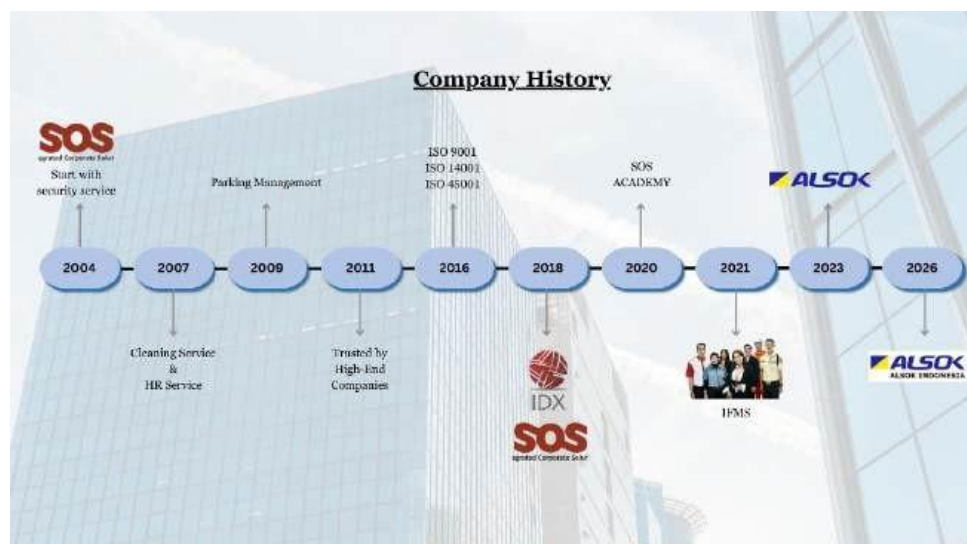


BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT ALSOK Indonesia Services Tbk merupakan bagian dari ALSOK Co., Ltd. yang berkantor pusat di Tokyo, Jepang. ALSOK Indonesia menyediakan berbagai layanan *outsourcing* dan *integrated facility management services*, seperti layanan keamanan, *cleaning service*, penyediaan tenaga kerja (*labor supply*), pengelolaan parkir, dan sistem keamanan yang berstandar internasional melalui jaringan operasional yang tersebar di berbagai kota utama di Indonesia, termasuk Jakarta, Medan, Bandung, Surabaya, Bali, Balikpapan, Makassar, dan kota-kota besar lainnya. Sebelum menggunakan nama PT ALSOK Indonesia Services Tbk, perusahaan ini dikenal sebagai PT Shield On Service Tbk (SOS). Setelah menjadi bagian dari ALSOK Co., Ltd., perusahaan kemudian melakukan perubahan identitas perusahaan (*rebranding*) dan resmi menggunakan nama PT ALSOK Indonesia Services Tbk.



Gambar 2. 1 Sejarah PT ALSOK Indonesia Services Tbk
Sumber: Olahan Penulis (2026)

PT Shield On *Services* Tbk telah berdiri sejak tahun 2004 dan memulai operasionalnya yang berfokus utama pada layanan keamanan. Seiring dengan pertumbuhan kebutuhan industri terhadap permintaan layanan pendukung operasional, perusahaan mulai melakukan perluasan layanan pada tahun 2007 dengan menambahkan layanan kebersihan dan *human resource service*. Kemudian, perusahaan kembali mengembangkan bisnisnya dengan menghadirkan layanan *parking management* pada tahun 2009.

Seiring berjalannya waktu, pada tahun 2011, PT Shield On *Service* Tbk mendapatkan penghargaan dari para klien besar seperti Mercure, Nestle, Garuda Food terkait dengan *service* yang diberikan. Kemudian, perusahaan terus memperkuat kredibilitas dan kualitas layanannya melalui perolehan berbagai sertifikasi internasional pada tahun 2016, yaitu ISO 9001 untuk manajemen mutu, ISO 14001 untuk manajemen lingkungan, serta ISO 45001 untuk kesehatan dan keselamatan kerja. Sertifikasi tersebut menunjukkan komitmen perusahaan dalam menjaga kualitas layanan dan standar kerja yang baik kepada klien. Pada tahun 2018, SOS mencatatkan pencapaian penting dengan resmi menjadi perusahaan terbuka yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pencapaian ini menunjukkan peningkatan kepercayaan publik terhadap perusahaan.

Pada tahun 2020, PT Shield On *Service* Tbk berkembang menjadi perusahaan *outsourcing* yang memiliki SOS *Academy*, merupakan layanan tempat pengembangan sumber daya manusia yang dimiliki. Kehadiran SOS *Academy* menjadi salah satu bentuk komitmen perusahaan dalam meningkatkan kualitas tenaga kerja yang dimiliki. Kemudian, SOS tidak hanya menyediakan layanan *outsourcing*, tetapi juga berkembang menjadi perusahaan yang menawarkan layanan *Integrated Facility Management Services* (IFMS). *Integrated Facility Management Services* (IFMS) merupakan layanan yang mengelola berbagai kebutuhan operasional gedung dengan dikelola oleh satu penyedia jasa.

Pada tahun 2023, PT Shield On Service Tbk diakuisisi oleh ALSOK, yang merupakan perusahaan asal Jepang yang bergerak di bidang keamanan. Kemudian, SOS melebarkan jangkauan layanannya dengan membuka 14 kantor cabang di berbagai wilayah di Indonesia. Melalui kolaborasi ini, perusahaan mulai mengintegrasikan layanan sistem keamanan berbasis teknologi. Rencana peluncuran ini akan resmi diperkenalkan pada tanggal 1 April 2026. Layanan ini mencakup *Automated External Defibrillator (AED)*, *Fire & Alarm System*, *Security Monitoring Center*, sistem CCTV dan pengawasan video, serta *Access Control System*. Kehadiran layanan ini menunjukkan upaya perusahaan dalam menghadirkan solusi keamanan yang lebih modern melalui pemanfaatan teknologi yang didukung oleh tenaga kerja profesional.



Gambar 2. 2 Logo Perusahaan
Sumber: Data Perusahaan (2026)



Gambar 2. 3 Kantor PT ALSOK Indonesia Services Tbk
Sumber: Dokumentasi Penulis (2026)

Selain pengembangan layanan, perusahaan juga tengah menjalani proses transformasi identitas sebagai bagian dari merger dengan ALSOK. Proses ini mencakup perubahan berbagai elemen *branding* perusahaan secara menyeluruh, mulai dari nama, logo, desain ID *card*, *lanyard*, seragam kerja lapangan, hingga

tampilan situs web dan identitas visual lainnya. *Rebranding* ini dilakukan agar identitas perusahaan sejalan dengan ALSOK serta memperkuat pengenalan perusahaan sebagai bagian dari jaringan ALSOK di berbagai negara. Proses perubahan direncanakan akan berlangsung pada bulan Mei 2026, di mana perusahaan secara resmi akan berganti nama dari PT Shield On Service menjadi PT ALSOK Indonesia Services Tbk. Saat ini, Lokasi kantor pusat berada di Gedung Sinarmas Land Plaza, Tower 1, lantai 9, Jl. M.H. Thamrin No. 51, Jakarta Pusat.

2.2 Visi & Misi Perusahaan

PT ALSOK Indonesia Services Tbk memiliki visi dan misi untuk menyediakan layanan tenaga kerja yang berkualitas dengan didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten dan profesional. Dengan layanan tersebut, perusahaan berupaya membantu klien menjalankan operasional bisnis secara lebih efektif.

VISION: “To become a leading integrated workforce service provider in Indonesia by prioritizing the development of highly competent, reliable, and professional human resources.”

MISION: “To deliver comprehensive and high-quality workforce solutions that effectively support clients’ operational needs, enabling them to focus on their core business activities.”

Visi ini menunjukkan bahwa ALSOK Indonesia ingin menjadi perusahaan penyedia layanan tenaga kerja terintegrasi yang terdepan di Indonesia. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan menempatkan pengembangan sumber daya manusia yang kompeten, dapat dipercaya, dan profesional sebagai prioritas utama. Sebagai bentuk komitmen dalam menjaga kualitas layanan, ALSOK Indonesia telah menerapkan standar internasional melalui sertifikasi ISO 9001 sejak tahun 2016. Sertifikasi ini menunjukkan bahwa proses pengelolaan dan pengembangan tenaga kerja dilakukan secara terstruktur serta mengikuti standar manajemen mutu yang berlaku. Penerapan standar tersebut penting mengingat perusahaan melayani

berbagai sektor, seperti manufaktur, pemerintahan, pendidikan, kesehatan, properti, dan sektor lainnya.



Gambar 2. 4 Sertifikasi ISO Perusahaan
Sumber: Situs web perusahaan (2026)

Visi mereka juga terlihat dari perusahaan yang ingin dipandang sebagai penyedia jasa yang menghadirkan layanan lengkap kepada klien. Saat ini, ALSOK Indonesia memiliki layanan yang cukup lengkap, mulai dari *Security service*, *cleaning service*, *labor supply*, dan *parking management service*. Selain itu, ALSOK Indonesia menambah satu jenis layanan baru yang berbasis teknologi, yaitu *Security system*. Layanan ini berfokus pada perlindungan yang didukung teknologi, seperti *Automated External Defibrillator (AED)*, *fire and alarm system*, *Security monitoring center*, sistem CCTV dan pengawasan video, serta *access control system*. Kelengkapan layanan yang ditawarkan ini menunjukkan bahwa perusahaan berupaya memenuhi berbagai kebutuhan *klien* secara menyeluruh.

Selain itu, misi PT ALSOK Indonesia Services Tbk berfokus pada penyediaan tenaga kerja yang kompeten dan profesional untuk mendukung kebutuhan operasional klien. Dengan dukungan tersebut, perusahaan klien dapat lebih fokus menjalankan bisnis utamanya tanpa perlu mengelola berbagai aktivitas operasional pendukung secara langsung.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi menunjukkan susunan dari tingkat pemimpin tertinggi hingga bagian operasional. PT ALSOK Indonesia Services Tbk dipimpin oleh seorang *President Director*, dengan didukung langsung *Internal Audit* dan *Director's Secretary*. Di bawah *President Director* terdapat *Director of Commercial & Corporate* serta *Corporate Affairs*. Kemudian, terdapat beberapa *Division Head* yang membawahi masing-masing bidang, yaitu *Division Head of Metro Commercial & RAM* dan *KAM 2*, *Division Head of MPI & Key Account Management 3*, *Division Head of Branches Network*, *Division Head of Finance*, *Division Head of Security Operations*, *Division Head of Cleaning & Labor Supply Operations*, *Division Head of Corporate*, serta *Division Head of People & Culture*.



Gambar 2. 5 Struktur Manajemen Level ALSOK Indonesia
Sumber: Olahan Penulis (2026)

Setiap divisi memiliki unit kerja yang berbeda. *Division Head of Metro Commercial & RAM* dan *KAM 2* bertanggung jawab atas *Dept. Head of Commercial & RAM* dan *KAM 2*. *Division Head of MPI & Key Account Management 3* membawahi *Parking Management* dan *KAM 3*, sedangkan *Division Head of Branches Network* mengelola *Branches Network*. Selain itu, terdapat *Division Head of Corporate* yang membawahi *Operational Performance* dan

Corporate Management Support, serta *Division Head of People & Culture* yang membawahi *Strategic Management Office*.

2.4 Divisi Tempat Magang

Penulis melaksanakan kegiatan magang di PT ALSOK Indonesia Services Tbk pada departemen *Marketing Communication & Digital marketing* sebagai *Marketing Communication Intern*. Departemen ini berada di bawah pimpinan Director, yaitu Akira Kawamura, yang memiliki posisi tertinggi dalam struktur tersebut. Di bawahnya terdapat *Head Division of Corporate & Marketing Communication*, yaitu Putri Hellyanti, yang juga merangkap sebagai *Corporate Secretary*. Selanjutnya, terdapat posisi *Manager Marketing Communication* yang berada di bawah *Head Division of Corporate & Marketing Communication*, namun masih dalam kondisi belum terisi (*vacant*). Oleh karena itu, fungsi dan pengelolaan *Marketing Communication* secara langsung dijalankan oleh *Head Division of Corporate & Marketing Communication*.



Gambar 2. 6 Struktur Organisasi divisi *Marketing Communication*
Sumber: Olahan Penulis (2026)

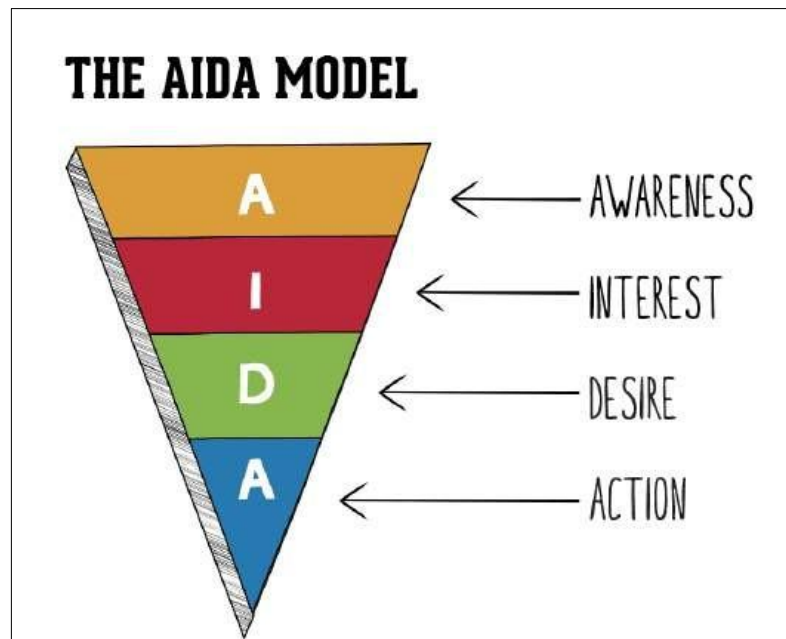
Pada bagian pelaksana, terdapat beberapa posisi yang mendukung aktivitas komunikasi dan pemasaran, yaitu *Marketing Communication Support*, *Social Media Specialist*, *Creative Designer*, dan *Graphic Designer*. Dalam struktur ini, penulis merupakan bagian tim pelaksana sebagai *Marketing Communication Intern*

yang berada di bawah *Social Media Specialist*. Hal ini karena sebagian besar penugasan yang diberikan kepada penulis berkaitan dengan pengelolaan media sosial perusahaan, mulai dari perencanaan konten, pembuatan *Brief* konten, riset ide konten, hingga penyusunan *copywriting* untuk berbagai kebutuhan komunikasi pemasaran.

Pada bagian *Marketing Communication Support*, tanggung jawab utamanya adalah mengelola dan memantau *leads* yang masuk melalui media komunikasi perusahaan, khususnya WhatsApp *Hotline*. Posisi ini juga menangani berbagai pertanyaan dari calon klien, serta menerima dan meneruskan keluhan dari pengguna layanan. Selain itu, *Social Media Specialist* bertanggung jawab dalam mengelola media sosial, mulai dari melakukan riset, pembuatan *Brief* dan *Caption*, melakukan *review*, menjadwalkan dan memposting konten. Kemudian, *Creative Designer* bertanggung jawab dalam proses produksi konten, mulai dari pengambilan gambar dan video hingga proses *editing* video. Sedangkan, *Design Graphics* berperan dalam membuat desain visual untuk berbagai kebutuhan komunikasi perusahaan, seperti konten media sosial, *flyer*, *banner*, poster, dan kebutuhan lainnya.

2.5 Peran Komunikasi Dalam Perusahaan

Komunikasi merupakan hal mendasar dalam kehidupan manusia yang selalu hadir dalam setiap aktivitas sehari-hari. Melalui komunikasi, individu dapat menjalin interaksi serta membangun hubungan sosial dengan orang lain. Effendy (2005) menjelaskan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi dari satu pihak kepada pihak lain dengan tujuan menyampaikan pesan serta memengaruhi sikap, pandangan, maupun perilaku. Dalam industri *outsourcing* yang berbasis pelayanan, komunikasi memiliki peran yang sangat penting karena menjadi penghubung utama antara perusahaan, klien, dan tenaga kerja yang tersebar di berbagai lokasi. Kebutuhan dan ekspektasi klien harus dapat disampaikan secara jelas agar dapat dipahami dan dijalankan dengan baik oleh tenaga kerja di lapangan, sehingga kualitas layanan tetap terjaga.



Gambar 2. 7 Konsep AIDA dari E. St. Elmo Lewis
Sumber: Google (2026)

Selain itu, komunikasi tidak hanya berfungsi untuk mendukung koordinasi dan penyampaian informasi, tetapi juga digunakan dalam membangun hubungan dengan *klien* melalui kegiatan pemasaran. Proses ini dikaitkan dengan konsep komunikasi pemasaran dari E. St. Elmo Lewis (1898), yaitu AIDA yang merupakan kepanjangan dari *Attention*, *Interest*, *Desire*, dan *Action*. Konsep ini menjelaskan tahapan pelanggan yang menunjukkan perhatian, minat, keinginan, dan tindakan sebelum membeli suatu produk (Elmo Lewis, 1898).

Attention menunjukkan tahap pertama dalam komunikasi pemasaran perusahaan dengan terlebih dahulu menarik perhatian calon pelanggan melalui berbagai media komunikasi, salah satunya adalah media sosial. Berdasarkan pendapat Laksamana (2018), media sosial menjadi sarana media pemasaran karena memiliki cakupan luas, tidak terdapat batasan waktu, dan menyebarkan informasi dengan harga yang relatif lebih murah. Oleh karena itu, perusahaan secara rutin mengunggah konten melalui media sosial setiap minggu mengenai layanan, kegiatan perusahaan, pencapaian, serta informasi yang relevan dengan industri *outsourcing*.

Melalui media sosial, ALSOK Indonesia menyampaikan berbagai informasi yang berbeda setiap minggunya, mulai dari solusi layanan, pencapaian perusahaan, kegiatan operasional, hingga testimoni klien. Hal tersebut memungkinkan audiens memperoleh gambaran yang lebih lengkap mengenai perusahaan dan layanan yang ditawarkan. Tidak hanya itu, perpaduan visual dan warna yang digunakan juga cukup konsisten sehingga identitas perusahaan tetap mudah dikenali meskipun konten yang disampaikan beragam. Hal tersebut sejalan dengan tahap *Interest* dalam model AIDA karena perusahaan berupaya mempertahankan ketertarikan audiens melalui penyampaian informasi yang relevan dan beragam mengenai perusahaan serta layanan yang ditawarkan.

Tahap ketiga adalah *Desire* yang berfokus dalam membentuk keinginan untuk memiliki atau menggunakan produk. Konten-konten yang diciptakan oleh ALSOK Indonesia menampilkan berbagai manfaat yang dapat diperoleh klien, seperti tenaga kerja yang profesional, cakupan layanan yang luas, sertifikasi perusahaan, serta pengalaman dalam menangani berbagai kebutuhan *outsourcing*. Menurut Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2023), pelanggan lebih tertarik pada merek yang mampu memberikan nilai dan pengalaman melalui konten yang bermanfaat

Terakhir adalah tahap *Action* yang dapat mendorong pelanggan untuk melakukan tindakan. Dalam praktiknya, ALSOK Indonesia menyertakan *call to action* pada konten media sosial. Sejalan dengan pendapat dari Evania et al (2021) bahwa *call to action* digunakan sebagai strategi untuk pemasaran melalui media sosial dan media marketing. *Call to action* yang mengarahkan calon pelanggan untuk menghubungi perusahaan melalui nomor telepon maupun WhatsApp untuk memperoleh informasi lebih lanjut mengenai layanan yang ditawarkan.

2.6 Portofolio perusahaan

PT ALSOK Indonesia Services Tbk telah menjalin kerja sama dengan berbagai mitra strategis dari berbagai sektor industri, baik di tingkat nasional maupun internasional. Portofolio perusahaan mencakup layanan yang diberikan kepada

perusahaan di bidang infrastruktur, keuangan, sumber daya alam, manufaktur, logistik, ritel, properti, kesehatan, pendidikan, dan pemerintahan. Melalui pengalaman dalam menangani berbagai kebutuhan klien, perusahaan terus berupaya memberikan layanan yang profesional, berkualitas, dan sesuai dengan standar operasional yang telah ditetapkan. Kepercayaan dari berbagai mitra tersebut mencerminkan kemampuan PT ALSOK Indonesia Services Tbk dalam menyediakan solusi *Integrated Facility Management Services* (IFMS) yang disesuaikan dengan kebutuhan setiap klien.



Gambar 2. 8 Penghargaan Karyawan ALSOK
Sumber: Instagram @alsokindonesia (2026)

Salah satu mitra strategis PT ALSOK Indonesia Services Tbk adalah Bank Indonesia Makassar. Kerja sama tersebut mewakili kepercayaan Bank Indonesia Makassar terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh PT ALSOK Indonesia Services Tbk dalam menyediakan tenaga kerja yang profesional, kompeten, dan berorientasi pada kualitas pelayanan. Salah satu pencapaian PT ALSOK Indonesia Services Tbk dalam memberikan layanan pada proyek Bank Indonesia Makassar adalah diraihnya penghargaan The Best Employee Awards sebagai bentuk apresiasi

atas kinerja dan kualitas layanan yang diberikan. Penghargaan tersebut diberikan kepada beberapa karyawan yang menunjukkan kinerja terbaik, yaitu Cahya Eka Putra sebagai *Chief Mechanical and Electrical (Chief ME)*, Hasanuddin Umar sebagai *Chief Housekeeping*, dan Agus Salim sebagai *Leader Housekeeping*. Penghargaan diserahkan langsung oleh jajaran pimpinan Bank Indonesia Kantor Perwakilan Provinsi Sulawesi Selatan sebagai bentuk apresiasi atas dedikasi, profesionalisme, serta kualitas layanan yang telah diberikan.

Selain itu, terdapat berbagai mitra strategis lainnya yang telah mempercayai PT ALSOK Indonesia Services Tbk sebagai penyedia layanan *Integrated Facility Management Services (IFMS)*, yaitu:

Nama Klien	Jasa Yang Diberikan	Keterangan
Bank Danamon 	Jumlah <i>Manpower</i> : 408 karyawan Layanan: <i>Security Service</i> dan <i>Cleaning Service</i> Sebaran area: Jakarta, Palembang, Bali	 Pelatihan PHH & ERT Projek <i>Security</i> Bank Danamon
Universitas Terbuka 	Jumlah <i>Manpower</i> : 504 karyawan Layanan: <i>Security Service</i> dan <i>Cleaning Service</i> Sebaran area: Bali, Pekanbaru, Balikpapan, Bandung, Makassar, Semarang, Medan, Jakarta, Surabaya, Batam, dan Palembang.	 Testimoni Klien untuk pelayanan ALSOK Indonesia
Bank BCA 	Jumlah <i>Manpower</i> : 38 karyawan Layanan: 2 orang <i>Office Boy</i> (OB), 1 orang Operator Telepon, 1 orang <i>Butler</i> , 1 orang Kepala Pengelola, 1 orang <i>Supervisor</i> Teknisi, 1 orang	

	Teknisi, 6 orang Teknisi <i>Mobile</i>, 1 orang <i>Supervisor Cleaner</i>, dan 24 orang <i>Cleaner</i>. Sebaran area: Jakarta	
Anugrah Pharmindo Lestari 	Jumlah <i>Manpower</i>: 101 karyawan Layanan: <i>Security Service</i>, <i>Cleaning Service</i>, dan <i>Labor Supply</i> Sebaran area: Aceh, Medan, Padang, Pekanbaru, Batam, Palembang, Jambi, Lampung, Jakarta, Tangerang, Bogor, Cikarang, Bandung, Cirebon, Semarang, Solo, Yogyakarta, Jember, Surabaya, Malang, Denpasar, Kupang, Samarinda, Banjarmasin, Pontianak, Manado, Makassar, Palu, dan Jayapura.	

Tabel 2. 1. Jasa yang telah diberikan ALSOK Indonesia
Sumber: Data perusahaan (2026)