

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

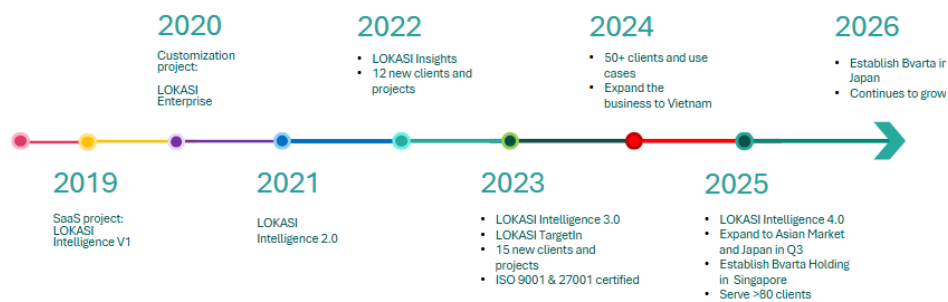
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Bhumi Varta Technology merupakan perusahaan yang bergerak di bidang analisis data *geospasial* yang telah berjalan sejak tahun 2018 dan telah menjadi penyedia perangkat lunak berbasis lokasi dan bisnis yang terkemuka di Indonesia. Bvarta terus berinovasi untuk dapat menciptakan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Bvarta didirikan oleh Martyn Terpilowski pada tahun 2018. Perusahaan bekerja selama 8 jam kerja dan 1 jam istirahat setiap harinya seperti perusahaan – perusahaan lainnya. Jam masuknya adalah antara jam 08.00 hingga 09.30 dan jam pulanginya adalah antara 17.00 hingga 18.30 WIB.

PT Bhumi Varta Technology pertama kali didirikan karena Martyn Terpilowski melihat adanya peluang yang besar di Indonesia karena Indonesia memiliki banyak pulau dan lokasi yang luas sehingga berpotensi untuk menghasilkan data *geospasial* untuk mendukung perusahaan. Kemudian Martyn Terpilowski menghubungi temannya yang berada di Indonesia yaitu David Pandjaitan untuk mendiskusikan lebih lanjut mengenai rencananya. Setelah itu mereka Bersama – sama menemukan pakar *geospasial* di *linkedin* yaitu Benny Emor dan kemudian mereka memutuskan untuk mendirikan PT Bhumi Varta Technology pada Oktober 2018.

Dari tahun 2018 hingga sekarang PT Bhumi Varta Technology terus berkembang dengan memperluas jaringannya ke Vietnam, Jepang dan Singapura. Dan pada tahun 2025, Bvarta resmi memindahkan headquarternya ke Singapura.



Gambar 2.0.1 Perjalanan PT Bhumi Varta Technology

Source: Data Internal Perusahaan (2026)

Perjalanan perkembangan PT Bhumi Varta Technology dimulai pada tahun 2019 melalui peluncuran produk pertamanya, yaitu *LOKASI Intelligence V1*, yang merupakan platform berbasis *Software as a Service (SaaS)* untuk mendukung analisis data geospasial dan intelijen lokasi. Pada tahun 2020, perusahaan mulai memperluas layanan dengan menghadirkan proyek kustomisasi serta meluncurkan *LOKASI Enterprise* guna memenuhi kebutuhan bisnis yang lebih kompleks dan spesifik. Selanjutnya pada tahun 2021, Bvarta kembali melakukan inovasi dengan merilis *LOKASI Intelligence 2.0* yang hadir dengan peningkatan fitur dan kemampuan analisis yang lebih optimal.

Memasuki tahun 2022, PT Bhumi Varta Technology mengembangkan layanan analitis melalui peluncuran *LOKASI Insights*. Pada tahun tersebut, perusahaan juga berhasil menangani lebih dari 12 klien dan proyek hal tersebut menunjukkan meningkatnya kepercayaan pasar terhadap layanan yang diberikan.

Tahun 2023 menjadi titik balik penting bagi kredibilitas perusahaan dengan diraihnya sertifikasi ISO 9001 & 27001, bersamaan dengan peluncuran *LOKASI Intelligence 3.0* dan *LOKASI Targetin*. Pada tahun 2024, PT Bhumi Varta Technology berhasil melayani lebih dari 50 klien dan use case dari berbagai sektor industri. Di tahun yang sama, perusahaan juga mulai melakukan ekspansi bisnis ke pasar Vietnam sebagai langkah awal pengembangan jaringan internasional.

Pada tahun 2025, Bvarta memperkuat dominasinya dengan meluncurkan *LOKASI Intelligence 4.0*. Selain itu, perusahaan juga memiliki rencana untuk

memperluas pasar ke Jepang dan mendirikan Bvarta Holding di Singapura. Pada tahun ini juga perusahaan berhasil melayani lebih dari 80 klien.

Kemudian pada tahun 2026, Bvarta resmi membuka cabang di Jepang dan berupaya terus berkembang kedepannya baik di pasar Indonesia maupun internasional.



Gambar 2.0.2 Logo PT Bhumi Varta Technology Sebelum Rebranding

Source : Data Internal Perusahaan (2026)



Gambar 2.0.3 Logo PT Bhumi Varta Technology Setelah Rebranding

Source : Data Internal Perusahaan (2026)

PT Bhumi Varta Technology melakukan *rebranding* dengan mengubah identitas merek dari BVT menjadi Bvarta. Perubahan ini juga disertai dengan pembaruan logo yang dirancang oleh seorang *Graphic Design* perusahaan pada Januari 2026. Logo baru tersebut mencerminkan identitas yang lebih modern dan mudah dikenali, sekaligus mendukung tujuan perusahaan untuk memudahkan penyebutan nama merek bagi jaringan mitra di pasar internasional, khususnya di Singapura, Vietnam, dan Jepang.

2.1.1 Visi Misi

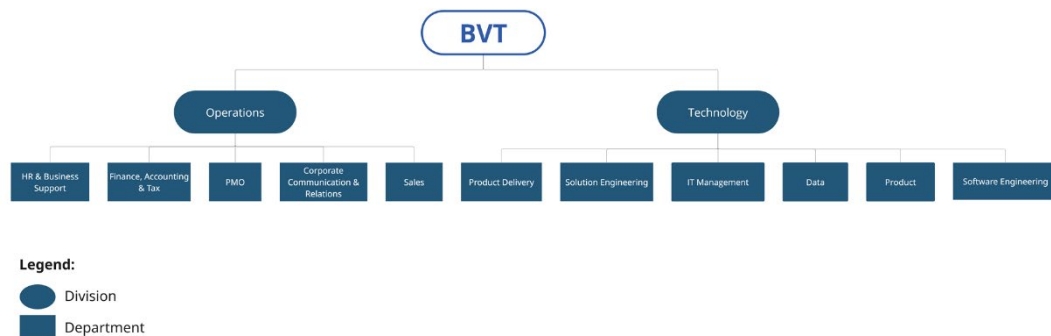
2.1.1.1 Visi

Menjadi perusahaan pemimpin global dalam analitik lokasi, memberdayakan bisnis untuk membuat keputusan strategis dengan wawasan dan teknologi inovatif (Bvarta, 2025).

2.1.1.2 Misi

Kami memetakan semua jenis big data dan menggunakan pembelajaran mesin serta AI untuk analitik prediktif guna membantu bisnis membuat keputusan berbasis data yang lebih baik.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.0.4 Struktur Organisasi PT. Bhumi Varta Technology

Dalam perusahaan Bhumi Varta Technology ada pembagian divisi dan departemen yang cukup kompleks agar semua pekerjaan dan dapat terselesaikan secara efektif. Berikut adalah deskripsi pekerjaan untuk masing – masing departemen dan divisi:

- *Operations*

Divisi operasional bertugas untuk mengelola perusahaan agar dapat berjalan dengan baik dengan melakukan pengelolaan sumber daya manusia, keuangan dan memastikan seluruh proses bisnis di perusahaan berjalan dengan baik.

- *Technology*

Divisi teknologi bertugas untuk melakukan pengembangan produk, manajemen data dan inovasi teknis.

- *HR & Business Support*

Departemen *HR & Business Support* berperan untuk merekrut karyawan, mensejahterakan karyawan dan mengelola kebutuhan administrasi kantor.

- *Finance, Accounting & Tax*

Departemen *Finance, Accounting & Tax* berperan untuk membuat laporan keuangan, mengatur keluar dan masuknya uang perusahaan dan melakukan audit internal.

- *PMO (Project Management Office)*

Departemen PMO berperan untuk memantau timeline dan memastikan project yang sedang berjalan sesuai dengan timeline dan anggaran.

- *Corporate Communication & Relations*

Departemen *Corporate Communication & Relations* berperan untuk menjaga citra perusahaan di mata publik, menjalin hubungan dengan pihak eksternal dan membuat promosi perusahaan untuk membangun engagement dengan pelanggan dan calon pelanggan.

- *Sales*

Departemen *sales* berperan untuk mencari klien baru dan bertanggung jawab atas pencapaian target pendapatan perusahaan.

- *Product Delivery*

Departemen *product delivery* berperan untuk memastikan produk yang dikirim ke klien dengan kualitas yang baik

- *Solution Engineering*

Departemen *solution engineering* berperan untuk merancang solusi teknis sesuai yang dibutuhkan oleh klien atau masalah klien.

- *IT Management*

Departemen *IT Management* berperan untuk mengelola sistem IT yang digunakan untuk mendukung sistem operasional harian.

- *Data*

Departemen *data* berperan untuk melakukan analisis data untuk memberikan insight bisnis.

- *Product*

Departemen *product* berperan untuk melakukan riset pasar agar produk dapat bersaing di pasaran, merancang produk dan menyusun spesifikasi produk.

- *Software Engineering*

Departemen *software engineering* berperan untuk melakukan pengembangan aplikasi, melakukan pengkodean (coding) dan memelihara sistem perangkat lunak secara teknis.

2.3 Produk Perusahaan

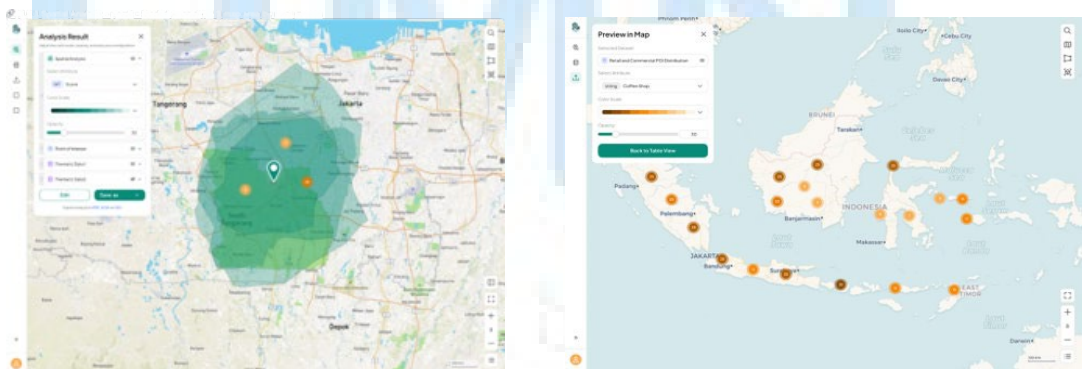
Seiring dengan berkembangnya kebutuhan konsumen saat ini, Bvarta memiliki beberapa produk yang diperjualbelikan saat ini. Setiap produk dibuat dengan melakukan analisis kebutuhan pasar dan memperhatikan kualitas dan manfaat dari produk. Berikut adalah beberapa produk yang diperjualbelikan oleh Bvarta:

- **LOKASI Intelligence**



Gambar 2.0.5 Logo LOKASI Intelligence

LOKASI Intelligence adalah sebuah platform analisis geospasial data yang dapat digunakan oleh retail, FMCG, F&B, property dan lain – lain untuk menentukan lokasi bisnis yang potensial. Platform ini memungkinkan perusahaan untuk mengeksplorasi, memvisualisasikan, dan menganalisis data geospasial melalui berbagai fitur, seperti *Grid Analysis*, *Site Profiling*, dan beragam alat analisis lainnya.



Gambar 2.0.6 Dashboard LOKASI Intelligence

Selain digunakan untuk mengidentifikasi area yang potensial, LOKASI Intelligence juga dapat membantu perusahaan / bisnis menganalisis *catchment area* berdasarkan karakteristik demografi serta

keberadaan *Points of Interest* (POI). Dengan analisis tersebut, perusahaan dapat memperoleh data yang lebih komprehensif tentang kondisi pasar di suatu wilayah sehingga proses pengambilan keputusan ketika akan melakukan ekspansi maupun pengembangan bisnis dapat dilakukan secara lebih tepat dan berbasis data.

LOKASI Intelligence dijual menggunakan sistem berlangganan (*subscription*), di mana jangka waktu langganan dapat disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing klien. Dalam layanan ini, LOKASI Intelligence menawarkan dua kategori paket berdasarkan jenis dan kelengkapan data yang tersedia, yaitu Default Data dan Premium Data.

Perbedaan utama antara kedua kategori tersebut terletak pada jenis serta kuantitas data yang dapat diakses oleh pengguna. Paket Default Data menyediakan data yang lebih terbatas, sedangkan paket Premium Data menawarkan data yang lebih lengkap.

- LOKASI Targetin



Gambar 2.0.7 Logo LOKASI Targetin

LOKASI Targetin merupakan sebuah aplikasi dan *dashboard* berbasis web yang dirancang untuk membantu perusahaan mengelola serta memantau aktivitas operasional secara lebih efektif. Platform ini memungkinkan pengguna untuk mengontrol pekerjaan, memantau progres secara *real-time*, serta mengakses data *Points of Interest* (POI) yang akurat sebagai pendukung pengambilan keputusan.

LOKASI Targetin juga sangat efektif digunakan untuk mengoptimalkan kinerja penjualan dan mengkoordinasi antara kantor pusat (*head office*) dan tim lapangan. Dengan tersedianya informasi yang

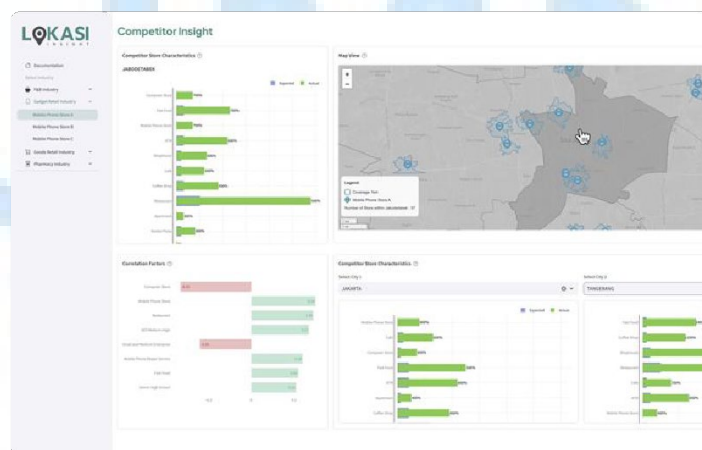
terintegrasi dan dapat diakses secara langsung, perusahaan dapat memantau pelaksanaan pekerjaan, mengevaluasi pencapaian target, serta memastikan proses operasional berjalan lebih efisien dan terkoordinasi.

- **LOKASI Insight**



Gambar 2.0.8 Logo LOKASI Insight

LOKASI Insight adalah sebuah layanan analisis yang dirancang untuk membantu perusahaan menjawab berbagai pertanyaan strategis serta memperoleh keunggulan kompetitif di tengah persaingan bisnis. Melalui laporan yang telah disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, LOKASI Insight memanfaatkan kumpulan data dan analisis tingkat lanjut untuk menghasilkan informasi yang komprehensif. Dengan demikian, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang bisnis, memahami kondisi pasar secara lebih mendalam, serta mengambil keputusan yang lebih tepat berdasarkan data (*data-driven decision making*).



Gambar 2.0.9 Output LOKASI Insight

2.4 Kompetitor Perusahaan

Dalam dunia bisnis, keberadaan kompetitor merupakan hal yang tidak dapat dihindari, begitu pula dengan Bvarta yang memiliki beberapa kompetitor dalam bidang analisis data geospasial. Salah satu kompetitor yang memiliki fitur dan jenis data yang cukup serupa dengan Bvarta adalah MAPID.



Gambar 2.10 Logo Kompetitor

MAPID merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang analisis data geospasial dengan menawarkan layanan yang lebih terjangkau. Meskipun memiliki kesamaan dalam layanan yang ditawarkan, Bvarta memiliki keunggulan dalam aspek kualitas dan kelengkapan data yang dihasilkan. Data geospasial yang disediakan oleh Bvarta memiliki cakupan dan tingkat kedalaman analisis yang lebih komprehensif dibandingkan dengan MAPID. Keunggulan tersebut menjadi salah satu nilai pembeda Bvarta dalam memberikan solusi analisis data geospasial yang lebih akurat dan mendukung kebutuhan pengguna.