

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah PT Cipta Anak Cerdas Indonesia

PT Cipta Anak Cerdas Indonesia didirikan dengan komitmen untuk berkontribusi dalam dunia pendidikan Indonesia, khususnya dalam pengembangan potensi anak sejak usia dini hingga remaja. Perjalanan perusahaan ini dimulai dari skala kecil dengan semangat besar untuk mencerdaskan kehidupan bangsa melalui metode pembelajaran yang menyenangkan dan terstruktur.

1. Tahun 2010
PT Cipta Anak Cerdas Indonesia memulai kegiatannya dengan sistem rumahan, yang berfokus pada pendekatan personal dan lingkungan belajar yang nyaman serta ramah anak.
2. Tahun 2012
Sistem pendidikan mulai dikembangkan menjadi gabungan antara pendekatan rumahan dan sistem modern, untuk menjawab kebutuhan pembelajaran yang lebih fleksibel, inovatif, dan relevan dengan perkembangan zaman.
3. Tahun 2014
Perusahaan mulai menggunakan sistem ruko sebagai lokasi tetap kegiatan belajar. Di tahun ini pula, metode pembelajaran dikembangkan menjadi *SMART Learning* dan *SMART Teaching*, sebuah pendekatan khas yang memadukan unsur bermain, belajar, dan karakter *building*.
4. Tahun 2016
Program bimbingan belajar dikembangkan secara lebih terstruktur dan terstandarisasi. PT Cipta Anak Cerdas Indonesia mulai membuka kesempatan kemitraan kepada pihak eksternal untuk bersama-sama

mengembangkan unit pendidikan SMARTKIDZ di berbagai wilayah.

5. Tahun 2018

Seluruh sistem manajerial dan akademik telah terstandarisasi, serta telah memiliki sejumlah mitra/unit aktif di berbagai kota. Capaian ini menandai kesiapan perusahaan dalam ekspansi kemitraan secara nasional.

Hingga saat ini, PT Cipta Anak Cerdas Indonesia terus berkomitmen dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan melalui pengembangan kurikulum, pelatihan tenaga pendidik, serta pemanfaatan teknologi dalam proses pembelajaran. Dengan visi untuk menciptakan generasi yang cerdas, mandiri, dan berkarakter, perusahaan ini terus melangkah maju sebagai mitra strategis pendidikan anak di Indonesia.

2.2 Logo PT Cipta Anak Cerdas Indonesia

Logo memainkan peran krusial dalam dunia bisnis karena berfungsi sebagai elemen visual utama yang memperkuat pengenalan merek (brand recognition) di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Sebagai simbol visual yang pertama kali dilihat oleh konsumen, logo memiliki kemampuan untuk menciptakan kesan pertama yang kuat terhadap perusahaan atau produk. Bentuk, warna, tipografi, dan elemen desain lainnya dalam sebuah logo dirancang untuk mencerminkan karakter, filosofi, serta nilai-nilai inti yang diusung oleh perusahaan. Oleh karena itu, logo tidak hanya bersifat estetis, tetapi juga memiliki muatan makna yang mendalam dan terstruktur. Logo menjadi representasi dari kualitas, profesionalisme, dan konsistensi suatu brand dalam menjalin hubungan dengan konsumennya. Semakin kuat dan konsisten penggunaan logo dalam berbagai media, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap merek tersebut.



Gambar 2.1 Logo PT Cipta Anak Cerdas Indonesia

Sumber: Dokumen PT Cipta Anak Cerdas Indonesia

Lebih dari sekadar identitas visual, logo juga merupakan alat strategis dalam komunikasi pemasaran. Sebuah logo yang efektif dapat meningkatkan daya saing perusahaan dengan menampilkan keunikan produk atau layanan yang ditawarkan, sekaligus membedakan perusahaan dari para kompetitornya. Dalam praktiknya, logo sering digunakan pada berbagai platform promosi seperti kemasan produk, media sosial, materi iklan, seragam karyawan, hingga dokumen resmi perusahaan. Hal ini membantu menciptakan citra merek yang konsisten dan profesional. Selain itu, dari sisi hukum dan hak kekayaan intelektual, logo berfungsi sebagai pelindung orisinalitas dan hak eksklusif perusahaan atas identitas visualnya, sehingga dapat mencegah terjadinya peniruan (plagiarisme) oleh pihak lain. Dengan demikian, logo bukan hanya simbol semata, melainkan juga aset strategis yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan, reputasi, dan keberlangsungan suatu perusahaan dalam jangka panjang.

2.3 Profil PT Cipta Anak Cerdas Indonesia

Berikut ini adalah tabel profil PT Cipta Anak Cerdas Indonesia:

Tabel 2.1 Profil PT Cipta Anak Cerdas Indonesia
Sumber: Company Value & Induction Training

Nama Perusahaan	PT Cipta Anak Cerdas Indonesia
Tanggal Berdiri	03 November 2023
Pendiri Perusahaan	Isti Noviasari
Telepon	089519124200
Bidang	PENDIDIKAN
<i>Instagram</i>	smartkidz.officiall

2.4 Visi dan Misi PT Cipta Anak Cerdas Indonesia

2.4.1 Visi PT Cipta Anak Cerdas Indonesia

Menjadi Lembaga Pendidikan no.1 di Indonesia yang terbaik, berkualitas, dan menyenangkan.

2.4.2 Misi PT Cipta Anak Cerdas Indonesia

- A. Membuka unit SMARTKIDZ di setiap kecamatan seluruh Indonesia serta membuka peluang bisnis kemitraan
- B. Menjadi market leader Lembaga Pendidikan Indonesia
- C. Menciptakan customer experience yang terbaik dan berkelanjutan
- D. Menciptakan kondisi terbaik bagi karyawan untuk tumbuh dan berprestasi

2.5 Nilai-Nilai Budaya PT Cipta Anak Cerdas Indonesia

1. *Action*

Proses dan kerja nyata untuk mencapai tujuan bersama.

2. *Religius*

Kerja adalah ibadah yang terimplementasi dalam karya nyata sehari-hari.

3. *Openmind*

Berpikiran terbuka disetiap kesempatan dalam melakukan aktivitas.

4. Sehat Jasmani dan Rohani

Menjaga kesehatan secara keseluruhan sebagai bentuk rasa syukur atas karunia Allah SWT.

5. *Komunikatif*

Bertutur kata baik dengan siapapun, untuk membangun keharmonisan antar sesama. Mengutamakan penyampaian yang jelas dan mudah dipahami.

6. *Integritas dan Komitmen*

Menjalankan dengan komitmen yang tinggi sebagai bentuk ikhtiar maksimal dalam mencapai tujuan.

2.6 Struktur Organisasi PT Cipta Anak Cerdas Indonesia



Gambar 2.1. Struktur Organisasi PT Cipta Anak Cerdas Indonesia

Sumber: Dokumen PT Cipta Anak Cerdas Indonesia

Tanggung jawab masing-masing bagian:

CEO adalah pemimpin tertinggi dalam struktur organisasi yang memiliki tanggung jawab strategis dalam mengarahkan keseluruhan jalannya perusahaan. Beberapa tanggung jawab utamanya antara lain:

1. *Chief Executive Officer* (CEO)
 - a. Memimpin dan merumuskan visi, misi, serta arah strategis perusahaan agar selaras dengan tujuan jangka panjang organisasi.

- b. Mengambil keputusan penting yang berkaitan dengan pengembangan bisnis, investasi, kemitraan, dan ekspansi usaha.
- c. Memastikan bahwa setiap divisi dan departemen menjalankan tugasnya sesuai dengan nilai-nilai inti dan rencana strategis perusahaan.
- d. Menjadi representasi perusahaan dalam hubungan eksternal seperti investor, mitra, lembaga pemerintah, dan masyarakat umum.
- e. Melakukan evaluasi berkala terhadap pencapaian perusahaan dan menyusun langkah perbaikan untuk kemajuan berkelanjutan.

2. *Chief Operating Officer* (COO)

COO merupakan tangan kanan CEO dalam memastikan operasional perusahaan berjalan efisien dan produktif. Peran utamanya meliputi:

- a. Mengawasi kegiatan operasional harian seluruh divisi, termasuk logistik, produksi, distribusi, dan layanan pendukung lainnya.
- b. Menyusun strategi operasional dan melakukan kontrol atas implementasi proses kerja di lapangan.
- c. Bekerja sama dengan para manajer untuk memastikan keterpaduan antar divisi demi mendukung produktivitas dan efisiensi organisasi.
- d. Memberikan masukan kepada CEO terkait pelaksanaan strategi di tingkat operasional dan dampaknya terhadap kinerja perusahaan.
- e. Menyusun laporan kinerja divisi-divisi operasional dan mengidentifikasi area yang memerlukan peningkatan.

3. *Chief Finance Officer* (CFO)

CFO bertanggung jawab dalam mengelola dan mengawasi seluruh aspek keuangan perusahaan. Tugas utamanya mencakup:

- a. Menyusun dan mengelola perencanaan anggaran perusahaan serta memantau realisasi pengeluaran dan pemasukan.

- b. Mengawasi penyusunan laporan keuangan secara berkala untuk memastikan keakuratan, transparansi, dan kepatuhan terhadap standar akuntansi.
- c. Mengelola hubungan dengan lembaga keuangan, investor, dan auditor eksternal.
- d. Menganalisis risiko keuangan dan memberikan rekomendasi strategis kepada *CEO* untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan finansial perusahaan.

4. *Manager Logistik & General Affairs (GA)*

Manager Logistik & GA bertugas menjamin kelancaran operasional fisik perusahaan melalui pengelolaan logistik dan fasilitas. Rincian tanggung jawabnya meliputi:

- a. Mengelola seluruh proses pengadaan, penyimpanan, dan distribusi barang serta kebutuhan operasional perusahaan.
- b. Menyusun perencanaan kebutuhan logistik jangka pendek dan menengah berdasarkan proyeksi kegiatan dan program perusahaan.
- c. Melakukan koordinasi dengan vendor untuk memastikan barang yang dibutuhkan dapat tersedia dengan kualitas dan waktu yang tepat.
- d. Bertanggung jawab atas pengelolaan fasilitas gedung, termasuk perawatan, perbaikan, serta manajemen kebersihan dan keamanan lingkungan kerja.
- e. Menyusun prosedur kerja standar (SOP) dalam proses logistik untuk mendukung efisiensi dan akuntabilitas.

5. *Manager Keuangan*

Manager Keuangan berada di bawah koordinasi *CFO* dan memiliki fokus pada pengelolaan keuangan sehari-hari perusahaan. Tanggung jawabnya meliputi:

- a. Menyusun dan mengatur anggaran internal untuk memastikan semua divisi mendapatkan alokasi dana yang sesuai kebutuhan.
- b. Membuat laporan keuangan seperti neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan strategis.
- c. Mengatur arus pembayaran internal seperti gaji karyawan dan pengeluaran operasional, serta pembayaran eksternal kepada vendor dan mitra.
- d. Melakukan kontrol keuangan harian agar tidak terjadi pemborosan, serta mengidentifikasi potensi efisiensi biaya.
- e. Memberikan laporan keuangan rutin dan masukan kepada *CFO* terkait kondisi finansial perusahaan.

6. *Manager Marketing & Kemitraan*

Manager ini bertanggung jawab dalam memperluas eksistensi perusahaan di pasar melalui strategi pemasaran dan kerjasama strategis. Tugasnya mencakup:

- a. Menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan target pasar dan visi perusahaan, termasuk *digital marketing*, *branding*, dan *event* promosi.
- b. Melakukan riset dan analisis pasar untuk memahami tren, kebutuhan pelanggan, serta posisi kompetitor.
- c. Membangun dan menjaga hubungan dengan mitra strategis serta menyusun kesepakatan kerja sama yang saling menguntungkan.
- d. Menyusun, memeriksa, dan memantau kontrak kerja sama agar sesuai dengan regulasi dan mendukung target perusahaan.
- e. Berkolaborasi lintas divisi agar setiap inisiatif pemasaran selaras dengan nilai dan misi perusahaan.

7. *Manager HR & Personal Development*

Manager HR bertanggung jawab dalam pengelolaan sumber daya manusia, serta pengembangan kapasitas dan budaya organisasi. Ruang lingkup pekerjaannya antara lain:

- a. Mengelola proses rekrutmen, onboarding, pelatihan, dan pengembangan karier karyawan di seluruh divisi.
- b. Merancang dan mengimplementasikan kebijakan kesejahteraan seperti sistem gaji, tunjangan, dan program benefit lainnya.
- c. Membentuk budaya kerja yang sehat, produktif, dan kolaboratif melalui program internal yang berkelanjutan.
- d. Menyusun sistem penilaian kinerja, pengelolaan konflik, dan penguatan hubungan antar karyawan.
- e. Melakukan pemetaan kompetensi dan menyusun program pengembangan pribadi dan profesional bagi setiap karyawan.

8. *Manager Support System*

Manager ini fokus pada pelaksanaan dan pengawasan operasional internal perusahaan secara menyeluruh. Tanggung jawab utamanya meliputi:

- a. Memastikan setiap proses operasional berjalan sesuai standar prosedur dan kebijakan perusahaan.
- b. Menangani dan menyelesaikan kendala operasional harian yang dialami oleh divisi-divisi dalam pelaksanaan tugasnya.
- c. Menyusun evaluasi dan analisis efisiensi operasional secara berkala untuk mengidentifikasi area peningkatan.
- d. Membuat laporan kinerja mingguan/bulanan terkait kegiatan internal kepada *Chief Operating Officer (COO)*.
- e. Memberikan dukungan administratif, teknis, dan sistem kepada divisi lain agar operasional perusahaan berjalan optimal.