

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT CMN didirikan pada tahun 2013 sebagai bagian dari pengembangan ekosistem *digital* di lingkungan properti. Sebagai perusahaan saudara dari Ciputra Group, PT CMN memiliki peran strategis dalam menyediakan serta mengelola infrastruktur jaringan *internet* di kawasan yang dikembangkan oleh Ciputra Group. Sejak awal berdiri, PT CMN berkomitmen untuk menghadirkan konektivitas yang andal dan berkualitas guna mendukung kebutuhan digital masyarakat modern.



Gambar 2.1 Logo PT Ciptakom
Sumber : Website Perusahaan, 2013

Di dalam pengembangannya, PT Ciptakom telah membangun pengalaman yang kuat sebagai mitra infrastruktur bagi berbagai pengembang properti besar di Indonesia. Di Wilayah Jabodetabek, PT Ciptakom mengelola jaringan proyek-proyek seperti Ciputra *Internasional*, Citra *Living Apartement*, dan masih banyak proyek lainnya. PT Ciptakom secara konsisten memperluas jangkauan operasionalnya ke berbagai kota di luar Jabodetabek, seperti di Sulawesi, Sumatera, dan Kalimantan. Hingga tahun 2026, PT Ciptakom Media Nusa telah dipercaya untuk mengelola infrastruktur jaringan di ratusan titik proyek yang tersebar di wilayah Jabodetabek hingga seluruh penjuru Indonesia.



Gambar 2.2 Marketing Segment
Sumber : Dokumen Perusahaan, 2013

Layanan yang disediakan oleh PT Ciptakom tidak hanya terbatas pada kawasan perumahan (*Residential Area*), tetapi juga mencakup sektor perkantoran, apartemen, pusat perbelanjaan (*Mall*), perhotelan, rumah sakit, hingga kawasan pergudangan (*Warehouse*). Layanan yang ditawarkan sangat beragam mulai dari produk unggulan *Triple Play*, *Smart Life Style* untuk kendali perangkat otomatis, *Smart Green* sebagai efisiensi energi bangunan, serta *Smart Security* yang mencakup sistem keamanan cerdas. Dengan variasi produk ini, PT Ciptakom mampu memenuhi kebutuhan infrastruktur digital bagi setiap segmen pasar.



Gambar 2.3 ISP Partner
Sumber : Dokumen Perusahaan, 2013

Sebagai bukti kualitas infrastruktur yang dibangun, PT Ciptakom telah mendapatkan kepercayaan penuh sebagai mitra strategis bagi berbagai penyedia layanan *internet (Internet Service Provider)* terkemuka di Indonesia. Infrastruktur jaringan yang dikelola oleh CMN (Ciptakom Media Nusa) memiliki standar yang andal, sehingga mampu mendukung operasional berbagai provider besar seperti Telkom Indonesia, Biznet, CBN, MyRepublic, Balifiber, IForte, hingga Moratelindo.

2.2 Visi Misi

Sebagai perusahaan yang berfokus pada solusi *Information and Communication Technology (ICT)*, PT Ciptakom Media Nusa memiliki komitmen untuk menjadi pemimpin dalam digitalisasi kawasan di Indonesia. Hal ini tercermin dalam visi dan misi perusahaan sebagai berikut:

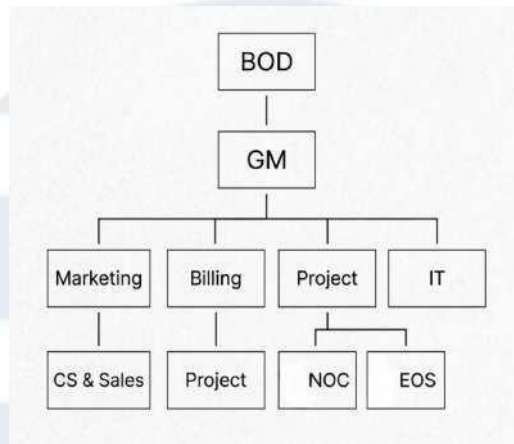
a. Visi

Menjadi penyedia solusi infrastruktur digital dan layanan teknologi informasi terpadu, untuk menciptakan kawasan hunian dan bisnis yang lebih cerdas, efisien, dan terkoneksi secara global.

b. Misi

Menghadirkan layanan konektivitas internet broadband berbasis serat optik yang cepat dan stabil guna mendukung produktivitas di berbagai sektor properti. Melalui inovasi teknologi terpadu, perusahaan mengembangkan ekosistem *digital cerdas* yang mencakup solusi *Smart Life Style*, *Smart Green* untuk efisiensi energi, serta *Smart Security* untuk keamanan kawasan.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Ciptakom

Sumber : Dokumen Pribadi

Bagan diatas merupakan gambaran umum struktur perusahaan dari PT Ciptakom. Di bawah kepemimpinan Board of Director, perusahaan ini memiliki beberapa divisi utama, seperti Divisi *Marketing*, *Billing (Finance)*, *IT*, dan *Project dan Operation*. Setiap divisi memiliki peran spesifik dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran, serta mengelola berbagai aspek operasional perusahaan.

- *Division Marketing*

Divisi *Marketing* merupakan divisi yang bertanggung jawab dalam merencanakan dan melaksanakan strategi pemasaran agar mampu mendorong peningkatan penjualan. Divisi ini berperan sebagai penghubung antara kebutuhan konsumen dengan solusi yang ditawarkan perusahaan melalui berbagai aktivitas, seperti riset pasar, pengelolaan hubungan dengan pelanggan, serta upaya mempertahankan loyalitas pelanggan (*customer retensi*). Divisi *Marketing* mendukung pertumbuhan bisnis perusahaan melalui peningkatan nilai merek, perluasan pangsa pasar, dan pencapaian target penjualan.

- ***Division IT***

Divisi IT bertanggung jawab dalam pengembangan dan pengelolaan aplikasi berbasis web sebagai sistem terintegrasi perusahaan, yang mencakup penyimpanan database pelanggan, pengolahan data keuangan, serta monitoring perangkat di sisi tenant. Melalui sistem ini, operasional perusahaan dapat berjalan lebih efisien, akurat, dan terkontrol

- ***Division Project dan Operation***

Divisi *Project dan Operation* bertanggung jawab dalam perencanaan dan pelaksanaan pembangunan infrastruktur jaringan di kawasan yang dikelola. Divisi ini memastikan setiap pembangunan dilakukan secara terstruktur, tepat waktu, serta sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan.

- ***Division Finance***

Bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan perusahaan, termasuk perencanaan anggaran, pelaporan keuangan, penagihan (*billing*) kepada pelanggan, dan pembayaran kepada vendor.

- ***Division NOC (Network Operation Center)***

Bertanggung jawab dalam konfigurasi dan pengelolaan perangkat jaringan, baik dari sisi provider maupun tenant. Divisi NOC memastikan jaringan tetap berjalan secara optimal sehingga layanan dapat berjalan stabil, aman, dan andal.

- ***Division Engineer On Site***

Bertanggung jawab dalam menangani kendala teknis yang terjadi di sisi tenant, khususnya di kawasan yang dikelola. Dengan respons yang cepat dan penanganan yang tepat, divisi ini memastikan setiap gangguan dapat diselesaikan secara efektif untuk menjaga kualitas layanan.

- ***Division Human Resources & General Services***

Divisi *Human Resources & General Services* bertanggung jawab dalam pengelolaan sumber daya manusia seperti perekrutan, pelatihan, penilaian kinerja staf, manajemen umum, dan fasilitas kantor.



Gambar 2.5 Struktur *Marketing Department*
Sumber : Dokumen Pribadi, 2026

Divisi *Marketing* berfokus pada menciptakan strategis yang terintegrasi mulai dari level manajerial hingga teknis untuk memastikan pesan perusahaan tersampaikan dengan efektif. Di bawah arahan *Marcom Manager*. Dalam Divisi *Marketing*, *Marketing Manager* memiliki peran strategis dalam memberikan arahan dan pengawasan terhadap seluruh aktivitas pemasaran. Memastikan bahwa setiap program pemasaran yang telah direncanakan berjalan sesuai target dan lancar. Selain itu, *Marketing Manager* juga berperan aktif dalam mengevaluasi kinerja pemasaran, memberikan masukan untuk peningkatan, serta merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif berdasarkan hasil analisis data dan laporan berkala (mingguan/bulanan) bersama tim pemasaran.

Dalam pelaksanaannya, *Marcom Officer* mengkoordinasikan dua pilar utama dalam interaksi pelanggan, yaitu tim *Sales* dan *Customer Service*. Tim *Sales* bertugas mengeksekusi strategi promosi di lapangan untuk mendorong pencapaian target, sementara tim *Customer Service* bertugas untuk menjaga kepuasan serta loyalitas pelanggan melalui komunikasi yang solutif.

Sebagai *Digital Marketing Intern*, penulis membantu peran dari *Marketing Manager* dalam merencanakan dan melaksanakan berbagai aktivitas pemasaran digital. Tanggung jawab penulis meliputi penyusunan strategi konten, pembuatan materi komunikasi pemasaran, membantu pengelolaan website, dan membantu perencanaan media sosial. Penulis juga berkoordinasi dengan tim *Customer Service* dan *Sales* untuk memperoleh informasi terkait kebutuhan pelanggan dan memastikan pesan pemasaran yang disampaikan selaras dengan tujuan perusahaan.

