

## BAB II

### TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

#### 2.1 Sejarah Perusahaan Deka Insight *Marketing Research*

Deka Marketing Research atau sekarang disebut dengan Deka Insight merupakan sebuah perusahaan riset pasar berbasis independen yang terkenal di Indonesia dimana perusahaan ini menyediakan layanan jasa berupa riset pasar. Berdiri sejak 1995 di Jakarta oleh Irma Malibari sebagai *Founder*, Deka Insight mengusung slogan "*Your professional partner in achieving your business objectives*" dimana mengartikan bahwa Deka sebagai *partner* perusahaan riset profesional yang akan membantu perusahaan lainnya mencapai tujuan mereka. Deka Insight sebagai perusahaan memiliki beberapa keahlian di antaranya yaitu, dapat melakukan berbagai jenis penelitian melalui metode kualitatif dan kuantitatif untuk menghasilkan wawasan yang berharga dan dapat ditindaklanjuti, kemudian mampu memberikan strategi dan rekomendasi berbasis data, dengan mempertimbangkan pendorong pembelian utama untuk akuisisi pelanggan, revitalisasi merek, produk/layanan, inovasi, pengoptimalan harga, dan strategi komunikasi pemasaran, lalu Deka juga akan membimbing klien dalam proses tinjauan rencana pemasaran strategis, pembelajaran dan pengembangan, serta transformasi organisasi yang berorientasi pada pelanggan, serta membantu klien dalam menentukan indikator kinerja utama, memantau dan memprediksi kinerja melalui dasbor dan alat analisis.



**Gambar 2 1. Gambar Logo Perusahaan Deka Marketing Research (Deka Insight)**  
(Sumber : Deka Credentials)

Deka sendiri menjadi perusahaan riset pasar terkemuka dan mampu berada di posisi ke empat sebagai perusahaan riset terbesar di Indonesia, hal ini

dibuktikan oleh cakupan pasar yang dimiliki Deka sangat besar baik di perkotaan atau pedesaan. Total cakupan pasar tersebut ditentukan berdasarkan jumlah kepemilikan kantor sebanyak 20 kantor perwakilan, serta 5 cabang di seluruh Indonesia. Deka Insight juga memiliki lebih dari 800 pewawancara terlatih di Jakarta dan kota-kota utama lainnya di seluruh Indonesia. Fokus tujuan dari perusahaan Deka Insight yaitu dengan ingin memberikan layanan jasa berupa bantuan dan wawasan berharga bagi klien untuk mencapai tujuan pemasaran, keuangan, sosial, dan transformasional mereka. Deka menerapkan teknologi terbaru untuk proyek penelitian, alat analisis, manajemen data, dan sistem intelijen bisnis. Deka Insight juga berhasil menyelesaikan berbagai studi analisis lengkap untuk berbagai industri dalam lebih dari 25 tahun.

### **2.1.1. Visi dan Misi Deka Insight**

Deka Insight sendiri memiliki visi dan misi, serta *core value* sebagai berikut:

#### **1. Visi**

- Menjadi perusahaan riset yaitu ingin menjadi organisasi atau perusahaan terdepan dalam mempelajari perilaku konsumen, sikap, dan persepsi masyarakat dalam rangka meningkatkan kualitas manusia dalam aspek bisnis dan sosial.

#### **2. Misi**

Perusahaan atau organisasi yang mampu memberikan bantuan dan wawasan berharga bagi klien untuk mencapai tujuan pemasaran, keuangan, sosial, dan transformasional mereka.

#### **3. Core Value**

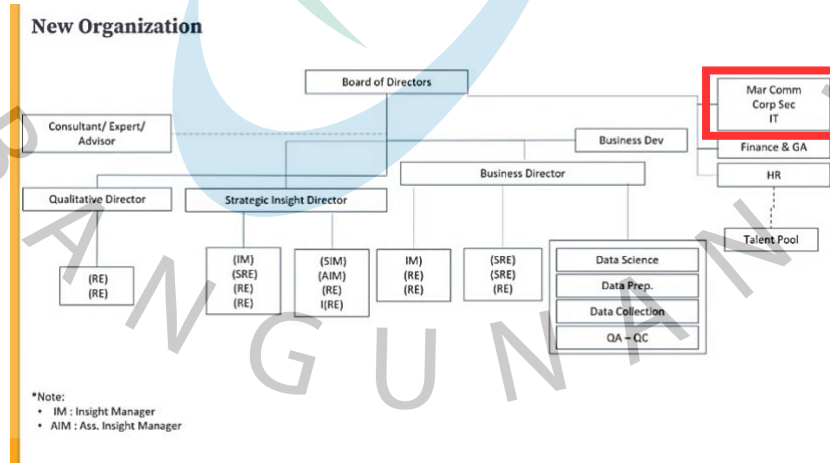
Deka Insight sendiri juga memiliki beberapa prinsip dan nilai – nilai utama perusahaan yang menjadi fondasi serta acuan, diantaranya sebagai berikut:

- a. Nilai Keterbukaan Pikiran, yaitu nilai perusahaan Deka Insight sebagai perusahaan riset memiliki semangat dalam pengetahuan & keunggulan.
- b. Nilai Kompetensi, yaitu nilai perusahaan Deka Insight untuk memiliki kemampuan untuk unggul dalam pembuatan wawasan & pengembangan strategi, serta yang terakhir.
- c. Nilai Kelincahan adalah nilai perusahaan dimana Deka Insight mampu bergerak cepat dalam beradaptasi dengan perubahan di pasar.

### 2.1.2. Pencapaian Deka Insight

Deka Insight juga memiliki beberapa pencapaian, hal ini di buktikan oleh Ibu Irma Malibari sebagai *founder* yang mampu diundang oleh LISH (*Laboratory for Innovation Science at Harvard*) sebagai pembicara untuk berbagi studi kasus inovasi sosial yang berwawasan luas pada tahun 2018. Kemudian Deka Insight juga diakui secara internasional, terbukti dengan merasa terhormat untuk hadir dalam ESOMAR Asia Pacific *Conference* selama tiga tahun berturut-turut (2014, 2015 dan 2016). Deka Insight juga memenangkan ESOMAR APAC *Best Paper Award*, dengan studi tentang individualisme di Indonesia, berjudul *The Emergence of I in Indonesia*. Selain itu Deka Insight juga merupakan agensi pertama di Indonesia yang mencapai ISO 20252 untuk riset pasar, opini, dan sosial, serta merupakan anggota aktif dari asosiasi lokal dan internasional. Tidak hanya itu Deka Insight juga memiliki pengalaman profesional lainnya yaitu dapat bergerak selama 1 tahun sebagai Junior Research perwakilan UNICEF Indonesia. Kemudian selama 2 tahun menjadi Research Executive di bawah naungan AC Nielsen Indonesia dan mampu dalam kurun waktu 1,5 tahun menjadi Senior Research Executive di bawah naungan Nielsen Indonesia. Tidak hanya itu Deka Insight juga dapat mewakili Indonesia sebagai anggota ESOMAR sejak tahun 2022 dan Merupakan Anggota Perhimpunan Riset Pemasaran Indonesia.

### 2.2. Struktur Organisasi



Gambar 2.2. Gambar Struktur Organisasi Deka Insight  
(Sumber: Deka Credentials)

Struktur Organisasi sendiri menurut Robbins dan Coulter (2016: 322) didefinisikan sebagai sebuah pengaturan secara formal pada sebuah pekerjaan

dalam suatu organisasi yang ditampilkan secara visual dalam bentuk bagan organisasi. Dapat dilihat melalui gambar bagan struktur organisasi yang tertera, terdapat total 12 divisi pada perusahaan Deka Insight yang masing – masing divisi memiliki tugasnya tersendiri. Terdapat 12 divisi bagian pada Deka Insight diantaranya yaitu, divisi bagian *consultant*, divisi bagian *business development*, divisi bagian *marketing communication*, divisi bagian *corporate secretary*, divisi bagian *information technology (IT)*, divisi bagian *finance* dan *general affair*, lalu divisi bagian *qualitative director*, divisi bagian *strategic insight director*, serta divisi bagian *talent pool*. Berikut merupakan penjelasan setiap divisi pada struktur organisasi Deka Insight, diantaranya sebagai berikut:

1. *Consultant/Advisor*

Konsultan bertugas untuk menyiapkan dan membuat proposal untuk klien. Tidak hanya itu *consultant* juga berperan untuk dapat memberikan saran, maupun solusi secara strategis kepada klien dimana saran tersebut memiliki keterkaitan dengan *project* yang berkaitan dengan berbagai *project*.

2. *Business Development*

Bertugas untuk menyusun dan membuat strategi dengan target jangka panjang bagi perusahaan, serta bertugas pula untuk memenuhi kebutuhan target tersebut dengan mengidentifikasi peluang bisnis serta membangun hubungan baik dengan client.

3. *Marketing Communication*

Bertugas untuk melakukan perencanaan dan penentuan strategi komunikasi yang tepat guna mencapai target audiens yang dituju.

4. *IT*

Bertugas untuk melakukan dukungan penuh terhadap segala bidang pekerjaan yang berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan seperti *software*, jaringan, dan *tools* lainnya yang terhubung dengan IT.

5. *Qualitative Director* dan *Strategic Insight Director*

Bertugas untuk memimpin sebuah tim secara spesifik yang berkaitan dengan penelitian kualitatif. Terlibat dengan manajemen dalam proses menentukan dan rencana bisnis secara strategis termasuk target jangka panjang.

6. *Insight Manager*

Bertugas untuk merencanakan, *monitoring* dan mengimplementasikan metode dalam sebuah proyek. Selain itu juga bertugas untuk membuat proposal dan *report*. Serta memiliki keterlibatan dalam pemenuhan target bisnis dan memimpin sebuah tim dalam melakukan perencanaan pengembangan tim.

#### 7. Assistant Insight Manager

Bertugas untuk mendukung penuh peran *Insight Manager* secara *day-to-day*, termasuk dalam pembuatan proposal dan report serta pengembangan timnya.

#### 8. Senior Research Executive

Bertugas untuk menjalankan *day-to-day research* sesuai dengan *project* yang sedang berjalan dan baik dari *preparation*, *project management* dan *reporting* dengan disupervisi oleh atasan dan sudah mulai mampu untuk mengelola tim.

#### 9. Research Executive

Bertugas untuk menjalankan *day-to-day research* sesuai dengan *project* yang sedang berjalan dan baik dari *preparation*, *project management* dan *reporting* dengan disupervisi oleh atasan.

#### 10. Data science

Bertugas untuk melakukan pengolahan data yang didapat dalam sebuah penelitian menjadi sebuah informasi.

#### 11. Data Prep

Bertugas untuk melakukan proses penataan dan pengorganisasian data untuk kebutuhan *research* dalam setiap proyeknya.

#### 12. Data Collection

Bertugas untuk melakukan proses pengumpulan data dari penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan hasilnya yang kemudian akan diolah untuk menemukan hasil/output sesuai dengan proyek. yang sedang dijalankan.

#### 13. QA-QC

Melakukan pengecekan dan control terhadap responden dalam sebuah penelitian sebagai tolak ukur kelayakan.

#### 14. Talent Pool

Merupakan kumpulan kandidat yang memiliki potensi untuk di rekrut oleh perusahaan, terutama *freelancer* yang di rekrut untuk kebutuhan *project-project* tertentu sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan

Pada gambar bagan struktur tersebut praktikan berada pada Divisi *corporate communication* bagian *marketing communication* dengan peran *social*

*media specialist*. Divisi *marketing communication* yang didalamnya terdapat peran *socmed specialist*, merupakan divisi yang memiliki tanggung jawab dalam melakukan perencanaan dan penentuan strategi komunikasi yang tepat guna mencapai target audiens yang ditunjukkan, hal – hal tersebut meliputi pelaksanaan acara, membuat *content marketing*, *social media marketing*, *social media ads* dan lain-lain sebagainya.

### **2.3. Kegiatan Umum Perusahaan**

Kegiatan umum yang dilakukan Deka Insight sebagai perusahaan riset yaitu bertujuan agar dapat memberikan bantuan dan wawasan bagi klien dalam mencapai tujuan pemasaran, keuangan, sosial, dan transformasional mereka. Pada proses riset pemasaran Deka Insight membagi hal tersebut dalam tiga hal yaitu *design (project orientation)*, *data (field work)* dan *analytical reporting (conclusion)*. Dalam proses pertama yaitu desain yang berorientasi pada proyek, Deka Insight melakukan briefing terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan dengan menentukan tujuan penelitian, metodologi penelitian, metode pengumpulan data dan target audiens. Selanjutnya tahap ini dilanjutkan dengan memperoleh data melalui lapangan kerja atau *field work*. Proses pada tahapan *field work* sendiri dilakukan dengan mengembangkan terlebih dahulu pertanyaan/ diskusi dalam kontekstualisasi. Kemudian mengadakan pra-tes, lalu perekrutan dan kontrol kualitas. Selanjutnya jika step di atas dilaksanakan dilanjutkan pada proses pengolahan data. Kemudian tahapan terakhir yang dilakukan dalam kegiatan umum perusahaan Deka Insight adalah memberikan kesimpulan dan pelaporan secara analitis kepada klien melalui visualisasi data dan presentasi.

Dalam divisi *corporate communication* bagian *marketing communication*, kegiatan umum yang dilakukan oleh Deka Insight yaitu menggunakan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan pesan pemasaran agar mampu berkomunikasi dengan calon konsumen. Bagian *marketing communication* Deka Insight juga memiliki kegiatan yang berhubungan dengan relasi publik dan klien, dimana *marketing communication* Deka Insight juga memiliki peran dan tanggung jawab untuk menjadi narahubung pertama dan perwakilan dari konsumen kepada divisi riset yang akan disampaikan kepada tim *strategic (lead generation)*.