

BAB 2

DESKRIPSI PERUSAHAAN

A. Visi Perusahaan



Membentuk Masa Depan Bersama

Hebronstar adalah sebuah perusahaan manajemen konsultan terkemuka sekaligus penasehat strategi bisnis terkemuka di Asia. PT Hebronstar Indonesia telah menjalin kerjasama dengan pelanggan dari berbagai sektor dan kawasan untuk mengidentifikasi kesempatan bernilai tinggi mereka, mengatasi tantangan tersulit mereka dan mengubah bisnis mereka. Pelanggan PT Hebronstar Indonesia akan mendapatkan keunggulan kompetitif berkelanjutan dengan pendekatan dan solusi yang sesuai dari PT Hebronstar Indonesia.

7 Etika Profesional Hebronstar

- a. Identitas : Identitas dari konsultan muncul dari profesionalitas, jadi PT Hebronstar Indonesia meminimalisasi hak PT Hebronstar Indonesia dan berkomitmen untuk melaksanakan kewajiban PT Hebronstar Indonesia. Intersession : PT Hebronstar Indonesia memediasi kebutuhan pelanggan seperti kebutuhan PT Hebronstar Indonesia sendiri
- b. Kesan : PT Hebronstar Indonesia lebih memiliki keinginan untuk diterima oleh pelanggan PT Hebronstar Indonesia dibandingkan dikenal sebagai konsultan.



- c. Pengaruh : PT Hebronstar Indonesia memiliki kemampuan untuk mempengaruhi dan diterima oleh pelanggan.
- d. Integritas : Dengan pandangan dan etika terkemuka, PT Hebronstar Indonesia menawarkan alternatif praktis yang memungkinkan adanya aksi dan perubahan.
- e. Kedekatan : PT Hebronstar Indonesia menganggap pelanggan PT Hebronstar Indonesia sebagai keluarga demi menjaga hubungan dekat diantara PT Hebronstar Indonesia dan pelanggan
- f. Dampak : PT Hebronstar Indonesia menyelesaikan pekerjaan Anda dengan mengambil alih kepemimpinan untuk mengubah dunia.

Pemilihan dari visi yang sesuai bagi sebuah perusahaan menjadi isu yang sangat penting di dunia saat ini dimana ketidakpastian visi perusahaan secara konstan diubah. Teknik dan strategi marketing dapat beradaptasi untuk berubah seiring berjalannya waktu, tapi sebuah visi perusahaan harus tetap teguh. Konsultan Hebronstar membantu manajer perusahaan pelanggan dalam menganalisis isu-isu umum dan membentuk serta menembukan ide-ide baru.

Visi dan Strategi Perusahaan

Adalah proses dimana strategi-strategi dan inisiatif-inisiatif berbeda dikembangkan melalui analisis menyeluruh dari faktor-faktor baik eksternal maupun internal yang mempengaruhi pasar dan dari

masuknya pesaing ke dalam pasar. Visi selama 10 tahun ditetapkan untuk perusahaan.

Visi dan strategi perusahaan Hebronstar berusaha untuk mendukung pengembangan dan pertumbuhan daya saing bisnis-bisnis Korea di masa depan melalui penerapan strategi-strategi spesifik dan terkemuka yang memimpin perkembangan serba cepat dari banyak bisnis Korea sebelumnya.

Strategi Manajemen Perusahaan

Saran dibuat sebagai perbaikan yang diperlukan untuk menanamkan atmosfer perusahaan yang sinergis Dan mekanisme kerja yang efektif.

B. Service Terhadap Klien

Sebagai perusahaan konsultan bisnis, maka akan terdapat klien yang akan bekerjasama dengan PT Hebronstar Indonesia. Dalam kerja sama tersebut, PT Hebronstar Indonesia akan memberikan *service* kepada kliennya. Salah satu klien yang dilayani perusahaan yaitu perusahaan dari dengan latarbelakang bisnis perusahaan animasi, kartun, karakter, serta mainan anak dan edukasi.



(Gambar 2.1) Undangan untuk *Buyers*

Perusahaan-perusahaan tersebut tergabung sebagai klien Hebronstar dengan harapan agar dapat mencari *buyers* dari luar negeri yang dapat di ajak kerjasama mengembangkan produk dan jasa mereka. Oleh karena itu, PT Hebronstar Indonesia memberikan *service* kepada para klien dengan bentuk sebuah event bernama GCA-Biz Matching Program 2016.

GCA-Biz Matching Program 2016 memiliki kepanjangan *Gyeonggi Content Agency Business Matching Program 2016* adalah event pertemuan perusahaan-perusahaan animasi, kartun dan karakter dari negara-negara Asia Tenggara, yang mana perusahaan-perusahaan tersebut sebelum nya telah melakukan proses registrasi serta *screening*

agar dapat lolos untuk dapat hadir pada event di Korea Selatan tersebut.



(Gambar 2.2) Prosedur Registrasi event GCA-Biz Matching Program

Pada event GCA-Biz Matching Program 2016 terdapat tahapan-tahapan yang harus dilakukan apabila *buyers* tertarik untuk datang. Tahapan-tahapan dilakukan akan menjadi sedikit rumit karena semua biaya perjalanan serta akomodasi *buyers* yang datang nantinya akan ditanggung oleh perusahaan 100%. Jadi dalam hal ini *buyers* yang hadir tidak dipungut biaya sedikitpun. Tahapan-tahapan tersebut adalah :

1. Mengisi formulir registrasi melalui link *google docs* yang telah dikirimkan pada email masing-masing perusahaan.

2. Proses *screening* terhadap aplikasi formulir yang telah diisi sebelumnya.

3. Mengumumkan hasil *screening*, siapa saja yang telah lolos. Kemudian PT Hebronstar Indonesia akan mengirimkan dokumen-dokumen yang dibutuhkan untuk syarat-syarat pembuatan visa.

4. Mendapatkan visa dan membeli tiket pesawat. Setelah mendapatkan visa, maka *buyers* harus membeli tiket pesawat pulang-pergi terlebih dahulu menggunakan biaya sendiri dengan proses *reimbursement*. Selanjutnya biaya perjalanan tersebut akan diganti sesampainya *buyers* di Korea Selatan.

5. Menghadiri event dan *reimbursement*, syarat penggantian biaya perjalanan atau proses *reimbursement* yaitu menghadiri event GCA-Biz Matching Program 2016 sampai selesai. Hal ini untuk memastikan bahwa *buyers* yang telah diberi akomodasi ini benar-benar datang ke Korea Selatan untuk menghadiri event, serta mencegah *buyers* yang datang hanya untuk jalan-jalan tanpa menghadiri event.



(Gambar 2.3) penjelasan GCA dan keuntungan menghadiri event

Pada gambar 2.3 dijelaskan penjelasan mengenai Gyeonngi Content Agency itu sendiri dan juga keuntungan yang diperoleh *buyers* apabila menghadiri event GCA-Biz Matching Program 2016. Keuntungan yang didapat oleh *buyers* yang menghadiri event yaitu *buyers* yang hadir akan berparitsipasi 1:1 dengan perusahaan berkaitan di Korea Selatan. Antar kedua perusahaan tersebut nantinya akan bertemu pada *business matching session*. Kemudian juga *buyers* yang hadir akan ditanggung 100% biaya perjalanan tiket pesawatnya dengan maksimal biaya tiket pesawat pulang-pergi sejumlah \$1000 (Rp 10.000.000). Keuntungan lainnya yang didapat yaitu *buyers*

akan mendapatkan akomodasi hotel selama 3 hari 4 malam dengan fasilitas superior hotel dan antar jemput bandara.

C. Ekspetasi Pelanggan

Hebronstar bercita-cita untuk menjadi perusahaan konsultan era baru. Hebronstar bukan hanya sebuah organisasi para profesional strategis; perusahaan ini adalah perusahaan konstituen yang bertujuan untuk menyediakan pelanggan jasa berkualitas dan hasil yang nyata.

Tentang performa, Hebronstar dengan ketat mempertimbangkan dan menyediakan jasa berkualitas tinggi setara dengan perusahaan-perusahaan top global. Kenyataannya, banyak agen yang saat ini bekerja di Hebronstar sebelumnya telah bekerja di perusahaan-perusahaan global dan pengalaman PT Hebronstar Indonesia yang telah bekerja sama dengan 100 perusahaan pelanggan sebelumnya menjadi jaminan atas kualitas PT Hebronstar Indonesia. Selain itu, dalam konsultan, hasil dan penghargaan yang menjadi buktinya; produk akhir dari konsultan bukanlah laporan tertulis yang berbelit-belit serta dipenuhi dengan analisa yang kompleks dan pola pikir yang terpaku, melainkan hasil akhirnya adalah campuran dari hasil adaptasi terus menerus terhadap situasi-situasi, implementasi dari ide-ide baru, diskusi-diskusi pembentukan konsensus internal perusahaan, pengaktifan kembali dari harapan dan gairah di dalam organisasi, dan ketegasan yang teguh dalam aksi. Menjadi perusahaan

partner yang mewujudkan misi komprehensif ini serta mencapai hasil adalah prioritas dari Hebronstar.

D. Ekspetasi Karyawan

Hebronstar tidak hanya menganggap bahwa konsultan adalah ahli. Konsultan adalah aset berharga yang memiliki kemampuan dan rasa tanggung jawab. Perusahaan percaya bahwa konsultan secara konsisten menambah pengalaman dan kedalaman kemampuan mereka sebagai profesional demi menjadi manusia dewasa yang bertahan untuk mencapai tujuan hidup mereka.

Selain itu, PT Hebronstar Indonesia berpikir bahwa konsultan dan perusahaan tidak dapat dipisahkan sebagai dua kesatuan berbeda. Sebagai sebuah grup ahli, kontribusi perspektif dan identitas dari setiap konsultan membentuk identitas Hebronstar. PT Hebronstar Indonesia ingin menjadi sebuah perusahaan yang keuntungannya menjadi keuntungan dari setiap individu konsultan yang bertalenta.

Hebronstar ingin memberikan karyawannya peluang untuk tumbuh sebagai seorang yang benar-benar profesional. PT Hebronstar Indonesia ingin menjadi dasar untuk kesuksesan pelanggan dan pengembangan konsultan.

E. Kompetensi Perusahaan

Kompetensi Hebronstar

1. Praktek Sektor Publik Hebronstar bekerja dengan banyak pemerintahan di berbagai belahan dunia seraya menghadapi tantangan ini.
2. Jaringan Sektor Publik global Hebronstar memastikan bahwa PT Hebronstar Indonesia memiliki akses kepada ide-ide terbaru dan praktek-prakter terbaik, mencakup topik-topik yang sangat luas di seluruh dunia.

PT Hebronstar menilai, pemerintah adalah salah satu sektor yang paling kompleks dan menantang untuk diajak bekerjasama. Namun, ini dapat menjadi salah satu hal yang paling menguntungkan. Organisasi sektor publik di seluruh dunia menghadapi banyak masalah yang sama.

a) Pemasaran

Hebronstar membantu pemasaran yang beragam dan isu-isu yang terkait dengan kegiatan perusahaan. Strategi pemasaran yang dilakukan adalah terbaru, inovatif, dan selalu memerlukan peningkatan yang berkala. Strategi tersebut seharusnya berlangsung secara progresif dan integratif dan semua fungsi dari pemasaran perlu untuk disesuaikan dan diorganisasikan secara benar. Selanjutnya, strategi pemasaran adalah suatu analisis yang berdasarkan strategi

peluang, perencanaan strategi yang diperlukan, dan keberlangsungan perusahaan secara keseluruhan.

Manajemen Saluran : Pendekatan secara integratif dilakukan dalam rangka meningkatkan efisiensi dari usaha dan hubungan. Pendekatan ini didasarkan kepada strategi usaha Hebronstar yang sama dengan pengetahuan yang dimiliki oleh para profesional yang akan membawa peningkatan secara berkala dan efektif kepada klien.

Strategi Merek : Hebronstar memberikan pelayanan dalam memaksimalkan nilai dari para pemegang saham para pelanggan dengan cara memperbolehkan pelanggan untuk mendaftarkan secara hukum produk mereka sesuai dengan aturan yang berlaku.

b) Organisasi

Konsultan Hebronstar memeriksa fokus dari visi sebuah perusahaan dan tujuannya untuk mendesain ulang struktur organisasi dan membangun perencanaan operasi yang berkaitan dengan sumber daya manusia.

Struktur Organisasi : Pengurangan dari inefisiensi praktek kerja untuk membangun struktur organisasi yang futuristik dengan pengambilan keputusan yang lebih baik.

Pengukuran Kinerja dan KPI : Sistem evaluasi kinerja sangat penting dalam rangka untuk mengatur perubahan organisasi/sumberdaya manusia jangka panjang dan untuk mendapatkan strategi bisnis yang inovatif. Selanjutnya berdasarkan

objektivitas KPI, PT Hebronstar Indonesia akan menyediakan solusi administrasi yang sistematis untuk tujuan akhir yang begitu penting.

c) Inovasi

Untuk menciptakan pendekatan yang strategis dan tahan lama terhadap pembaharuan yang konstan, Hebronstar juga memiliki fokus yang spesial terhadap inovasi modal bisnis. Baik PT Hebronstar Indonesia melakukan transformasi dasar model bisnis suatu perusahaan atau mendesain model bisnis baru yang dapat menangkap pertumbuhan dari segmen atau pasar yang baru, Hebronstar menggabungkan kreatifitas, kekakuan analisis, pengetahuan mendalam mengenai industri, dan penglihatan yang kaya akan pembelajaran terhadap model yang transformatif.

1. Menyejajarkan bisnis dengan strategi baru
2. Generasi ide internal dan eksternal, penangkapan, dan manajemen, serta komposisi portofolio
3. Proses inovasi dan produktivitas fungsional dan efektivitas
4. Penyesuaian dan penciptaan organisasi sekaligus sifat kepemimpinan
5. Pengukuran Inovasi
6. Model Inovasi bisnis

PT Hebronstar Indonesia bekerja secara dekat dengan perusahaan-perusahaan di seluruh dunia dengan satu tujuan: untuk

meningkatkan pengembalian terhadap investasi inovasi yang mereka lakukan.

d) Keterlibatan dalam Kasus

Proyek telah dimulai oleh kebutuhan perusahaan tanaman terkenal yang mencoba menyelidiki mesin baru dalam pertumbuhan yang hijau di suatu negara. PT Hebronstar Indonesia merencanakan sebuah bentuk bisnis dalam jangka waktu 10 tahun dengan mencari kesempatan bisnis strategi pertumbuhan hijau ini yang telah menjadi isu di tengah situasi kesadaran terhadap rata-rata meningkatnya pendapatan sebesar 60% dari pertumbuhan yang cepat.

Peran Hebronstar

Dalam prosesnya Hebronstar menemukan beberapa kategori penilaian terhadap investasi yang sama, kapabilitas yang bernilai, atraksi bisnis, diantara lahan bisnis dimana para pelanggan perusahaan dapat mengakses setelah memilih dalam pasar terhadap segmen industri pertumbuhan hijau.

Metodologi dan Efek

Semua eksekutif dan staf dari perusahaan pelanggan bergabung bersama dalam keseluruhan proses, menyetujui untuk mempromosikan lahan bisnis baru sebagai tujuan akhir dan visi bisnis yang strategis dan organisasi telah diatur dan menyiapkan untuk rencana strategi bisnis untuk salah satu dari mereka.

e) **Perancangan Kembali Organisasi**

Perancangan Kembali Struktur Organisasi Jangka Menengah dan Panjang serta Membentuk Sistem Manajemen

Isu

Klien dari sebuah proyek telah mengembangkan kedalam sebuah pimpinan yang dipercaya perencanaan bisnis di Korea, dan situasi saat itu mendorong untuk meraih kesuksesan dalam ekspansi ke luar negeri sebagai momentum dengancara mendapatkan proyek internasional, dan lain-lain. Selanjutnya, hal tersebut memiliki isu yang tersusun yang seharusnya dapat diimplementasikan untuk bisa maju kembali dalam persaingan global. Berdasarkan pertumbuhan yang cepat dalam perusahaan, isu berikutnya akan mengikuti perkembangan perusahaan yang cepat; hal-hal tersebut akan meningkatkan peran Presiden Direktur, tugas dan tanggung jawab yang tidak diperlukan, salah mendefinisikan tanggung jawab dan otoritas dalam organisasi, komunikasi antar departemen, dan pendenza pembuatan keputusan, dan lain-lain.

Peran Hebronstar

Hebronstar mengerti masalah dan peningkatan dalam struktur organisasi, hal tersebut akan di bawa kepada strukturisasi ulang organisasi yang mengikuti prinsip – prinsip dari organisasi yang dihubungkan dengan keseluruhan visi serta strategi perusahaan.

Metodologi dan Efek

PT Hebronstar Indonesia mengerti masalah dalam organisasi melalui beberapa survei, survei budaya dari organisasi, wawancara mendalam dan melakukan perbandingan, dan mendapatkan point untuk mengatasi masalah tersebut. PT Hebronstar Indonesia menetapkan departemen baru, menutup atau menggabungkan yang tidak diperlukan, dengan demikian organisasi telah berubah kepada pertumbuhan masa depan dengan mengarah kepada penugasan peran dan fungsi baru oleh departemen, dan mengatur kembali sumberdaya, dan lain-lain. Lalu PT Hebronstar Indonesia secara sukses membawa perubahan berkala manajemen berdasarkan mekanisme praktik yang terbagi.

f) Kapabilitas Organisasi

Proyek Perencanaan untuk Memperkuat Kapabilitas Organisasi. Proyek-proyek yang diadakan PT Hebronstar Indonesia setiap tahunnya beragam. PT Hebronstar Indonesia lebih memilih event-event pertemuan antar perusahaan agar dapat lebih efektif terhadap tujuan klien.

Isu

Terdapat beberapa kasus dimana sebuah perusahaan dengan teknologi spesial berhasil dalam bidang yang tidak dilirik oleh perusahaan umum pada awal pembentukan. Tapi teknologi dalam sebuah bidang istimewa dapat diindahkan dengan popularisasi

teknologi, teknologi asing atau harga dumping dan sebagainya dalam serangkaian waktu. Pelanggan dari proyek menjadi sebuah pabrik bahan konstruksi domestik dengan teknologi istimewa dalam pasar pada awal bisnis. Namun, akan terdapat waktu dimana teknologi tidak dapat membedakan dari yang lainnya di pasaran, dan ini harus dievaluasi dengan daya saing harga dibandingkan dengan produk murah Tiongkok. Teknologi yang utama diharapkan tak ada saingannya di pasar selama 10 tahun, tapi penjualan perusahaan secara konstan jatuh dalam tiga tahun terakhir.

Peran Hebronstar

Meskipun pengembangan dalam teknologi penting, PT Hebronstar Indonesia menganggap bahwa perusahaan juga harus menguatkan kapasitas organisasi mereka untuk dapat bertahan dalam masa yang kompetitif. Kapasitas organisasi tidak berarti hanya sebuah grafik organisasi dan kebijakan masalah-masalah personal, tetapi juga pusat pembayaran dan manajemen, jaringan distribusi, kapasitas pemasaran B2B, sistem evaluasi pencapaian, infrastruktur IT bahkan peraturan-peraturan administrasi rapat internal. Oleh karena itu PT Hebronstar Indonesia memutuskan untuk mengartikan dan mengembangkan 10 bentuk maksud baru untuk menguatkan kapasitas organisasi dari perusahaan.

Metodologi dan Efek

PT Hebronstar Indonesia secara kasar mengatur masalah-masalah dari organisasi ke dalam 12 bentuk isu terkait kapabilitas organisasi melalui wawancara dengan para staff dan eksekutif, dan sebuah survei dalam sistem distribusi. PT Hebronstar Indonesia mengevaluasi isu-isu dalam organisasi dari semua anggota dalam 6 aspek dengan sebuah alat audit budaya dan menyarankan sebuah solusi bagi masalah-masalah integral.

g) Mesin Pertumbuhan Baru

Proyek untuk mengembangkan mesin pertumbuhan baru. Sebagai konsultan bisnis maka PT Hebronstar Indonesia harus siap dengan permintaan dari klien yang akan terus berkembang. Oleh karena itu PT Hebronstar Indonesia selalu menciptakan ide-ide brilliant dalam mensukseskan permintaan klien.

Isu

Pelanggan adalah sebuah perusahaan menengah yang menyuarakan pengembangan dalam industri material domestik. Perusahaan ini tetap melanjutkan pertumbuhan dengan rasio pertumbuhan dan keuntungan tinggi, tapi PT Hebronstar Indonesia menilai bahwa perusahaan ini mempunyai ketidakstabilan struktur bisnis yang disebabkan karena penyederhanaan basis konsumen dan bisnis portofolio yang terpusat.

Peran Hebronstar

Hebronstar menolong pelanggan untuk menemukan sebuah grup bisnis yang sesuai dengan kapasitasnya dan menyarankan saran untuk menilai apakah setiap grup bisnis akan sesuai. Selain itu, penting juga untuk menemukan mesin pertumbuhan baru yang harus kita nilai apakah daya tarik dari setiap grup bisnis akan meningkat atau sebuah teknologi penghancur, dengan mempertimbangkan masa depan dalam sepuluh tahun ke depan. PT Hebronstar Indonesia menolong untuk mengerti pasar dari berbagai grup bisnis yang sudah dikurangi berdasarkan sudut pandang ini.

Metodologi dan Efek

Hebronstar mendefinisikan 13 grup bisnis yang dianggap sebagai satu bisnis baru dimana pelanggan dapat maju dengan pengertian dasar dalam struktur industri dan dinamika pasar. PT Hebronstar Indonesia berpartisipasi dalam menemukan grup bisnis dengan keahlian di berbagai bidang seperti sebuah forum spesialis yang sesuai dengan area bisnis pelanggan, pengembang internal, eksekutif dalam hal bisnis dan sebagainya. PT Hebronstar Indonesia mendefinisikan grup bisnis sebagai yang paling sukses ketika pelanggan datang. PT Hebronstar Indonesia mendefinisikan sebuah pasar bersih dari grup bisnis yang sudah dikurangi dan menemukan langkah masuk tentang bagaimana cara masuk dan apa yang harus dipersiapkan pada tahap berikutnya. Sebagai hasil, perusahaan

pelanggan memilih industri material baru sebagai area bertumbuh generasi berikutnya dan menyiapkan diri untuk memasukinya.

h) Portfolio Bisnis

Rencana Strategi dari Portofolio Bisnis

Isu

Pelanggan mencari sebuah rencana portofolio bagi sebuah pengembangan baru, restrukturisasi dari bisnis yang dijual dan reproduksi nilai ketika krisis keuangan global.

Peran Hebronstar

PT Hebronstar merencanakan strategi untuk menyesuaikan portofolio bisnis dan untuk memilih dan berkonsentrasi pada area bisnis yang ingin dikemabangkan dan dijual.

Metodologi dan Efek

PT Hebronstar Indonesia mencari area pusat dimana grup dapat memusatkan kapabilitasnya dengan kemungkinan pengembangan di masa depan dengan menganalisis posisi kompetitif dan ketertarikan pasar pada bisnis. PT Hebronstar Indonesia membentuk sebuah portofolio bagi bisnis di masa depan melalui banyak analisis dalam hubungan antara orang-orang yang terlibat di dalamnya, konsumen dan kompetitor, dan membuat kembali visi dan strategi baru yang sesuai dengan kondisi pasar saat itu. Sebagai hasil,

pelanggan dapat memilih untuk menjual dan menutup bisnis yang ada dan mempromosikan bisnis baru.