat terlihat jenis klien yang pernah bekerja sama dengan perusahaan serta bentuk kontribusi yang diberikan dalam setiap proyek yang dijalankan:

Tabel 2.3.1 Tabel Daftar Klien Kerjasama GMC Active
 Sumber: Dokumentasi Perusahaan PT Agensi Sukses Bahagia (2025)

No	Nama Klien	Proyek
1	Maybank	FM Inventory
2	Vivo	Vivo Y Series Launching
3	Hyundai	HoH Feb 2025
4	20Fit	Ads IWHM 2025
5	STB	Event Retainer
6	Hyundai	HoH Mar 2025
7	Circle K	CK Run 2025
8	Laurier	Sponsorship IWHM 2025
9	Lemonia	Sponsorship IWHM 2025
10	EJ Sport	Sponsorship IWHM 2025
11	Seres	PEVS @JIEXPO
12	Singapore Tourism Board	Event Retainer
13	Hyundai	HoH April 2025
14	ION Water	Sponsorship HYROX
15	Hyundai	Stargazer Campaign
16	Khong Guan	Jakarta Fair KOL
17	Vivo	Launch
18	Hyundai	Stargazer Campaign - Additional
19	Fiesta	Buzzer Campaign
20	Bank Saqu	Event
21	Kia	

22	Krakatau Steel	Retainer
23	Yoona	
24	Hyundai	Creta Alpha Campaign
25	KIA	Buzzer and Clippers
26	Hyundai	Dokter Mobil Campaign
27	Hyundai	HoH Dec 2025
28	Hyundai	HoH Mar 2025

Berdasarkan portofolio yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa perusahaan memiliki pengalaman yang cukup beragam dalam menangani berbagai jenis klien dan proyek. Kerja sama yang telah terjalin menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menyesuaikan strategi dengan kebutuhan klien serta dinamika industri yang dihadapi. Hal ini menjadi salah satu indikator bahwa perusahaan memiliki kompetensi yang memadai dalam menjalankan aktivitas pemasaran digital secara profesional dan berkelanjutan

