

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Entropi

Sumber: [Glints](#) (2026)

PT Entropi Global Martech didirikan pada tahun 2023 dengan fokus awal pembangunan komunitas di sektor kecantikan (*beauty*) yang disebut sebagai Glowmates. Komunitas ini beroperasi melalui *platform* media sosial Instagram dan beranggotakan para *content creator* yang secara aktif memproduksi serta mendistribusikan berbagai informasi terkait gaya hidup, khususnya dalam bidang *fashion*, perawatan kulit (*skincare*), dan perawatan tubuh (*body care*). Kehadiran Glowmates mencerminkan strategi awal perusahaan dalam membangun basis audiens sekaligus ekosistem kreator yang lebih tersegmentasi.

Memasuki awal tahun 2024, PT Entropi Global Martech melakukan transformasi strategis dengan memperluas lini bisnisnya ke ranah agensi digital berbasis teknologi kecerdasan buatan atau *Artificial Intelligence* (AI) yang diberi nama “Entropi”. Dalam konteks ini, Entropi berperan sebagai agensi yang berfokus pada pengelolaan dan pengembangan *Key Opinion Leader* (KOL) di berbagai *platform* digital. Fungsi utama Entropi mencakup peningkatan jangkauan audiens, optimalisasi monetisasi konten, serta fasilitasi hubungan kemitraan antara KOL dengan berbagai merek (*brand*) dan penjual (*seller*) yang telah menjalin kerja sama.

Lebih lanjut, Entropi juga berperan sebagai mediator dalam menciptakan peluang ekonomi bagi para *creator*, khususnya melalui aktivitas pembuatan konten dan siaran langsung (*live streaming*). Melalui pendekatan berbasis teknologi,

Entropi tidak hanya berupaya meningkatkan performa individu *creator*, tetapi juga memperkuat integrasi antara *creator* itu sendiri dengan ekosistem digital yang lebih luas.

Secara kuantitatif, agensi Entropi diperkirakan telah berkolaborasi dengan 170.000 KOL serta menjalin hubungan positif dengan berbagai merek ternama. Pencapaian ini diperkuat dengan pengakuan industri, salah satunya melalui keberhasilan Entropi masuk dalam kategori “Top TikTok MCN (*Multi-Channel Network*)”, yang menunjukkan posisi kompetitif perusahaan dalam industri agensi kreator digital.

Kemudian pada tahun 2025, perusahaan kembali melakukan ekspansi program melalui inisiatif “TikTok Go”. Program ini dirancang sebagai langkah strategis untuk memperkuat ekosistem kreator sekaligus membuka peluang baru bagi para KOL. Melalui TikTok Go, perusahaan berupaya meningkatkan performa, memperluas jangkauan audiens, serta mengoptimalkan potensi pendapatan kreator melalui pemanfaatan berbagai fitur dan skema kolaborasi eksklusif yang tersedia di *platform* TikTok.

Secara keseluruhan, perkembangan PT Entropi Global Martech menunjukkan adanya pergeseran dari pendekatan berbasis komunitas menuju model bisnis agensi digital terintegrasi yang memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan. Transformasi ini tidak hanya mencerminkan adaptasi terhadap dinamika industri digital, tetapi juga menegaskan posisi perusahaan dalam membangun ekosistem kreator yang berkelanjutan dan berbasis nilai ekonomi.

2.1.1 Visi, Misi, dan Nilai

2.1.1.1 Visi

Visi PT Entropi Global Martech adalah merevolusi cara merek berinteraksi dan terhubung dengan audiens mereka di lanskap digital. Dalam konteks ini, perusahaan menempatkan diri di garis depan inovasi dengan memberdayakan bisnis untuk tumbuh dan berkembang melalui pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI). Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kreativitas, efisiensi, dan efektivitas

dalam pemasaran *influencer* sehingga klien dapat menonjol dan mempertahankan daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin kompleks.

2.1.1.2 Misi

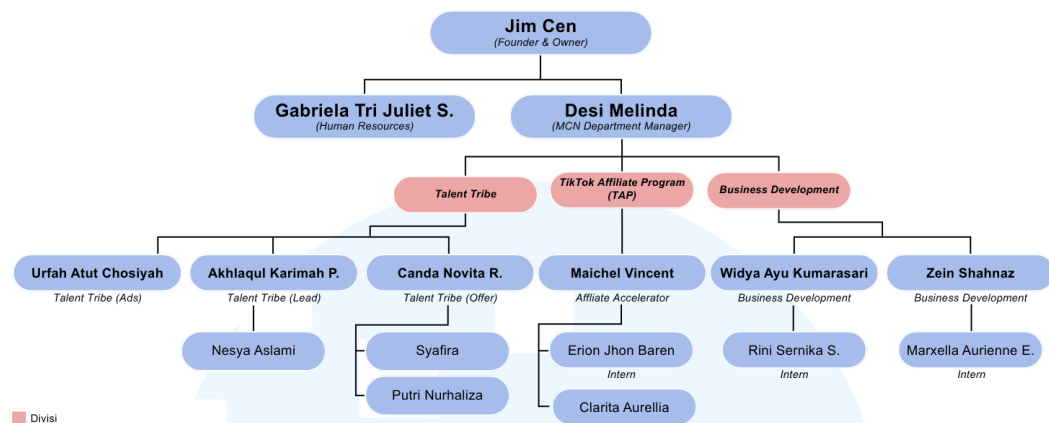
Misi perusahaan selaras dengan visi dan nilai-nilai tersebut, yaitu memberdayakan merek untuk berkembang di era digital melalui strategi yang kreatif dan efisien. Dengan memanfaatkan teknologi AI, Entropi berupaya membuka tingkat baru dalam pengelolaan pemasaran *influencer*, memperkuat posisi klien, serta meningkatkan performa dan efektivitas kampanye digital. Secara keseluruhan, visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan menunjukkan komitmen Entropi untuk menjadi mitra strategis yang mampu menghadirkan solusi inovatif dan berkelanjutan dalam ekosistem pemasaran digital.

2.1.1.3 Nilai

Nilai-nilai dasar yang menjadi landasan operasional Entropi meliputi integritas, inovasi, dan dampak. Integritas diwujudkan melalui transparansi, kejujuran, dan praktik etis, yang berfungsi membangun kepercayaan dan kredibilitas antara perusahaan dengan klien maupun mitra. Inovasi mendorong perusahaan untuk terus berada di garis depan *trend* industri dan mengembangkan solusi baru yang relevan. Sementara itu, orientasi terhadap dampak menekankan pentingnya menghasilkan hasil terukur yang memberikan kontribusi nyata bagi pertumbuhan dan keberhasilan bisnis klien.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Entropi Global Martech, terutama dari departemen bagian penulis melaksanakan magang adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Struktur Departemen MCN di PT Entropi Global Martech

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2026)

Struktur organisasi PT Entropi Global Martech dipimpin langsung oleh Jim Cen selaku *Founder* dan *Owner* yang memegang peranan sebagai pengambil keputusan tertinggi dalam perusahaan. Dalam kapasitasnya, *founder* bertanggung jawab atas perumusan visi dan arah strategis perusahaan, pengawasan kinerja keseluruhan divisi, serta pengembangan bisnis jangka panjang. Selain berfokus pada operasional di tingkat nasional, Jim Cen juga mendorong ekspansi bisnis ke pasar internasional sebagai bagian dari strategi pertumbuhan perusahaan. Salah satu bentuk pengembangan tersebut adalah penetrasi ke pasar Amerika Serikat, khususnya melalui ekosistem TikTok Go US, yang menjadi salah satu fokus pengembangan dalam bidang *influencer marketing* dan *social commerce*. Langkah ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada pasar domestik Indonesia, tetapi juga berupaya memperluas jangkauan operasional secara global untuk meningkatkan daya saing dan membuka peluang kolaborasi lintas negara.

Dalam menjalankan fungsi operasional, Jim Cen dibantu oleh dua posisi manajerial utama yang memiliki tanggung jawab berbeda namun saling melengkapi. Posisi pertama dijalankan oleh Gabriela Tri Juliet S. selaku *Human Resources* (HR) yang bertugas mengelola sumber daya manusia perusahaan secara menyeluruh. Ruang lingkup kerja HR mencakup proses rekrutmen, administrasi

kepegawaian, pengelolaan kebutuhan internal karyawan, serta mendukung pengembangan organisasi agar dapat berjalan secara efektif dan produktif.

Posisi kedua, yakni MCN *Department Manager*, dijabat oleh Desi Melinda yang memiliki tanggung jawab untuk mengoordinasikan berbagai aktivitas harian, mingguan, hingga bulanan yang mencakup seluruh divisi di bawah MCN, mulai dari *Talent Tribe*, *TikTok Affiliate Program* (TAP), dan *Business Development* (BD). Pada level harian, Desi Melinda berperan dalam aktivitas *monitoring* dan evaluasi performa secara berkelanjutan, seperti pemantauan *pipeline* kerja, analisis performa kampanye melalui *dashboard* internal, serta pengawasan *Key Performance Indicator* (KPI) individu maupun tim. Selain itu, ia juga memastikan seluruh alur komunikasi dan operasional berjalan lancar melalui koordinasi dengan berbagai *platform* kerja internal, termasuk pengelolaan komunikasi dengan kreator, validasi dokumen kerja sama, serta sinkronisasi dengan tim lain terkait kebutuhan *campaign* dan peluang kolaborasi. Proses ini dilakukan secara bertahap mulai dari pagi hingga malam hari yang mencakup aktivitas *monitoring*, eksekusi, hingga pelaporan hasil kerja harian.

Pada tingkat mingguan, Desi Melinda berperan dalam melakukan evaluasi menyeluruh terhadap performa setiap divisi dan progres pencapaian KPI yang telah ditetapkan. Evaluasi ini digunakan untuk mengidentifikasi *gap* atau kendala yang terjadi dalam pelaksanaan operasional, sekaligus merumuskan langkah perbaikan yang diperlukan. Pada tahap ini juga dilakukan peninjauan terhadap *pipeline* bisnis serta optimalisasi kampanye yang sedang berjalan, termasuk pengembangan peluang baru dalam hal *scaling creator*, peningkatan performa *campaign*, serta ekspansi *pipeline* kerja sama dengan *brand* maupun *seller*.

Sementara itu, pada level bulanan, Desi Melinda bertanggung jawab dalam penyusunan laporan performa menyeluruh dari seluruh divisi di bawah MCN *Department*. Laporan ini mencakup rekapitulasi hasil kerja, evaluasi pencapaian KPI, serta analisis performa kampanye dalam satu periode tertentu. Pada Tingkat ini, dilakukan juga perhitungan insentif atau bonus berdasarkan formula performa yang telah ditentukan Perusahaan serta terlibat dalam perencanaan strategi jangka

menengah melalui *monthly internal strategy meeting*, maupun koordinasi dengan pihak eksternal seperti TikTok Indonesia dalam bentuk program kolaborasi, pelatihan kreator, atau *event* yang mendukung pengembangan ekosistem *platform*. Dengan cakupan tanggung jawab yang bersifat harian, mingguan, dan bulanan tersebut, Desi Melinda memiliki peran sentral dalam memastikan seluruh aktivitas operasional perusahaan berjalan terukur, konsisten, dan selaras dengan *target* bisnis yang telah ditetapkan.

Di bawah koordinasi MCN *Department Manager*, struktur operasional perusahaan terbagi ke dalam beberapa divisi strategis dengan fokus kerja yang spesifik. Divisi pertama adalah *Talent Tribe* yang berperan dalam pengelolaan *talent* serta pelaksanaan aktivitas periklanan digital. Divisi ini menjadi penghubung utama antara *brand* dan para *content creator* atau KOL yang tergabung dalam jaringan perusahaan. Selain menjalankan fungsi pengelolaan *talent*, divisi ini juga bertanggung jawab dalam pelaksanaan kampanye promosi digital yang disesuaikan dengan kebutuhan *brand*. Dalam struktur internalnya, sektor *Ads* atau periklanan dikelola oleh Urfah Atut Chosiyah, sementara Akhlaqul Karimah P. bertindak sebagai *lead* yang membawahi Nesya Aslami. Selain itu, terdapat bagian *Offer* yang dipimpin oleh Canda Novita R. dengan dukungan operasional dari Syafira dan Putri Nurhaliza, yang berperan dalam pengelolaan penawaran kerja sama, administrasi *campaign*, serta koordinasi kebutuhan operasional antara *brand* dan *talent*.

Divisi berikutnya adalah *TikTok Affiliate Program* (TAP) yang berfokus pada pengembangan strategi pemasaran berbasis afiliasi (*affiliate marketing*). Divisi ini memiliki peran dalam meningkatkan performa penjualan produk melalui pemanfaatan konten digital yang dihasilkan oleh KOL dan *content creator*. Dalam implementasinya, divisi ini mengoordinasikan berbagai aktivitas kampanye afiliasi yang bertujuan untuk mengoptimalkan konversi penjualan melalui sistem komisi. Divisi ini juga berperan dalam memastikan bahwa setiap kampanye afiliasi berjalan sesuai dengan *target* performa yang telah ditetapkan oleh perusahaan maupun klien. Divisi TAP dipimpin oleh Maichel Vincent dan didukung oleh dua orang *intern*, yaitu Erion Jhon Baren dan Clarita Aurellia, yang membantu dalam pelaksanaan

tugas operasional harian seperti *monitoring* kampanye, pengumpulan data performa, serta dukungan administratif lainnya.

Selain kedua divisi tersebut, terdapat divisi *Business Development* yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan perusahaan melalui ekspansi pasar, pengembangan kemitraan, serta perluasan jaringan bisnis. Divisi ini berfokus pada aktivitas seperti riset pasar, identifikasi calon mitra potensial, pengembangan *database* KOL, serta pelaksanaan komunikasi awal dengan pihak eksternal untuk membuka peluang kerja sama baru. Dalam konteks operasional, divisi ini juga menjadi salah satu penghubung utama antara perusahaan dengan *brand* maupun KOL yang akan terlibat dalam kampanye. Penulis sendiri melaksanakan kegiatan kerja magang pada divisi *Business Development* di bawah supervisi Widya Ayu Kumarasari dan Zein Shahnaz, bersama dengan Rini Sernika S. sebagai sesama *intern*. Dalam pelaksanaannya, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas seperti kurasi KOL, pengelolaan data kandidat, *brand outreach*, serta komunikasi awal dengan calon mitra kerja sama.

Secara keseluruhan, struktur organisasi PT Entropi Global Martech menunjukkan pembagian peran yang jelas antara fungsi strategis, manajerial, dan operasional. Setiap divisi memiliki kontribusi yang saling mendukung dalam menjalankan model bisnis perusahaan yang berfokus pada *influencer marketing*, *affiliate marketing*, serta pengembangan ekosistem digital berbasis KOL.