

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Badan Usaha

PT Birdie Indonesia didirikan pada tahun 2013 dan terus mengalami pertumbuhan pesat melalui berbagai inovasi produk serta strategi promosi yang luas, khususnya melalui jaringan asosiasi pegolf. Keberhasilan tersebut membuat PT Birdie Indonesia semakin optimis untuk terus mengembangkan bisnis dan memperluas jangkauan pasarnya.



Birdie®

Gambar 2.1 Logo Birdie
Sumber: PT Birdie Indonesia (2026)

PT Birdie Indonesia memproduksi berbagai pakaian dan perlengkapan golf bermerek Birdie, seperti golf shirt, topi, celana, tas, dan aksesori lainnya. Selain digunakan oleh pegolf amatir maupun profesional, produk yang ditawarkan juga dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, termasuk penambahan logo perusahaan.

2.1.1 Profil Badan Usaha

Perusahaan PT Birdie Indonesia merupakan perusahaan yang berfokus pada perancangan dan produksi pakaian golf yang *stylish* serta nyaman untuk

mendukung gaya hidup para pegolf. Meskipun baru didirikan pada tahun 2013, perusahaan ini telah mengalami pertumbuhan yang cukup pesat melalui berbagai inovasi produk serta strategi promosi yang luas, terutama melalui kerja sama dengan berbagai asosiasi pegolf. PT Birdie Indonesia menghadirkan berbagai produk pakaian dan perlengkapan golf berkualitas tinggi di bawah merek “Birdie”, yang ditujukan bagi pegolf amatir maupun profesional. Beragam produk yang ditawarkan meliputi kemeja golf, topi golf, tas, celana, sarung tangan, serta berbagai perlengkapan golf lainnya. Banyak dari produk tersebut telah digunakan serta direkomendasikan oleh berbagai asosiasi golf. Selain itu, sebagian besar produk juga dapat disesuaikan (*customized*) sesuai kebutuhan pelanggan, misalnya dengan menambahkan logo perusahaan pada produk yang dipesan.

Tujuan utama PT Birdie Indonesia adalah mengembangkan, merancang, dan memproduksi berbagai produk dengan kualitas terbaik serta harga yang kompetitif. Sebagai merek lokal kebanggaan Indonesia, Birdie memiliki komitmen untuk mampu bersaing dengan merek-merek multinasional di industri perlengkapan golf. Bagi perusahaan, kepuasan pelanggan tidak hanya diukur dari pembelian pertama, tetapi juga dari kesediaan pelanggan untuk kembali melakukan pembelian sehingga tercipta loyalitas pelanggan. Berikut adalah visi dan misi dari Birdie Indonesia:

1. Visi utama Birdie adalah menjadi merek nomor satu di Indonesia dalam segmen perlengkapan golf dalam kurun waktu 10 tahun pertama. Dalam jangka panjang, Birdie menargetkan untuk memperluas jangkauannya dengan menjadi merek nomor satu di Asia Tenggara dalam 20 tahun pertama, serta pada akhirnya dikenal secara global dalam 30 tahun pertama pada industri perlengkapan golf.
2. Birdie memiliki misi untuk menghadirkan produk dengan kualitas internasional. Selain itu, Birdie juga berkomitmen menjadi merek yang mewakili kebanggaan masyarakat Indonesia serta mampu

menjadi “tuan rumah di negeri sendiri”. Sebagai perusahaan yang terus berkembang, PT Birdi Indonesia juga berkomitmen untuk selalu beradaptasi secara positif terhadap perkembangan zaman dan dinamika industri. Salah satu target strategis perusahaan dalam waktu dekat adalah melakukan Penawaran Umum Perdana (IPO) pada tahun 2030.

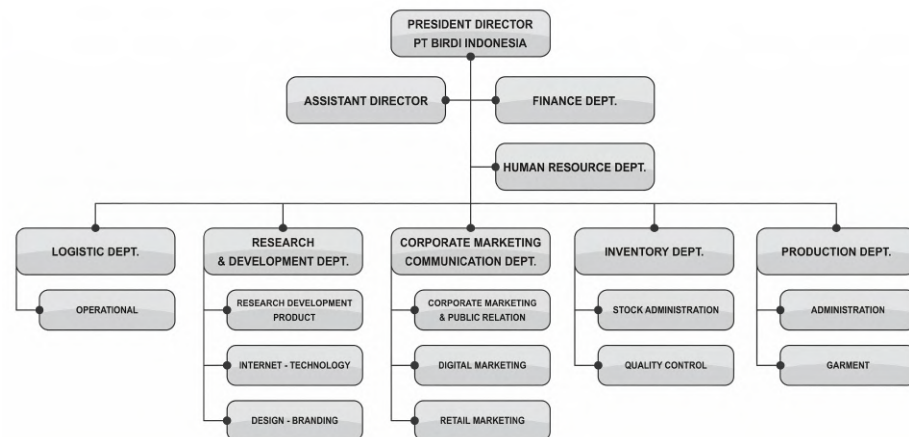
2.1.2 Sejarah Badan Usaha

PT Birdie Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan retail yang berfokus pada produksi pakaian golf serta berbagai aksesoris pendukungnya. Salah satu merek unggulan perusahaan adalah “Birdie”, yang dikenal sebagai market leader pada segmen olahraga golf. Jaringan pemasaran produk dilakukan melalui berbagai lapangan golf di seluruh Indonesia serta melalui *platform* digital. Selain itu, sebagai merek yang telah dikenal luas, Birdie juga membentuk sebuah komunitas bernama “Birdie *Membership Community*”. Saat ini komunitas tersebut telah memiliki sekitar 900 anggota dan jumlahnya terus bertambah. Komunitas ini dibentuk sebagai wadah bagi pelanggan setia (*brand loyalty*) sekaligus sebagai sarana promosi merek yang berkelanjutan. Berbagai kegiatan rutin diselenggarakan, seperti *event monthly tournament* yang mempererat hubungan antara merek dan komunitas penggunanya.

2.2 Struktur Organisasi Badan Usaha

Struktur organisasi PT Birdie Indonesia dipimpin oleh *President Director* yang memiliki tanggung jawab tertinggi dalam mengelola dan mengawasi seluruh kegiatan perusahaan. *President Director* berperan dalam menentukan kebijakan strategis serta memastikan setiap departemen bekerja secara efektif untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam menjalankan tugasnya, *President Director* dibantu oleh *Assistant Director* yang bertugas membantu koordinasi antar departemen serta mendukung pelaksanaan kebijakan perusahaan. Selain itu, terdapat beberapa

departemen yang berada di bawah koordinasi manajemen, yaitu *Finance Department* yang bertanggung jawab dalam pengelolaan keuangan perusahaan, serta *Human Resource Department* yang mengelola sumber daya manusia mulai dari rekrutmen, pengembangan karyawan, hingga administrasi kepegawaian.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: PT Birdie Indonesia (2026)

Di samping itu, terdapat beberapa departemen operasional yang mendukung kegiatan bisnis perusahaan. *Logistic Department* bertugas mengatur distribusi dan pengiriman barang, yang didukung oleh bagian *Operational*. *Research and Development Department* berperan dalam melakukan riset dan pengembangan produk perusahaan, yang terdiri dari bagian *Research Development Product*, *Internet Technology*, serta *Design Branding*. *Corporate Marketing Communication Department* bertanggung jawab dalam kegiatan pemasaran dan komunikasi perusahaan, yang mencakup *Corporate Marketing & Public Relation*, *Digital Marketing*, serta *Retail Marketing*. *Inventory Department* berfungsi mengelola persediaan barang perusahaan melalui bagian *Stock Administration* dan *Quality Control*. Sementara itu, *Production Department* bertugas dalam proses produksi produk perusahaan yang meliputi bagian *Administration* dan *Garment*. Dengan adanya struktur organisasi tersebut, setiap departemen memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas sehingga dapat mendukung kelancaran operasional serta perkembangan bisnis PT Birdie Indonesia.

2.3 Portofolio Badan Usaha

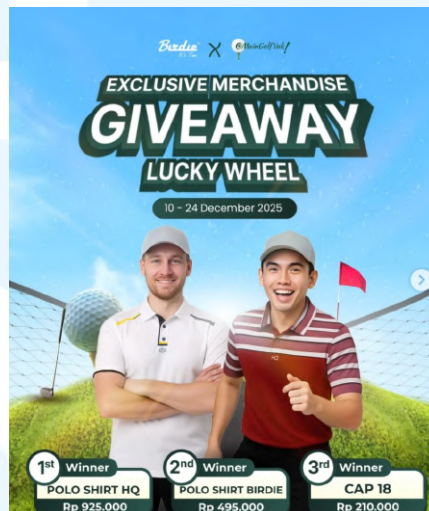
Dalam menjangkau audiens yang lebih luas, perusahaan juga melakukan berbagai bentuk kegiatan promosi dan kerja sama dengan platform yang memiliki target pasar serupa. Salah satu bentuk strategi promosi tersebut adalah melalui program kolaborasi dengan platform digital yang memiliki komunitas pengguna yang relevan dengan produk yang ditawarkan. Kolaborasi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk secara lebih luas sekaligus membangun interaksi yang lebih dekat dengan target konsumen.



Gambar 2.3 Poster Giveaway BirdieXSwing

Kolaborasi antara Birdie dan Swing dalam program *Exclusive Merchandise Giveaway Lucky Wheel* ini merupakan strategi kerja sama yang dirancang untuk memperkuat posisi brand Birdie di industri golf sekaligus memperluas jangkauan pasarnya. Program yang berlangsung pada 25–31 Desember 2025 ini menghadirkan hadiah merchandise eksklusif berupa *apparel golf* seperti *polo shirt* dan *topi*, yang diberikan kepada dua pemenang melalui mekanisme *lucky wheel*. Melalui kolaborasi ini, Birdie memanfaatkan *platform* Swing yang dikenal sebagai *marketplace* yang berfokus pada produk golf dan olahraga.

Dengan basis pengguna yang sudah terdiri dari komunitas golfer dan penggemar olahraga, Swing menjadi media yang efektif untuk memperkenalkan produk Birdie kepada target pasar yang lebih relevan. Kehadiran program *giveaway* juga menjadi cara yang menarik untuk meningkatkan interaksi pengguna sekaligus menarik perhatian audiens terhadap brand Birdie. Selain itu, kerja sama ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* Birdie di kalangan para golfer. Dengan menampilkan produk Birdie sebagai hadiah utama dalam program promosi di *platform* Swing, brand Birdie dapat membangun citra sebagai brand yang aktif terlibat dalam ekosistem golf. Hal ini juga membantu menciptakan asosiasi positif antara Birdie dengan aktivitas dan gaya hidup golf.



Gambar 2.4 Poster *Giveaway* BirdieXMainGolfYuk

Kolaborasi antara Birdie dan Maingolfyuk dalam program *Exclusive Merchandise Giveaway Lucky Wheel* merupakan strategi pemasaran yang berfokus pada peningkatan *brand awareness* melalui pendekatan *influencer marketing* di komunitas golf. Program yang berlangsung pada 10–24 Desember 2025 ini menghadirkan beberapa hadiah merchandise Birdie, seperti polo *shirt* dan *cap*, yang diberikan kepada tiga pemenang sebagai bentuk apresiasi kepada para peserta. Tujuan utama dari kolaborasi ini adalah untuk memperkenalkan dan memperkuat citra brand Birdie di kalangan komunitas golf dengan memanfaatkan figur Maingolfyuk sebagai *influencer* yang sudah dikenal luas oleh para *golfer*. Dengan

basis audiens yang relevan dan aktif di dunia golf, kehadiran Maingolfyuk diharapkan mampu membantu Birdie menjangkau pasar yang lebih spesifik, yaitu para pecinta dan pemain golf yang memiliki ketertarikan terhadap produk apparel maupun lifestyle golf. Melalui kampanye giveaway ini, Birdie tidak hanya mempromosikan produknya, tetapi juga membangun interaksi yang lebih dekat dengan komunitas *golfer*. Aktivitas seperti *lucky wheel* dan pembagian hadiah menciptakan pengalaman yang menarik bagi audiens, sehingga meningkatkan engagement sekaligus memperkuat hubungan antara brand dan konsumen. Selain itu, kehadiran influencer juga memberikan nilai tambah karena mampu meningkatkan kepercayaan audiens terhadap produk yang dipromosikan.

