

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

The Social Linked merupakan sebuah *marketing agency* yang beroperasi di bawah perusahaan PT Commodity Commercial yang berdiri di tahun 2023. The Social Linked telah bekerja sama dengan 200+ klien, seperti Scarlett, Wardah, Philips, AUTO2000, dan sebagainya. Perusahaan ini melayani berbagai kebutuhan brand seperti penanganan *e-commerce*, manajemen media sosial, optimisasi website, serta pembuatan desain.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Commodity Commercial Nusantara merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang marketing agency dengan nama The Social Linked. Sejak awal berdirinya, perusahaan ini berfokus pada penyediaan layanan pemasaran yang komprehensif untuk membantu klien dalam membangun serta memperkuat identitas merek mereka di pasar yang semakin kompetitif.



Gambar 2.1 Logo The Social Linked
Sumber: The Social Linked

Dalam menjalankan operasionalnya, The Social Linked menangani berbagai kebutuhan branding secara menyeluruh, baik melalui digital maupun pendekatan offline. Layanan yang diberikan mencakup pengelolaan *platform*

e-commerce untuk meningkatkan performa penjualan online, manajemen media sosial guna memperkuat engagement dengan audiens, serta penerapan strategi SEO dan SEM untuk meningkatkan visibilitas brand di mesin pencari. Selain itu, perusahaan ini juga mengintegrasikan strategi pemasaran offline seperti aktivasi merek, penyusunan dan distribusi siaran pers, hingga perencanaan serta pelaksanaan event marketing sebagai bentuk pendekatan langsung kepada target konsumen.

PT Commodity Commercial memiliki visi untuk menjadi mitra pemasaran 360° terdepan yang mampu mendukung dan memberdayakan berbagai brand dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berkembang. Hal ini direalisasikan melalui penyediaan solusi pemasaran yang tidak hanya strategis, tetapi juga inovatif dan memberikan dampak nyata. Dengan pendekatan yang terintegrasi di berbagai platform, perusahaan berkomitmen untuk membantu klien membangun kehadiran merek yang kuat, relevan, dan kompetitif di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

Sejalan dengan visi tersebut, misi perusahaan ini adalah menghadirkan strategi pemasaran yang berpaku pada hasil dan kinerja yang terukur. Perusahaan berupaya memperkuat identitas brand klien agar lebih konsisten dan mudah dikenali, sekaligus meningkatkan keterlibatan audiens melalui pendekatan komunikasi yang efektif dan kreatif. Selain itu, perusahaan juga berfokus pada penciptaan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dengan mengintegrasikan berbagai aktivitas pemasaran, baik secara digital maupun offline, sehingga mampu memberikan nilai tambah yang optimal bagi klien.

Selanjutnya, perusahaan ini menangani beberapa kebutuhan dari brand, rincian nya seperti:

1. *E-commerce Management*

E-commerce Management adalah layanan yang membantu brand mengoptimalkan dan mengembangkan operasional *e-commerce* melalui strategi yang mendorong pertumbuhan dan meningkatkan konversi. Layanan ini mencakup penetapan target penjualan (KPI),

pengelolaan iklan dan *rework* konten (foto, judul, deskripsi), pelaksanaan *live streaming* dan *campaign*, *product photoshoot* dan *design*, serta *affiliate* management untuk memperluas jangkauan pemasaran.

2. *Social Media Management*

Social Media Management merupakan layanan yang berfokus pada pengelolaan media sosial secara strategis dan berbasis data untuk meningkatkan performa brand. Layanan ini mencakup perencanaan konten (*content planning*), pembuatan konten seperti story, desain, dan video, serta pengelolaan iklan media sosial (*Meta & Spark*) guna meningkatkan engagement, pertumbuhan audiens, dan visibilitas brand.

3. *Website Optimization*

Website Optimization merupakan layanan yang berfokus pada peningkatan performa website, pengalaman pengguna, serta visibilitas di mesin pencari agar brand dapat bersaing di ranah digital. Layanan ini mencakup SEO dan SEM, desain serta pengembangan (*UI/UX*), pembuatan website company profile dan *e-commerce*, serta maintenance dan troubleshooting WordPress untuk memastikan website berjalan lebih optimal, cepat, dan efektif.

4. *Creative Design*

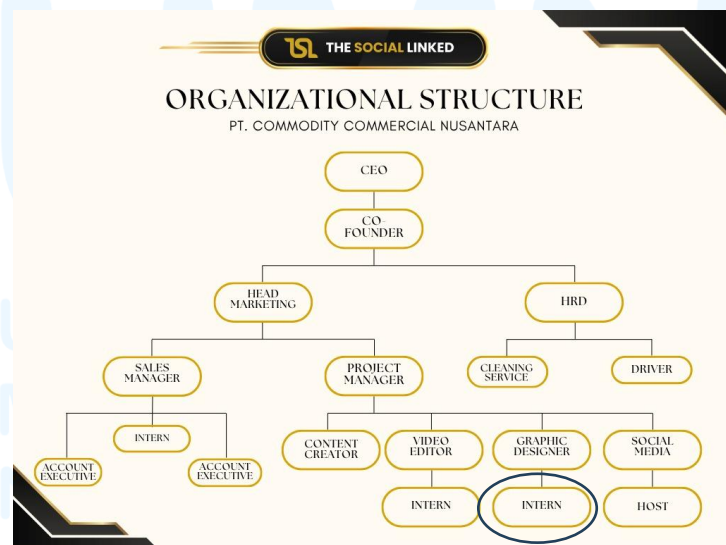
Creative Design merupakan layanan yang berfokus pada pengolahan ide menjadi identitas visual brand yang menarik melalui pendekatan desain yang strategis dan inovatif. Layanan ini mencakup pembuatan logo, desain brosur, merchandise seperti t-shirt dan tumbler, desain kemasan seperti take away box, hingga pembuatan menu book, yang semuanya dirancang untuk meningkatkan daya tarik serta memperkuat kehadiran brand di mata audiens.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

PT Commodity Commercial Nusantara merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *marketing agency* yang didirikan di tahun 2023 dengan nama The Social Linked. Perusahaan tersebut ditemukan oleh Vanessa sebagai CEO dan sudah berjalan kurang lebih 3 tahun dengan klien-klien yang terpercaya. Layanan yang diberikan oleh The Social Linked merupakan dari dulu adalah *e-commerce takeover*, *social media content makeover*, dan masih banyak lagi. Selama berjalan, perusahaan ini telah memiliki kurang lebih 20 orang.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam menjalankan sebuah perusahaan, dibutuhkan berbagai bentuk dukungan agar perusahaan dapat terus berkembang sekaligus menjaga keberlangsungan operasionalnya. Salah satu aspek yang paling penting adalah keberadaan sumber daya manusia yang kompeten, yang mampu menjalankan setiap fungsi dan aktivitas perusahaan secara efektif dan efisien. Dengan adanya tenaga kerja yang tepat, setiap proses kerja dapat berjalan lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Berikut merupakan struktur organisasi dari PT Commodity Commercial:



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: The Social Linked

Proses dimulai dari admin dan *project manager* yang meninjau dan menangani klien, lalu data tersebut akan diberikan kepada content planner untuk menyusun daftar content plan. Setelah itu, content plan tersebut dikirimkan kepada pihak Klien untuk ditinjau dan dipilih melalui *link* Google Sheet. Pada tahap ini, klien akan memberikan *feedback*. Jika content plan belum sesuai, maka akan dikembalikan ke tim *Creative* untuk direvisi. Namun, jika sudah sesuai dan disetujui, maka content plan tersebut akan dikunci dan tidak dapat diubah lagi.

Selanjutnya, *content plan* yang telah disetujui akan diteruskan ke tim Production untuk masuk ke tahap produksi dan *editing*. Setelah proses produksi selesai, hasil konten dikirim kembali ke klien untuk mendapatkan *approval*. Jika hasil konten masih belum sesuai, klien akan memberikan *feedback* dan konten akan dikembalikan ke tim *Production* untuk diperbaiki. Proses ini dapat berulang hingga hasil konten sesuai dengan keinginan.

Apabila hasil konten sudah disetujui oleh klien, maka konten tersebut akan diserahkan kembali kepada tim produksi untuk dijadwalkan penayangannya di media sosial. Tahap akhir dari alur ini adalah konten berhasil dipublikasikan atau tayang di *platform* yang telah ditentukan.

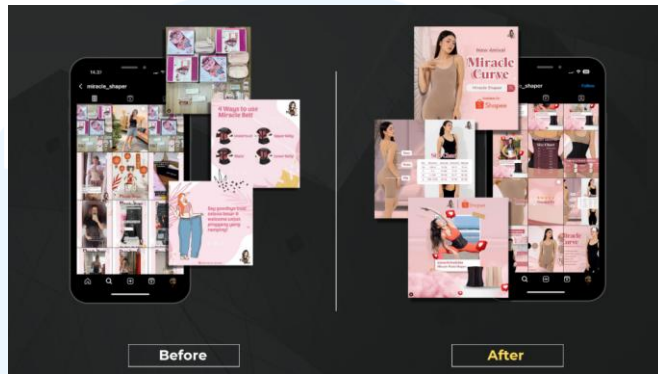
2.3 Portofolio Perusahaan

PT Commodity Commercial memberikan layanan penanganan penjualan suatu brand. Dimulai dari penanganan *e-commerce* sampai mendesain postingan untuk media sosial dari brand. Perusahaan ini tentu saja memiliki portofolio untuk meningkatkan kepercayaan klien serta sebagai bukti untuk menunjukkan bahwa perusahaan ini memiliki kredibilitas.

2.3.1 Rework Brand Miracle Shaper

Miracle Shaper berhasil melakukan transformasi bisnis yang signifikan melalui layanan *E-commerce & Social Media Management* yang dikelola oleh TSL. Awalnya, klien menghadapi masalah serius berupa penurunan penjualan selama beberapa tahun berturut-turut serta kondisi media sosial yang tidak aktif. Untuk mengatasinya, TSL menerapkan strategi

komprehensif yang mengintegrasikan pengelolaan *e-commerce* dengan dukungan penuh kampanye media sosial, serta melakukan proses rebranding melalui pemotretan produk dan desain visual baru.



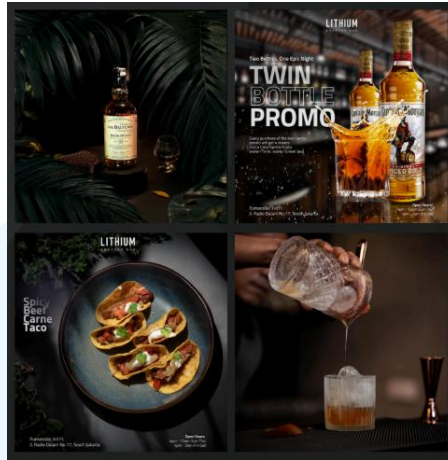
Gambar 2.3 *Before* dan *After* dari Brand Miracle Shaper

Sumber: *Company Profile The Social Linked*

2.3.2 Konten Sosial Media dari *Brand Lithium Rooftop Bar*

Klien memiliki kekhawatiran terhadap minimnya konten yang mampu menampilkan produk Food & Beverage serta kegiatan event secara menarik dan efektif. Kondisi ini dinilai belum mampu merepresentasikan identitas brand secara optimal kepada audiens.

Sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan tersebut, TSL menyusun strategi dengan mengembangkan konten yang disesuaikan dengan identitas brand serta konsep bar yang dimiliki oleh Lithium. Konten yang diproduksi meliputi materi promosi serta foto produk, dengan tujuan untuk meningkatkan daya tarik visual sekaligus memperkuat citra brand di mata target pasar.



Gambar 2.4 Konten Media Sosial Brand Lithium

Sumber: *Company Profile The Social Linked*

2.3.3 Optimisasi Website Tulip Chocolatier

Pada proyek Website Optimization untuk Tulip Chocolatier yang berfokus pada peningkatan *awareness*, diperoleh berbagai hasil yang signifikan. Terjadi peningkatan *organic traffic* sebesar 300% yang menunjukkan pertumbuhan kunjungan website secara organik. Selain itu, *site health score* juga meningkat dari 80 menjadi 90, yang menandakan adanya perbaikan pada performa dan kualitas website secara keseluruhan.

Dari sisi SEO, terdapat peningkatan posisi rata-rata *keyword* sebesar +50, serta kenaikan *visibility* sebesar +15. Tidak hanya itu, sebanyak 80% *keyword* artikel berhasil berada di halaman pertama hasil pencarian (SERP), dan 70% *keyword* bernilai tinggi juga berhasil menempati posisi di halaman pertama. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi optimasi yang dilakukan mampu meningkatkan visibilitas dan daya saing website secara efektif di mesin pencari.