

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang 20FIT group (PT Kredo Aum)



Gambar 2.1 logo 20FIT group
Sumber : dokumen perusahaan

PT Kredo Aum atau yang lebih familiar dikenal sebagai 20FIT group merupakan *integrated business* yang bergerak di bidang *health & wellness* yang telah berdiri sejak tahun 2019. Pada awal mulanya 20FIT group didirikan bermula dari Sports Clinic yang memfasilitasi olahraga dan latihan menggunakan EMS Machine (Electrical Muscle Stimulation Machine) yang merupakan alat yang menggunakan stimulasi listrik ringan untuk merangsang kontraksi otot secara langsung, dengan tujuan untuk memperkuat otot dan membantu pemulihan sebagai bagian dari terapi, dengan melakukan gerakan latihan ringan menggunakan *EMS Machine* akan membantu seseorang membakar 1000 Kalori dalam kurun waktu 20 menit, dari sini lahirlah nama 20FIT group, sejarah awal ini yang juga menjadi filosofi dari logo 20FIT Group, angka 20 dalam logo berasal dari sejarah awal 20FIT yang dimana dapat menggunakan *EMS machine* dalam waktu 20 menit untuk berolahraga, sementara kata “FIT” dari logo merepresentasikan tujuan utama dari perusahaan, yaitu untuk meningkatkan kebugaran, kesehatan, serta menjaga gaya hidup yang aktif melalui olahraga.

Selama kurun waktu 7 tahun, secara operasional 20FIT group telah berhasil mengembangkan dan mengoperasikan 5 bisnis pilar utama perusahaan, yaitu:

1. 20FIT Event

Pilar ini menawarkan jasa untuk membentuk sporting event, yang dapat memberikan pengalaman menyenangkan bagi peserta melalui purpose driven experience. Layanan yang disediakan meliputi :

- *Race Organizer*
- *Race management*
- *Training*
- *Race system & tech*
- *Sports protection*

2. 20FIT Gym

Pilar ini menawarkan penggunaan fasilitas peralatan fitness yang terdepan dan terkini, serta panduan dari personal trainer yang dapat membantu customer mencapai fitness *personal goal* mereka. Layanan yang disediakan meliputi :

- *Gym Membership*
- *Personal Trainer*
- *Classes*

3. 20FIT Shop

Pilar ini menawarkan berbagai produk peralatan gym ataupun aksesoris olahraga yang berkualitas untuk mendukung performa kehidupan aktif customer.

4. 20FIT Sports Clinic

Pilar ini menyediakan layanan kesehatan yang *personalized* serta mendukung rehabilitasi untuk menjawab setiap kebutuhan tubuh customer, untuk mendukung dan meningkatkan performa atlet ataupun *sports enthusiast*. Layanan yang disediakan meliputi :

- *Assesment*
- *Treatment*
- *Training*

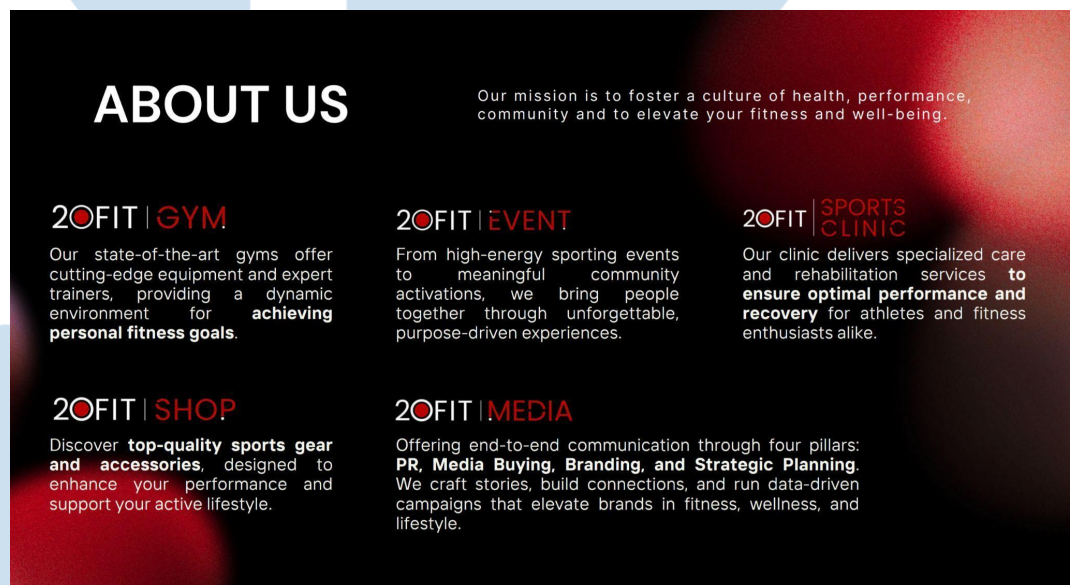
- *Hi-Tech treatment*
- *Home Service*

5. 20FIT Media.

Pilar ini bertugas dalam membantu klien di industri *health & wellness* membangun dan membentuk *brand image*, pesona brand, serta meningkatkan citra brand melalui kampanye yang berbasis *data driven*.

Layanan yang disediakan meliputi :

- *Media buying*
- *Strategic planning*
- *Branding*
- *Public Relations*



Gambar 2.1 Struktur *Unit Business* Organisasi 20FIT Group

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Dalam operasionalnya semua unit pilar perusahaan berperan aktif dalam merealisasikan misi dari perusahaan untuk membangun ekosistem *health & wellness* yang mengintegrasikan, *fitness, sports, wellness*, media, dan komunitas menjadi satu kesatuan untuk meningkatkan kualitas hidup dan meningkatkan

performa sehari-hari customer. Keberhasilan ekosistem ini dibuktikan melalui kepercayaan dari berbagai merek dan instansi terkemuka yang menjalin kerjasama dengan 20FIT seperti : pecor, HYROX, MPR RI, XiaoMi, PLN Mobile, Livin mandiri, serta Danantara Indonesia. Reputasi tersebut menjadikan 20FIT group menjadi mitra strategis bagi perusahaan yang membutuhkan jasa untuk mengadakan kegiatan sport ataupun ingin terlibat di dunia *health & wellness* di Indonesia. Lebih dari sekadar mitra, perusahaan juga mengambil peran aktif sebagai fasilitator olahraga bertaraf internasional guna merespons tren gaya hidup sehat. Bukti nyata dari peran ini adalah keberhasilan 20FIT Group mencetak sejarah sebagai mitra resmi (official partner) HYROX pertama di Indonesia.

Meskipun 20FIT telah berhasil menjadi mitra resmi, dan mendapatkan lisensi internasional seperti HYROX, 20FIT tetap menghadapi persaingan pasar yang ketat. Nyatanya di industri *health and wellness* terdapat beberapa perusahaan kompetitor 20FIT yang aktif bersaing, seperti : Atlos, Fit Hub, hingga Gold's Gym yang sering menawarkan harga yang lebih terjangkau, walau begitu agar 20FIT menjadi perusahaan unggul, 20FIT mengandalkan *unique Selling Point (UVP)*, yaitu layanan yang eksklusif serta ekosistem kesehatan yang terintegrasi dari semua unit bisnisnya. 20FIT menawarkan ekosistem ini dan mengintegrasikan dengan semua unit bisnisnya secara proaktif kepada para customer, sehingga ekosistem ini membangun sebuah siklus customer journey yang berkelanjutan, dan menjaga loyalitas customer dalam satu payung yang utuh.

2.2 Visi Misi 20FIT Group (PT Kredo Aum)

Sebagai salah satu perusahaan prominen dan eksis dalam industri health and wellness 20FIT group mempunyai visi dan misi yang dijadikan prinsip dan dasar perusahaan yang mencerminkan komitmen perusahaan yang bertujuan membangun *integrated health & wellness business* yang terpercaya dan terdepan di Indonesia. Visi dan misinya sebagai berikut :

VISI

Menjadi konsisten ekosistem kebugaran, olahraga, dan kesehatan yang terintegrasi untuk membantu masyarakat untuk menjalani gaya hidup yang lebih sehat, aktif, dan berkualitas. Melalui penggabungan layanan kebugaran, medis, teknologi, serta komunitas 20FIT berkomitmen untuk meningkatkan kualitas hidup sehat masyarakat dan mendorong budaya hidup sehat secara berkelanjutan. Selain itu 20FIT menjunjung tinggi nilai integritas, profesionalisme, dan semangat untuk terus berkembang dalam memberikan layanan terbaik di bidang fitness, sport, dan wellness.

MISI

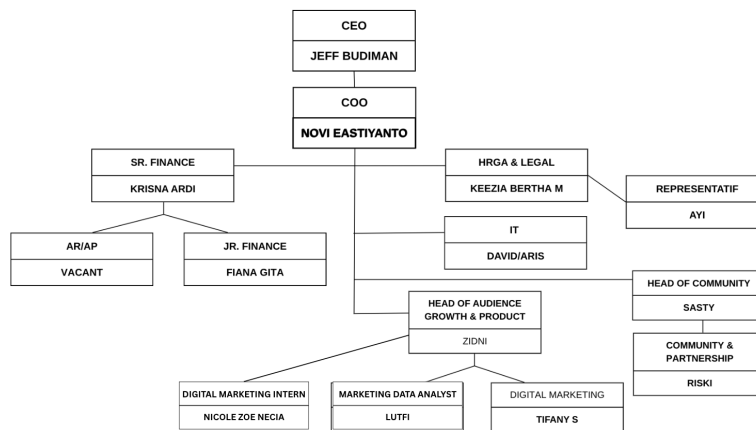
Membangun budaya gaya hidup sehat, meningkatkan performa, serta komunitas yang efektif untuk membantu meningkatkan kebugaran dan kesejahteraan setiap individu.

Komitmen 20FIT Group dalam merealisasikan misinya untuk membangun ekosistem health & wellness yang terintegrasi dan terdepan dibuktikan melalui keberhasilan perusahaan dalam menjalin kerja sama sebagai mitra resmi HYROX pertama di Indonesia. Melalui langkah strategis ini, perusahaan bertindak sebagai garda terdepan dalam merespons tingginya antusiasme masyarakat terhadap tren olahraga HYROX secara komprehensif.

20FIT secara aktif memperlihatkan semangat untuk terus berkembang dan sikap profesionalisme melalui budaya perusahaannya, sebab selama magang, para staf dan supervisor dari berbagai divisi selalu menyambut baik ide maupun masukan dari penulis yang pada akhirnya juga direalisasikan untuk kepentingan perusahaan, hal ini juga membuktikan budaya kerja 20FIT yang inklusif dan tidak terikat pada hierarki kaku. Selain menjaga profesionalisme, 20FIT menerapkan misinya untuk membangun gaya hidup sehat, dengan mewajibkan karyawannya untuk seminggu sekali menggunakan fasilitas gym, ataupun kelas olahraga lainnya yang sudah difasilitasi.

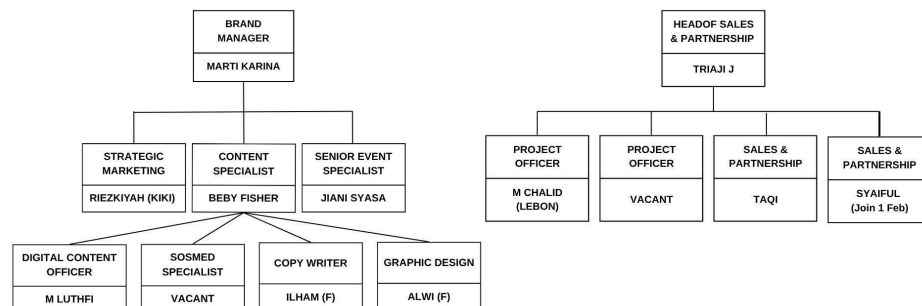
2.3 Struktur Organisasi 20FIT Group (PT Kredo Aum)

20Fit group mempunyai struktur organisasi yang terintegrasi yang menghasilkan efisiensi kerja dalam departemen dan antar departemen, sehingga setiap pelaksanaan kerja berjalan secara efektif dan efisien. Struktur organisasi ini dirancang dan mempunyai pembagian yang jelas sehingga setiap divisi dapat beroperasi secara terpadu. Berikut struktur organisasi dari 20FIT group :



Gambar 2.2 Struktur Organisasi 20FIT Group

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)



20FIT | EVENT

Gambar 2.3 Struktur Organisasi 20FIT Group

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Struktur organisasi 20FIT group dipimpin Pak Jeff Budiman sebagai CEO (Chief Executive Officer) yang berperan sebagai direktur utama perusahaan dan yang mengatur dan menetapkan strategi jangka panjang untuk perusahaan, lalu dibawah diikuti oleh pak Novi Eastiyanto sebagai COO (Chief Operating Officer) yang bertugas untuk mengeksekusi strategi operasional harian perusahaan. Dibawah pimpinan kedua direktur terdapat beberapa posisi *Head* dan *manager*; pertama terdapat Ibu Kezia Bertha.M sebagai *head of HR and general affairs & legal*, peran ini bertanggung jawab dalam mengelola seluruh siklus SDM, operasional kantor, serta kepatuhan peraturan perusahaan. Pak Krisna Ardi yang berperan sebagai Senior finance, yang bertugas dalam pengelolaan kas perusahaan, investasi, dan pembiayaan perusahaan. Pak Zidni Kadir sebagai *Head of Audience Growth & Product*, yang bertanggung jawab untuk meningkatkan jumlah audience dan retensi dari pengguna lama maupun baru melalui strategi pemasaran dari 20FIT group. *Head of community* dipimpin oleh Ibu Sasty Emanuela yang bertanggung jawab dalam merancang, membangun dan mengelola komunitas untuk meningkatkan loyalitas terhadap 20FIT. Pak Triaji sebagai *Head of Sales and Partnership* mempunyai tanggung jawab dalam menyusun dan membangun strategi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan. Ibu Marti Karina yang mempunyai tugas untuk merencanakan, mengembangkan dan mengeksekusi strategi pemasaran untuk membangun citra merek, meningkatkan kesadaran konsumen, serta mendorong penjualan. Struktur ini menunjukan pembagian fungsi yang terpadu dari setiap divisi yang bertujuan untuk mengoptimalkan kinerja masing-masing departemen untuk mencapai tujuan strategis perusahaan.

Departemen *Digital marketing*, atau yang dapat dikenal sebagai *growth* bertanggung jawab dalam merencanakan dan mengoptimalkan strategi pemasaran online untuk meningkatkan brand awareness perusahaan, traffic website, konversi penjualan, serta menjaga loyalitas pelanggan. Berikut masing-masing deskripsi pekerjaan dari setiap posisi di departemen digital marketing, dan hubungannya dengan proses kerja magang.

1. *Head of Audience Growth & Product*

Bertugas dalam mengawasi dan menetapkan arah strategis seluruh kegiatan *digital marketing* untuk meningkatkan jumlah audience dan retensi dari pengguna lama maupun baru melalui strategi pemasaran dari 20FIT group, serta berperan aktif dalam memastikan setiap inisiatif komunikasi dan visual selaras dengan citra perusahaan, serta dapat membangun retensi pembelian produk ataupun *digital presence* 20FIT group.

2. *Marketing Data Analyst*

Bertugas untuk mengumpulkan dan menganalisis data customer yang akan digunakan tim marketing bertujuan untuk mengoptimalkan kampanye digital dan mobile.

3. *Digital Marketer*

Bertugas dalam merencanakan, mengeksekusi, dan mengelola strategi pemasaran online untuk mempromosikan perusahaan untuk meningkatkan revenue dengan meningkatkan *digital presence* perusahaan, serta menjaga retensi customer.

4. *Digital Marketing Intern*

Bertugas dalam perencanaan, eksekusi, dan mendukung pelaksanaan kegiatan digital marketing seperti Search Engine Optimization (SEO), mobile marketing, social media marketing, dan email marketing. Dalam konteks SEO penulis bertugas dalam menyusun dan mengoptimalkan penulisan artikel untuk diunggah melalui website perusahaan. Di sisi mobile marketing penulis bertugas dalam menjaga retensi audiens dengan secara aktif melakukan broadcast message mengenai penawaran terbaru perusahaan ataupun newsletter yang bertujuan untuk menjaga retensi audiens. Social media marketing penulis bertugas dalam menyusun program untuk dipromosikan kepada audiens sosial media, serta media komunikasi lainnya seperti chat whatsapp, ataupun email dengan tujuan

untuk mencapai audiens baru dan menjaga retensi audiens lama dengan niche yang sesuai, untuk mengeksekusi ini penulis menyusun creative brief dan membuat copywriting untuk diarahkan kepada tim social media agar dapat dipublikasi melalui sosial media. Dalam pelaksanaan email marketing penulis bertugas dalam menyusun copywriting dan brief visual untuk nantinya dijadikan bahan konten promosi 20FIT untuk dikirim secara massal kepada customer melalui data yang diperoleh perusahaan. Penulis juga bertugas dalam memasang meta ads untuk mempromosikan konten program yang telah dipublikasi oleh tim sosial media, terakhir penulisan bertanggung jawab dalam menganalisa semua *metrics* dan *impact* semua promosi digital yang telah dilakukan.

Seluruh aktivitas tersebut dilakukan di bawah supervisi *Head of Audience Growth* dengan berkolaborasi bersama *Content Specialist*. Melalui pengalaman magang ini, penulis mendapatkan kesempatan secara langsung untuk mengeksekusi strategi digital marketing secara langsung di lingkungan profesional, tidak hanya itu kesempatan ini juga telah meningkatkan pemahaman dan kemampuan penulis dalam mendukung komunikasi perusahaan di era digital secara teknis, dan kreatif.

