

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Vision Corporation

Sumber: <https://visioncorporation.co.id/>

Vision Corporation merupakan salah satu Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) Allianz yang bergerak di bidang pemasaran dan pengembangan bisnis asuransi jiwa dan kesehatan di Indonesia. Perusahaan ini berperan dalam membantu masyarakat memperoleh perlindungan finansial melalui berbagai produk asuransi sekaligus mengembangkan jaringan tenaga pemasar yang profesional. Selain menjalankan kegiatan pemasaran, Vision Corporation juga aktif menyelenggarakan berbagai program pelatihan, pembinaan, dan pengembangan kepemimpinan guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang berada di bawah naungannya (Vision Corporation, 2024).

Vision Corporation didirikan pada tahun 2006 oleh Deny Oetama Hartono dan Inge Wiriana bersama tujuh anggota awal yang dikenal dengan sebutan “7 Samurai”, yaitu Frengki, Susanto, Bambang Sudianto, Box Seli Lie, Jefry Wiriana, Heryanto Tandra, dan Firman Gea. Berdirinya perusahaan dilatarbelakangi oleh keinginan untuk membangun organisasi pemasaran asuransi yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan bisnis, tetapi juga pada pengembangan kualitas individu di dalamnya. Sejak awal, perusahaan menanamkan nilai integritas, profesionalisme, disiplin, dan semangat belajar sebagai dasar dalam menjalankan kegiatan organisasi.

Perjalanan Vision Corporation menunjukkan perkembangan yang cukup pesat dari tahun ke tahun. Dimulai dari tim yang beranggotakan beberapa orang, perusahaan terus memperluas jaringannya hingga menjangkau berbagai wilayah di Indonesia. Berdasarkan data perusahaan hingga November 2024, Vision Corporation memiliki lebih dari 60 kantor perwakilan, sekitar 3.962 *leader*, lebih dari 40.101 tenaga pemasar aktif, serta didukung oleh sekitar 50 staf profesional yang membantu kegiatan operasional perusahaan. Capaian tersebut menjadikan Vision Corporation sebagai salah satu jaringan *agency* Allianz terbesar di Asia Tenggara (Vision Corporation, 2024).

Pertumbuhan perusahaan tidak terlepas dari perhatian yang diberikan terhadap pengembangan sumber daya manusia. Vision Corporation secara rutin menyelenggarakan berbagai pelatihan, seminar, *coaching*, dan program pengembangan kepemimpinan yang ditujukan bagi para tenaga pemasar. Kegiatan tersebut dilakukan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi, pemahaman produk, keterampilan membangun hubungan dengan nasabah, serta kemampuan kepemimpinan. Menurut Apriansyah (2020), budaya organisasi yang diterapkan secara konsisten dapat memberikan pengaruh positif terhadap kinerja anggota organisasi serta mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

Selain berfokus pada pengembangan sumber daya manusia, Vision Corporation juga terus mengikuti perkembangan industri asuransi di Indonesia. Industri perasuransian memiliki peran penting dalam memberikan perlindungan terhadap berbagai risiko yang dapat memengaruhi kondisi keuangan masyarakat. Otoritas Jasa Keuangan (2023) menyatakan bahwa sektor perasuransian merupakan salah satu bagian penting dalam sistem jasa keuangan yang berkontribusi terhadap peningkatan ketahanan finansial masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan asuransi dan jaringan *agency* memiliki peran dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya perlindungan dan perencanaan keuangan.

Untuk mendukung kegiatan tersebut, Vision Corporation tidak hanya mengandalkan kegiatan pemasaran secara langsung, tetapi juga memanfaatkan berbagai media komunikasi yang dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas.

Seiring meningkatnya penggunaan internet dan media sosial di Indonesia, perusahaan mulai memanfaatkan platform digital sebagai sarana untuk membagikan informasi, membangun hubungan dengan audiens, serta memperkenalkan peluang karier di industri asuransi.

Pemanfaatan media digital juga menjadi salah satu bagian penting dalam kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Vision Corporation. Melalui media sosial, perusahaan dapat menyampaikan berbagai informasi mengenai literasi keuangan, pengembangan diri, kegiatan perusahaan, hingga peluang bisnis yang tersedia bagi masyarakat. Kehadiran media sosial membantu perusahaan menjangkau generasi muda yang lebih aktif memperoleh informasi melalui platform digital dibandingkan media konvensional.

Vision Corporation juga dikenal sebagai organisasi yang memberikan perhatian besar terhadap pengembangan karier para tenaga pemasar. Berbagai jenjang pengembangan karier disediakan bagi anggota yang ingin meningkatkan kemampuan profesional maupun kepemimpinannya. Dukungan tersebut diberikan melalui sistem pembinaan yang terstruktur, program pelatihan yang berkelanjutan, serta lingkungan kerja yang mendorong kolaborasi dan pengembangan diri. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor yang mendukung pertumbuhan perusahaan hingga saat ini.

Selain mengembangkan bisnis di bidang asuransi, Vision Corporation juga aktif membangun komunitas yang berfokus pada pengembangan diri dan literasi keuangan. Melalui berbagai kegiatan edukasi dan pelatihan, perusahaan berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya memiliki perencanaan keuangan yang baik sebagai bagian dari upaya mencapai kestabilan finansial di masa depan. Upaya tersebut sejalan dengan kebutuhan masyarakat yang semakin membutuhkan informasi mengenai pengelolaan keuangan dan perlindungan terhadap risiko kehidupan.

Salah satu *agency* yang berada di bawah naungan Vision Corporation adalah HD Life Agency by Vision Allianz. *Agency* ini menjalankan kegiatan pemasaran produk asuransi sekaligus memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi

dengan masyarakat. Berbagai informasi mengenai literasi keuangan, pengembangan diri, *money mindset*, dan peluang pengembangan karier dibagikan melalui platform digital untuk membantu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya perencanaan keuangan dan perlindungan finansial.

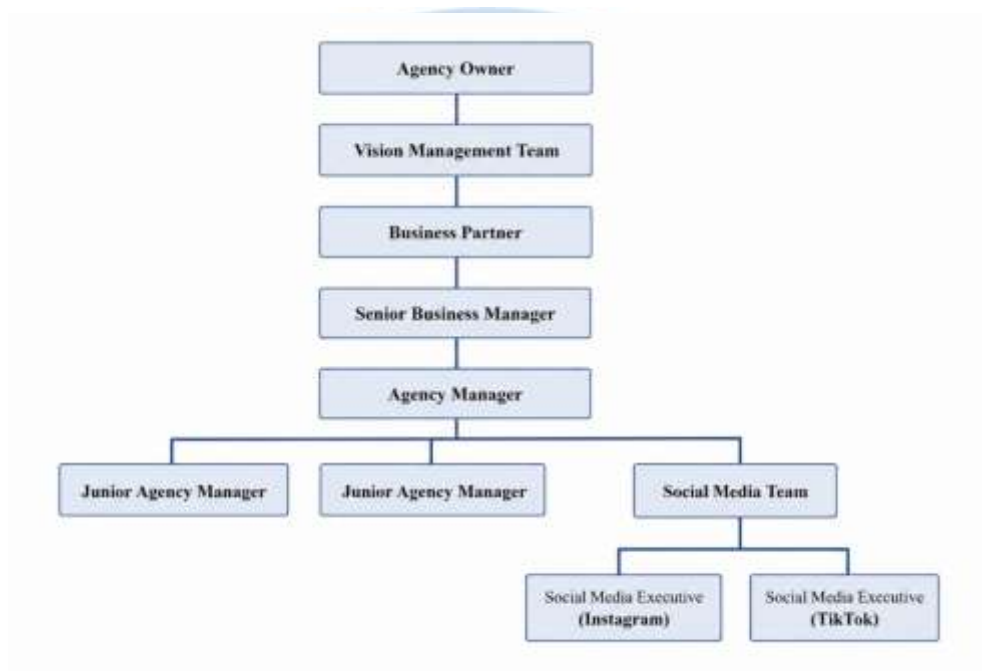
2.2 Visi Misi Perusahaan

Visi dan misi menjadi pedoman bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional serta menentukan arah pengembangan organisasi. Sebagai salah satu Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) Allianz, Vision Corporation memiliki visi untuk menjadi *agency* asuransi terbesar dan terbaik di kawasan Asia Pasifik.

Untuk mencapai visi tersebut, Vision Corporation berkomitmen membantu nasabah dan keluarganya memperoleh perlindungan finansial melalui solusi asuransi yang sesuai dengan kebutuhan, meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya perencanaan keuangan dan perlindungan asuransi, mengembangkan sumber daya manusia yang profesional, kompeten, dan berintegritas, menciptakan peluang pengembangan karier dan kesejahteraan bagi para mitra bisnis melalui sistem yang terstruktur dan berkelanjutan, serta memberikan kontribusi positif kepada masyarakat melalui kegiatan edukasi, pengembangan diri, dan peningkatan literasi keuangan (Vision Corporation, 2024).

Melalui visi dan misi yang dimiliki, Vision Corporation terus mengembangkan jaringan pemasaran, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, serta memberikan layanan yang dapat membantu masyarakat memperoleh perlindungan finansial yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Vision Corporation, 2024).

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Vision Corporation

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Vision Corporation menerapkan struktur organisasi yang bersifat hierarkis untuk mendukung koordinasi, pengambilan keputusan, dan pengelolaan kegiatan operasional perusahaan. Struktur organisasi dipimpin oleh *Agency Owner* yang bertanggung jawab atas arah pengembangan organisasi, strategi bisnis, serta pengambilan keputusan utama perusahaan. Dalam menjalankan fungsi tersebut, *Agency Owner* didukung oleh *Vision Management Team* yang berperan dalam mengelola operasional perusahaan, mengembangkan jaringan bisnis, serta melakukan pembinaan terhadap para *Business Partner* yang berada di bawah naungan Vision Corporation.

Pada tingkat operasional, setiap *Business Partner* bertanggung jawab mengembangkan jaringan bisnis, membina tim, serta mengoordinasikan aktivitas operasional sesuai dengan lingkup bisnisnya masing-masing. Dalam menjalankan tugas tersebut, setiap *Business Partner* didukung oleh beberapa *Business Executive* yang berperan dalam menjalankan kegiatan operasional dan mendukung pengembangan bisnis. Untuk memenuhi kebutuhan komunikasi digital, setiap

Business Executive juga didukung oleh *Social Media Team* yang bertugas mengelola media sosial perusahaan. Struktur kerja tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial menjadi bagian yang terintegrasi dengan aktivitas operasional perusahaan sehingga setiap kegiatan komunikasi digital dapat disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing tim.

Social Media Team bertanggung jawab mengelola media sosial perusahaan sebagai sarana komunikasi dengan audiens. Ruang lingkup pekerjaannya meliputi perencanaan konten, pengembangan konten media sosial, produksi konten, publikasi konten, pengelolaan interaksi dengan audiens, serta evaluasi performa konten sebagai bagian dari aktivitas *social media management*. Selama pelaksanaan kerja magang, penulis menempati posisi sebagai *Social Media Executive Intern* dan berkoordinasi dengan supervisor lapangan serta anggota tim lainnya dalam mendukung komunikasi digital HD Life Agency by Vision Allianz. Melalui posisi tersebut, penulis terlibat secara langsung dalam seluruh proses pengelolaan media sosial, mulai dari perencanaan, pengembangan, produksi, publikasi, hingga evaluasi konten. Ruang lingkup pekerjaan tersebut menjadi dasar pembahasan pada bab berikutnya mengenai pelaksanaan aktivitas kerja magang.

