BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat PT Erakomp

Gambar 2.1

PT. Erakomp Infonusa („Erakomp") sudah dibentuk sejak tahun 1988 dengan fokus untuk mengembangkan dan menyediakan tekonlogi berbasis solusi untuk pembeli dan bisnis negara di Indonesia.

Sekarang, PT. Erakomp sudah tumbuh menjadi sebuah perusahaan inovativ IT yang menjadi solusi untuk perangkat keras dan lunak serta *services solutions.* Erakomp sudah didukung oleh lebih dari 100 ahli yang tersertifikasi dengan fungsi yang berbeda-beda untuk dapat menyediakan pelayanan terbaik dan profesional untuk ribuan pembeli di seluruh Indonesia.

2.1.1. Profil Perusahaan

2.1.1.1.Lokasi Perusahaan

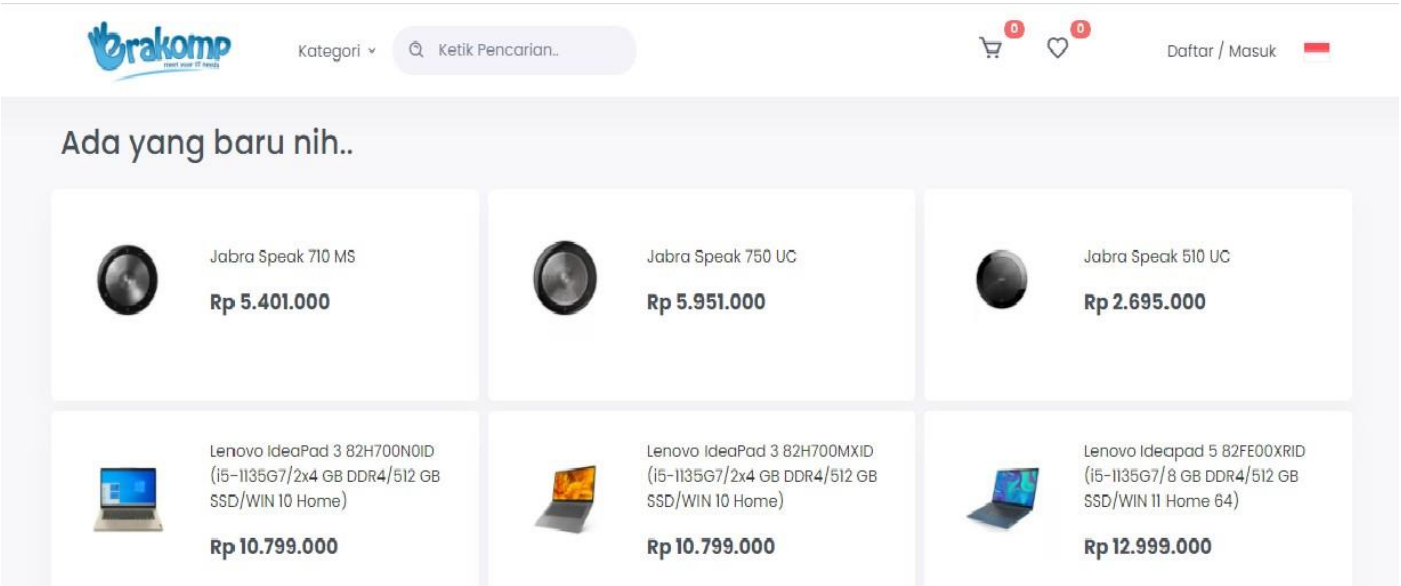
Gambar 2.2

PT Erakomp infonusa berlokasi di 88 office tower lt.20 Kota kasablanka, RT.16/RW.5, Menteng Dalam, Kec. Tebet, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12960.

PT Erakomp Infonusa merupaka perusahaan yang berfokus pada b2b, b2c, dan b2g. Perusahaan ini berfokus untuk memberikan solusi di bidang informasi teknologi terutama hardware kepada setiap perusahaan yang ada di indonesia, dan memberikan solusi terbaik dengan produk produk handal dari merk ternama didunia seperti:

- Hawlett
- Packard
- IBM
- Dell
- Toshiba
- Dst.

Gambar 2.3



2.1.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi dari PT Erakomp Infonusa Indonesia adalah sebagai berikut:

Visi Perusahaan:

- Menjadi pemimpin dalam solusi IT dengan mengirimkan standar kualitas tertinggi, terinovasi dan memiliki services yang terbaik.

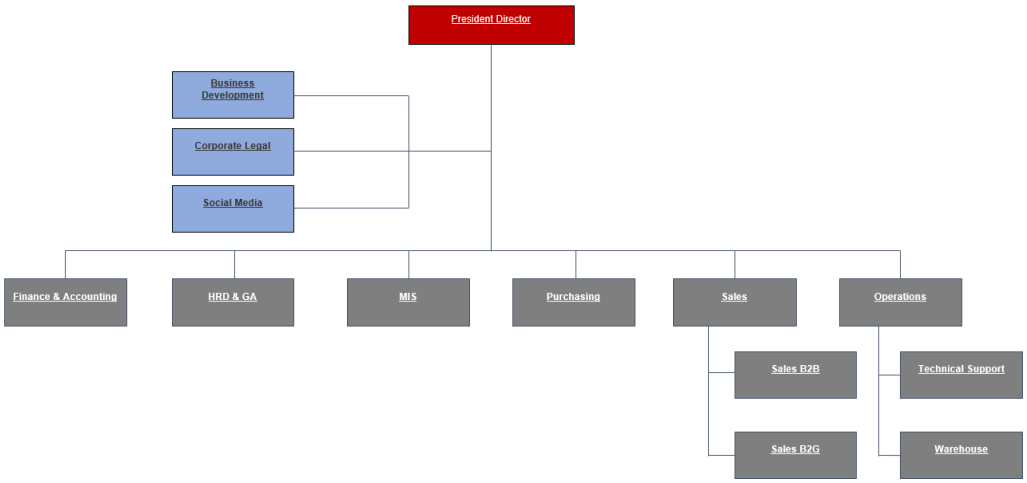
Misi Perusahaan

- Menyediakan nilai tambahan dengan solusi *onestop* dengan tujuan untuk dapat memberikan efesiensi terbaik dengan harga yang menguntungkan bagi pembelikami.

2.2. Struktur Organisasi

Gambar 2.3

ERAKOMP INFONUSA Organization Chart – January 2021



Struktur organisasi dari PT Erakomp Infonusa adalah sebagai berikut:

- *Business Development*

  adalah orang yang bertanggung jawab untuk mencari cara supaya interaksi dari ketiga saluran tersebut (pelanggan, pasar, dan relasi bisnis) bisa menciptakan peluang bagi perusahaan untuk terus tumbuh.

- Corporate Legal

  Adalah orang yang mengurus legalitas perusahaan.

- Social Media

  Adalah orang yang mengurus, mengembangkan serta membuat berbagai ide baru bagi perusahaan dengan sarana social media berupa Instagram, Twitter, Pinterest, Facebook, Linked in dan Youtube.

- Finance dan Accounting

Tugas accounting biasanya mengatur keuangan perusahaan walaupun tidak bersinggungan langsung dengan uang itu sendiri. Tugas Finance mirip dengan accounting tapi mereka langsung bersentuhan dengan uang. Mereka bertanggung jawab untuk mengatur kebutuhan uang kas perusahaan dan memastikannya sesuai dengan pencatatan yang sudah dilakukan oleh bagian accounting.

- HRD dan GA

  HRD bertanggung jawab mengelola dan mengembangkan sumber daya manusia. Dalam melakukan tugasnya, mereka juga membuat serta memelihara sistem HR yang efektif dan efisien. HRD juga bertanggung jawab penuh dalam proses rekrutmen karyawan.

- MIS

  Management Information System bertugas untuk memiliki informasi teknologi di dalam sebuah perusahaan. Mereka bertanggung jawab dalam perencanaan, desain, perkembangan, dan mengevaluasi sistem komputer.

- Purchasing

  Orang yang mengurus pruchasing bertugas untuk membeli material dan servis mewakilkan karyawan-karyawan lain. Hal yang dibeli biasanya berhubungan dengan kegiatan sehari-hari.

- Sales

  Sales bertanggung jawab untuk menjual produk yang dimiliki oleh perusahaan.

- Operations

Operations adalah orang yang bertanggung jawab di belakang layar dan biasanya berupa teknikal support dan yang mengurus pergudangan.

2.3. Landasan Teori

2.3.1. Management

Manajemen juga dapat diartikan sebagai ilmu dan seni tentang upaya untuk memanfaatkan semua sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien (Maryono, 2018).

Ilmu Manajemen merupakan suatu kumpulan pengetahuan yang dikumpulkan dan diterima sehubungan dengan pengertian tentang kebenaran-kebenaran universal mengenai manajemen (Kreatif, 2019).

Penulis dapat menarik kesimpulan bahwa manajemen adalah sebuah ilmu dan seni yang dapat dipelajari oleh seseorang untuk memanfaatkan submber daya yang ada untuk mengelola dan mengatur suatu hal.

2.3.2. Entrepreneurship

Kata kewirausahaan mengacu pada pelopor bisnis di bidang ekonomi, seperti pertanian, pemasaran industry manufaktur dan jasa. Istilah wirausaha berasal dari istilah wirausahawan Perancis yaitu wirausaha yang pertama kali dipromosikan oleh Rihcard Castillon pada tahun 1775. Istilah wirausaha sudah dikenal luas sejak abad ke-16, sedangkan di Indonesia baru dikenal luas pada akhir abad ke-20 (Mardia et al., 2021).

Menurut Suharyati Definisi kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang baru dengna nilai dan mencurahkan waktu dan upaya yang diperlukan, dengan asumsi risiko

keuangan, psikis, dan sosial yang menyertainya, dan menerima imbalan dan dihasilkan kepuasan moneter, kepuasan pribadi dan kebebasan pribadi (Suharyati et al., 2020).

Ciri-ciri orang yang memiliki jiwa kewirausahaan menurut Hastuti adalah mempunyai keberanian dan daya kreasi yang tinggi, mempunyai semangat tinggi dan kemauan keras, mempunyai daya analisis yang baik, berjiwa pemimpin dan tidak berperilaku konsumtif, membuat keputusan dan melaksanakannya dan memiliki pengabdian yang besar terhadap bisnisnya (Hastuti et al., 2020).

Kesimpulan kewirausahaan yang dapat ditarik oleh peneliti adalah bahwa kewirausahaan adalah sebuah proses atau kegiatan menciptakan sesuatu sesuai dengan kemampuan dan bakat founder/wirausahawan tersebut. Kewirausahaan juga biasanya mengadakan produk baru dan memasarkannya.

2.3.3. Digital Marketing

Pengguna internet di tahun 2021 mencapai 4.66 milyar di seluruh dunia. Ini adalah angka yang sangat tinggi dan dapat dipastikan bahwa produk akan sangat mudah mencapai konsumen dengan digital marketing. Sreedharan menjelaskan digital marketing dengan cara yang menarik yaitu sebuah tindakan „ajaib‟ yang dapat dilakukan di internet seperti contohnya konsumen sedang mencari sebuah barang, dan ketika konsumen tersebut melihat instagram. Facebook atau sosial media lainnya maka iklan dari barang tersebut akan muncul; inilah yang disebut dengan digital marketing (Sreedharan, 2015)

Digital Marketing menawarkan banyak hal di era modern sekarang ini. Dunia digital mengubah paparan bisnis dan marketing secara sangat cepat dan dinamis (Kaufman, 2014).Pertumbuhan digital marketing telah mengubah hubungan antara pemiliki bisnis dan konsumen. Banyak peneliti yang setuju bahwa menggunakan digital marketing untuk menarik

perhatian konsumen adalah cara yang lebih baik karena sekarang sudah berada di era yangberbeda(Hanlon, 2019)