

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

PT. Hashmicro Solusi Indonesia merupakan perusahaan ERP yang mempunyai solusi otomatis bagi permasalahan perusahaan yang dapat mendukung kegiatan operasional bisnis agar dapat bersaing di pasar global. HashMicro didirikan oleh dua orang asal Indonesia yang dahulu menetap di Singapura. Dua orang tersebut adalah Ricky Halim (*CEO & Managing Director*) dan Lusiana Lu (*Business Development Director*). Solusi ini mempunyai peluang yang cukup besar, mengingat banyaknya perusahaan atau bisnis yang berjalan di Indonesia, maka HashMicro melakukan ekspansi yang sebelumnya mempunyai kantor pusat di Singapura. Sistem ini dapat memberikan dampak yang positif bagi perusahaan.

Sistem ERP memiliki banyak manfaat untuk sebuah perusahaan karena sistem yang fleksibel, modular, dan *scalable* untuk mudah beradaptasi dengan perubahan pasar dan keinginan pelanggan. ERP juga dapat menghemat biaya yang sekiranya tidak diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk meningkatkan efektivitas dan produktivitas perusahaan. Selain itu, membantu organisasi/perusahaan untuk mengembangkan bisnis dan juga menjaga keamanan aset perusahaan agar terhindar dari risiko yang tidak diinginkan.

#### 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo HashMicro

Hashmicro Pte Ltd sudah berdiri sejak tahun 2015 di Singapura dengan membawa misi untuk menghadirkan solusi otomatis yang bermanfaat. Selama

perjalanan, HashMicro telah mengembangkan sistem dan melayani berbagai industri di Singapura. Tahun 2016, HashMicro mendirikan pusat pengembangan di India dan Vietnam.

Pada tahun 2017, HashMicro memiliki solusi yang memenuhi syarat untuk subsidi pemerintah Singapura. HashMicro mulai melakukan ekspansi ke Indonesia, karena melihat banyak potensi akan solusi bisnis yang diberikan. Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak perusahaan yang besar baik nasional, multinasional, maupun internasional. Dengan adanya peluang dari perusahaan - perusahaan tersebut, tahun 2018 HashMicro mendirikan perusahaan di Indonesia dengan nama PT. Hashmicro Solusi Indonesia yang mempunyai kantor operasional di Jakarta. Mendirikan perusahaan tentunya harus memiliki persetujuan dari pemerintah, maka HashMicro mengembangkan *Research and Development Center* di Indonesia. HashMicro membuat perjanjian dengan pemerintah Indonesia dan institusi privat tepatnya tahun 2019.

HashMicro juga terus melakukan ekspansi sampai Surabaya, Indonesia pada tahun 2020, untuk melakukan inisiasi pusat pengembangan di Indonesia. Dampak dari pandemi tidak menghalangi HashMicro untuk terus membantu perusahaan dengan solusi ERP yang diberikan. Terbukti dari adanya lebih dari 350 klien dari Singapura dan Indonesia, dengan menyediakan lebih dari 40 modul di 15 industri yang berbeda - beda mulai dari *retail, manufacturing, f&b*, dan lainnya. Bertahan di masa pandemi tahun 2021 sampai saat ini, HashMicro terus melakukan inovasi terhadap solusi yang diberikan dan mulai mengembangkan lini bisnis yang baru, disebut dengan SaaS EQUIP ERP.

### **2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan**

#### **1) Visi**

Menjadi brand terdepan di APAC dalam bidang solusi otomatis dan turut berperan dalam kemajuan industri-industri yang kami naungi.

#### **2) Misi**

Kami selalu berusaha menjadi bagian dari kemajuan enterprise di Indonesia dengan memberikan solusi ERP terbaik dapat meningkatkan

produktivitas dan membantu mereka mengambil keputusan yang terukur. Selain itu, kami juga berupaya untuk memberikan manfaat dari otomatisasi bisnis untuk lebih banyak perusahaan di Asia.

### 2.1.2 Alamat Perusahaan

#### 1) Jakarta, Indonesia

Neo Soho Podomoro City Unit 37.09-37.10, Jalan Letjen S. Parman Kav.28, RT.3/RW.5, Tanjung Duren Selatan, Grogol Petamburan Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta 11470.

#### 2) Surabaya, Indonesia

Spazio Tower, Unit 8-11, Jl. I. Mayjen Yono Suwoyo, Pradahkalikendal, Kec. Dukuhpakis, Kota Surabaya, Jawa Timur 60225.

#### 3) Singapore

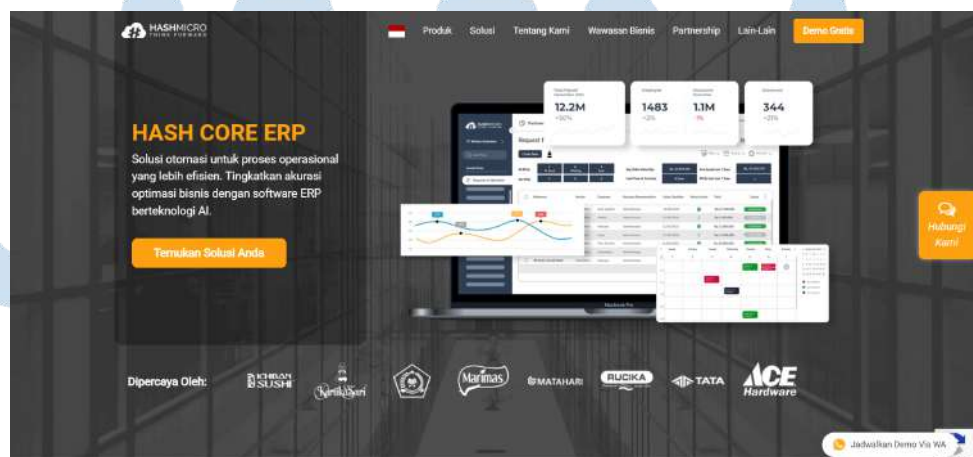
The Octagon #06-2A, 105 Cecil Street, Singapore 069534.

### 2.1.3 Produk Utama Perusahaan

HashMicro melayani lebih dari 15 industri, beberapa diantaranya sebagai berikut:

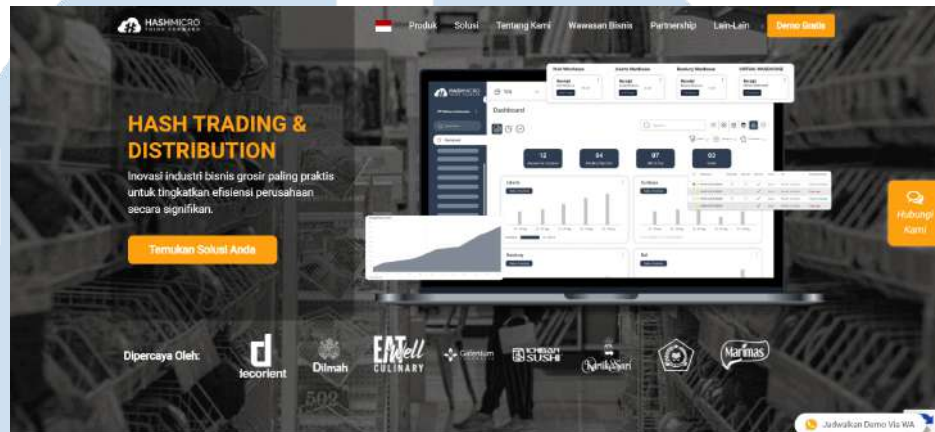
#### 1) HashMicro ERP Suite

a) Hash Core ERP, *software* terbaik dan terlengkap.



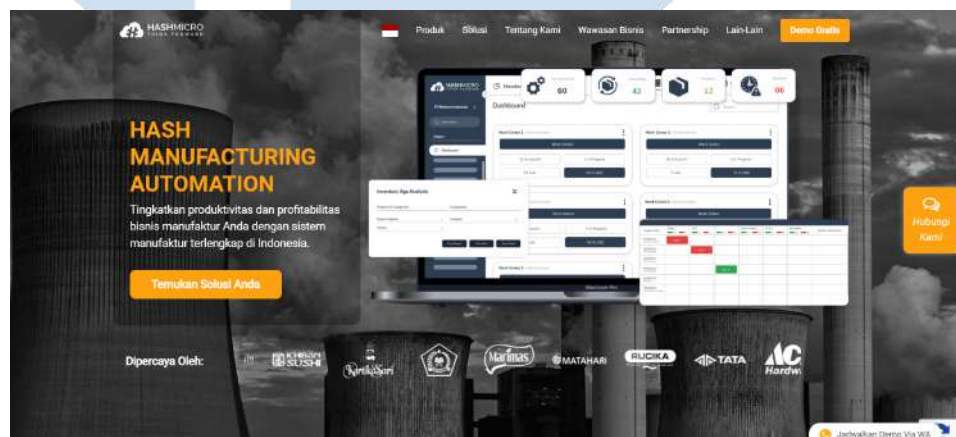
Gambar 2.2 Hash Core ERP

b) Hash Trading & Distribution, aplikasi pengelolaan bisnis *trading*.



**Gambar 2.3 Hash Trading & Distribution**

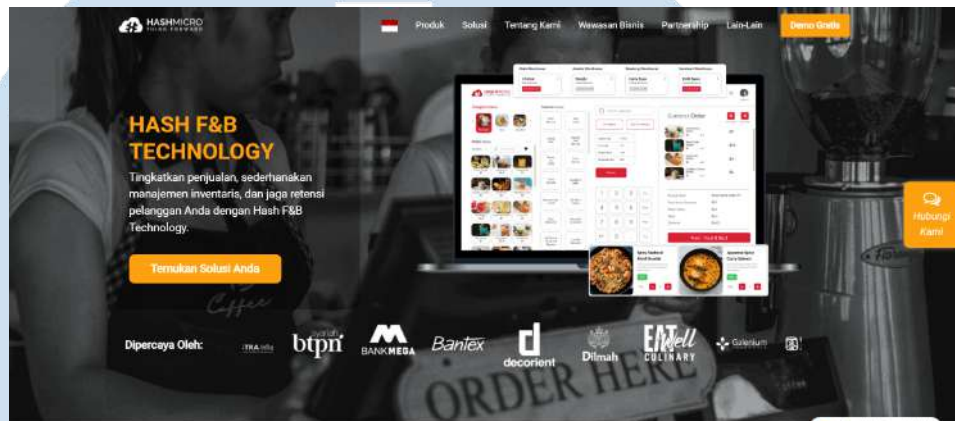
c) Hash Manufacturing Automation, optimalkan produktivitas dengan EMA.



**Gambar 2.4 Hash Manufacturing Automation**

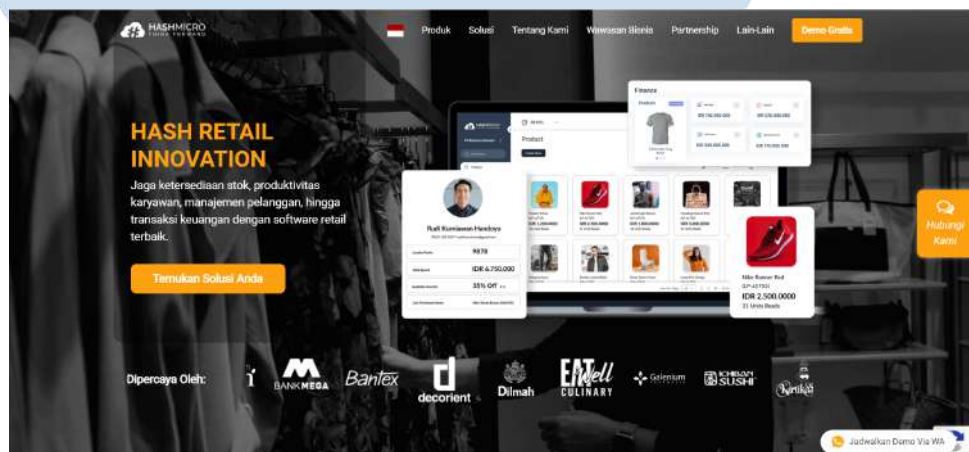
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

d) Hash F&B Technology, *software* pengelolaan usaha restoran.



**Gambar 2.5 Hash F&B Technology**

e) Hash Retail Innovation, *software* untuk otomasi bisnis *retail*.



**Gambar 2.6 Hash Retail Innovation**



f) Hash Construction Suite, *software* pengelolaan konstruksi.



**Gambar 2.7 Hash Construction Suite**

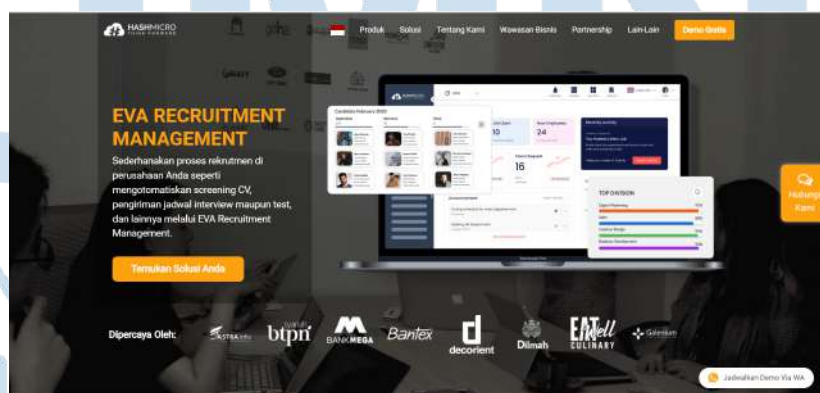
2) EVA HR Management

a) EVA HRIS Essentials, *software* HRM & payroll online.



**Gambar 2.8 EVA HRIS Essentials**

b) EVA Recruitment Management, proses rekrutmen kandidat otomatis.



**Gambar 2.9 EVA Recruitment Management**

c) EVA Talent Management, manajemen talenta secara otomatis.



Gambar 2.10 EVA Talent Management

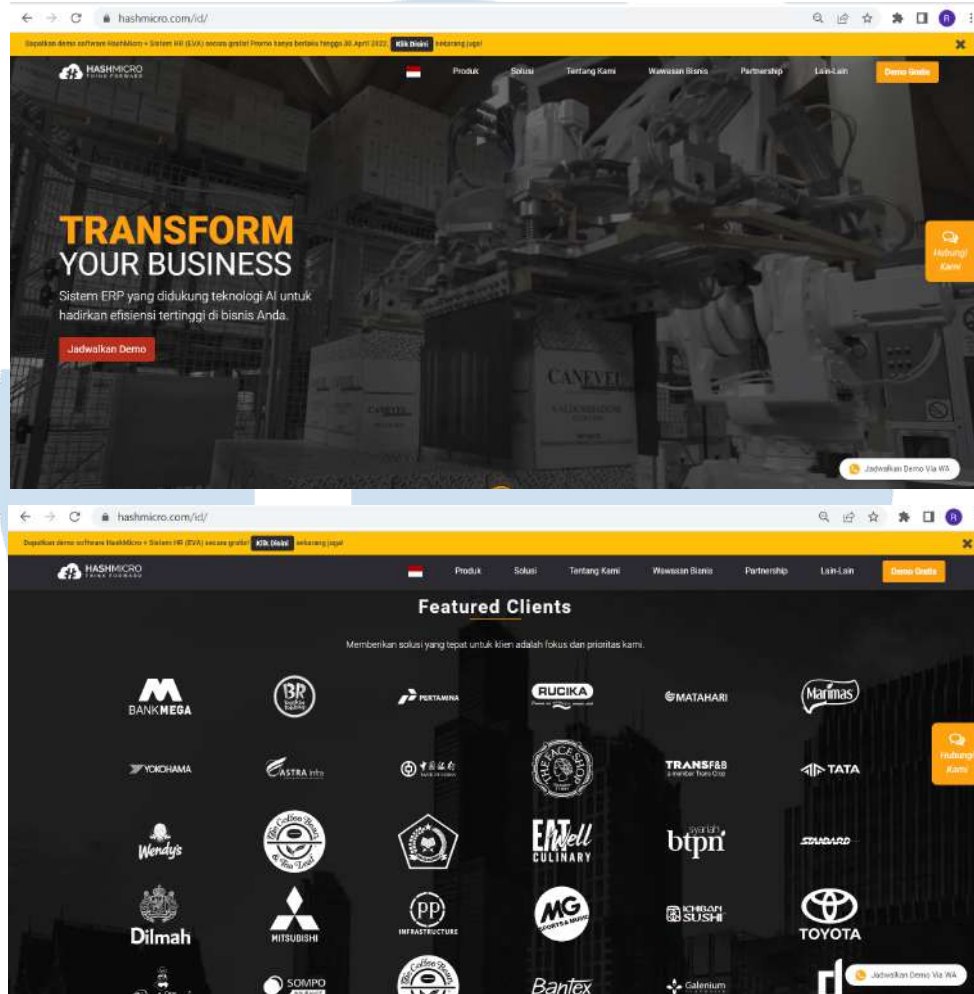
d) Dan solusi lainnya.

#### 2.1.4 Kontak dan Akun Media Sosial Perusahaan

HashMicro memiliki *website* dan beberapa akun media sosial yang digunakan untuk melakukan promosi dan penjualan produk.

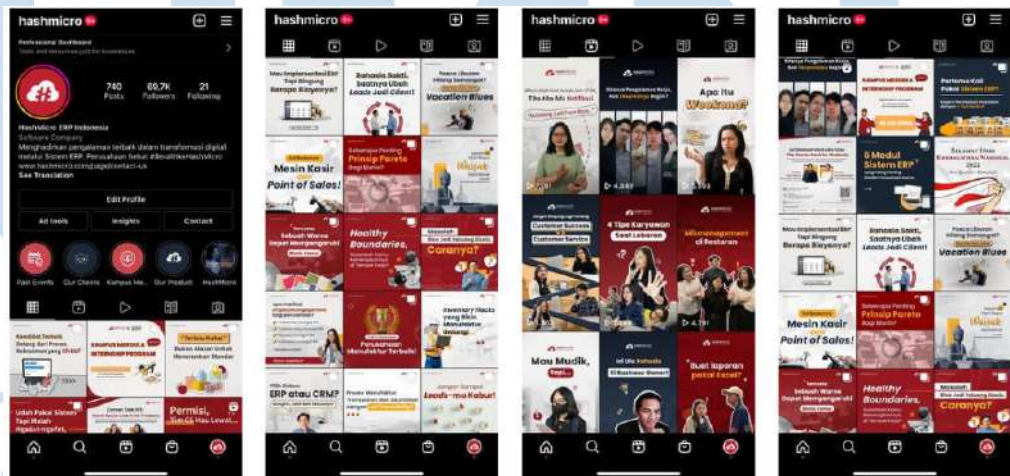
1) *Website* HashMicro





Gambar 2.11 Tampilan Website HashMicro

2) Instagram <https://www.instagram.com/hashmicro/>

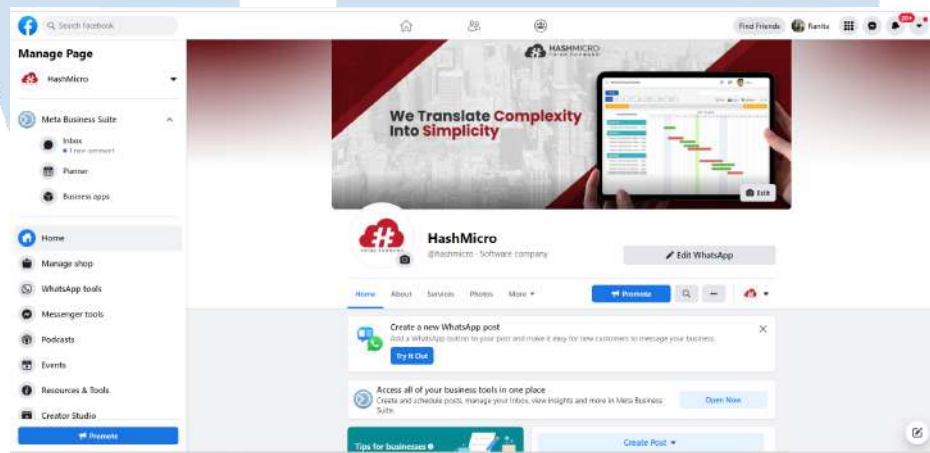


Gambar 2.12 Tampilan Instagram HashMicro



Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling sering digunakan oleh HashMicro. Berdasarkan Gambar 2.13 terlihat bahwa HashMicro sangat aktif mengunggah konten pada media sosial Instagram minimal satu kali dalam sehari dan rutin dilakukan setiap minggunya. HashMicro juga melakukan pembuatan reels minimal satu kali dalam seminggu. Desain dari Instagram HashMicro juga mempunyai *pattern* sehingga *feeds* terkesan lebih rapi dan tidak membosankan.

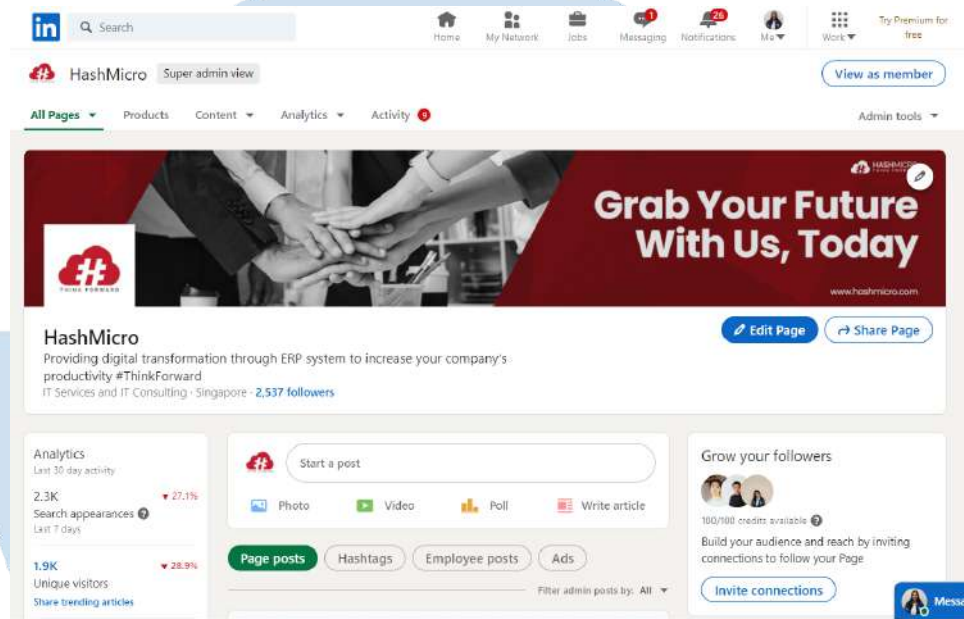
### 3) Facebook: HashMicro



**Gambar 2.13 Tampilan Facebook HashMicro**

HashMicro juga aktif mengunggah konten di media sosial Facebook. Unggahan tersebut terhubung dengan Instagram, apabila HashMicro mengunggah konten di Instagram maka secara otomatis akan terunggah ke Facebook.

#### 4) LinkedIn: HashMicro



**Gambar 2.14 Tampilan LinkedIn HashMicro**

HashMicro juga memiliki LinkedIn yang berguna untuk unggahan-unggahan mengenai program magang dan juga *job position full-time* yang sedang dibuka.

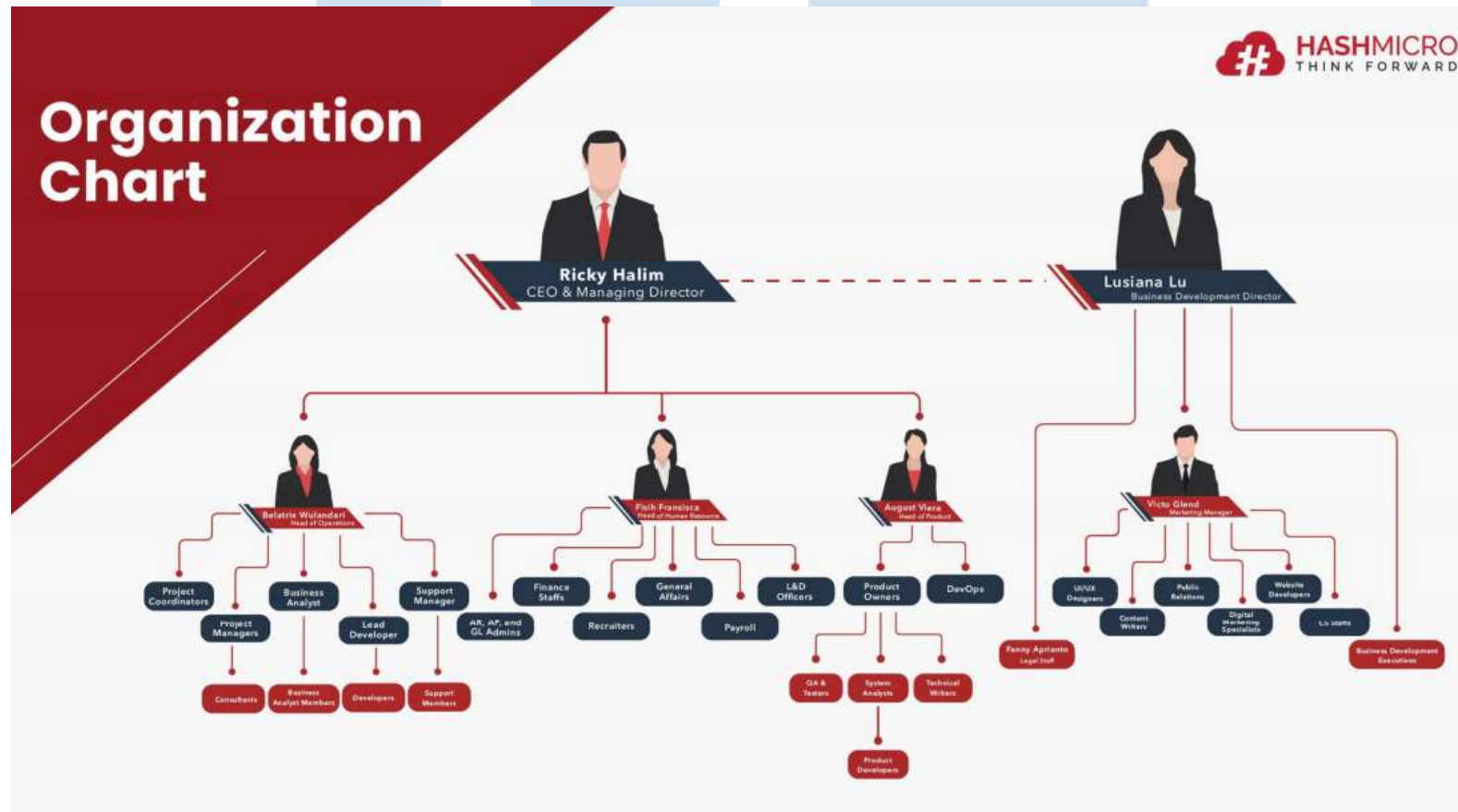
UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.15 Struktur Organisasi PT. Hashmicro Solusi Indonesia

Berdasarkan struktur organisasi PT. Hashmicro Solusi Indonesia, pemegang jabatan tertinggi adalah *CEO & Managing Director* yaitu Ricky Halim yang bertanggung jawab secara langsung dalam pengambilan keputusan dan kegiatan operasional perusahaan. *CEO & Managing Director* sejajar dengan *Business Development Director* yang bertanggung jawab atas pengembangan bisnis dan produk yang ditawarkan.

Struktur organisasi PT. Hashmicro Solusi Indonesia dibentuk berdasarkan struktur fungsional, yang berdasarkan kemampuan dan keahlian. Struktur organisasi PT. Hashmicro Solusi Indonesia dibagi menjadi 2 bagian besar departemen. Pertama departemen yang berada di bawah naungan *CEO & Managing Directors* terdiri dari 4 divisi antara lain *Head of Operations* yang dibawahnya terdiri dari *Project Coordination, Project Managers (Consultants), Business Analyst (Business Analyst Members), Lead Developer (Developers), Support Manager (Support Members), Head of Human Resource* yang dibawahnya terdiri dari *AR, AP, and GL Admins, Finance Staffs, Recruiters, General Affairs, Payroll, L&D Officers, Head of Product* yang dibawahnya terdiri dari *Product owners (QA & Testers, System Analyst, Technical Writers, dan Product Developers).*

Selain itu, terdapat departemen kedua di bawah naungan *Business Development Director* yaitu *Head of Digital Marketing* yang dibawahnya terdiri dari *UI/UX Designer, Content Writer, Public Relations, Digital Marketing Specialist, Website Developers, CS Staffs.* Kemudian, terdapat *legal staff* dan *Business Development Executives* yang berada dalam pengawasan *Business Development Director.*

## **2.3 Tinjauan Pustaka**

### **2.3.1 Marketing**

Marketing adalah salah satu kegiatan yang wajib dimiliki oleh sebuah perusahaan, tentunya kegiatan ini dilakukan untuk menunjang kegiatan bisnis agar tetap berkelanjutan dan mendapatkan laba. Menurut Kotler & Keller (2011),



pemasaran atau yang dikenal dengan sebutan marketing (dalam bahasa Inggris), merupakan serangkaian upaya berupa proses dalam menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai suatu produk kepada pelanggan disertai dengan pengelolaan hubungan antara organisasi (penjual) dan pelanggan dengan tetap mempertimbangkan keuntungan bagi organisasi dan pemangku kepentingannya. Dalam teori pemasaran, terdapat istilah *marketing mix* yang dikemukakan oleh Neil Borden pada salah satu kata pidatonya yang terbagi menjadi *product, price, promotion, dan place*.

Sedangkan, berdasarkan teori Nickels et al. (2016) aktivitas marketing terbagi menjadi empat komponen, antara lain:

1. *Product*

Produk adalah komponen utama dari semua aktivitas ataupun proses *marketing*. Produk yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Produk yang dirancang dapat berupa barang jasa, dan ide. Dengan memperhatikan kesesuaian dari kebutuhan dan keinginan pasar, diharapkan akan mencapai animo pasar untuk membeli produk tersebut. Pembelian ini tentunya juga disertai dengan adanya nilai tambah dari suatu produk yang mempertimbangkan dari segi *competitive advantages*, fitur, kualitas dan hal pendukung lainnya.

2. *Price*

Tahap kedua setelah adanya produk adalah menentukan harga. Harga ditetapkan dari beberapa faktor, antara lain biaya produksi, biaya distribusi, dan biaya promosi untuk produk tersebut. Tentunya, harga ini juga harus menyesuaikan dari para pesaing agar tetap menarik perhatian dari pelanggan.

3. *Place*

Selanjutnya, aktivitas yang menyangkut pertimbangan tempat untuk mencapai pasar. Pada proses ini, dilihat dari tahap distribusi produk ke pasar, dan penting untuk memperhatikan metode penyampaian produk. Perusahaan harus memilih mau menyampaikan secara langsung ke pasar (konsumen) atau melalui perantara (*intermediaries*).

#### 4. *Promotion*

Tahap akhir adalah promosi. Aktivitas promosi ini adalah upaya untuk memberikan informasi dan mendorong minat beli pasar terkait produk yang ditawarkan. Upaya ini terdiri dari beberapa jenis, bisa *personal selling*, *word of mouth*, *sales promotion*, dan lainnya. Tentunya, promosi ini juga menyesuaikan dengan keinginan pasar.

### 2.3.2 *Software ERP*

Menurut buku *Concepts in Enterprise Resource Planning* yang ditulis oleh Ellen Monk dan Bret Wagner, sistem ERP adalah program perangkat lunak inti yang digunakan oleh perusahaan untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan informasi di setiap area bisnis. ERP dapat membantu proses bisnis di perusahaan. Proses bisnis adalah kumpulan aktivitas yang mengambil satu atau lebih jenis input dan akan menghasilkan output. Dengan adanya *software ERP*, dapat membantu proses bisnis menjadi lebih efisien karena tugas yang terintegrasi.

Berdasarkan Dantes & Hasibuan (2011), siklus dari implementasi *software ERP* terbagi menjadi lima tahap, yaitu:

#### 1. Persiapan proyek

Pada tahap ini dilakukan beberapa persiapan seperti menentukan tujuan/sasaran, mengidentifikasi tingkat kematangan suatu organisasi, rekayasa ulang sebuah proses bisnis (apabila diperlukan), evaluasi investasi dan analisis IT yang sudah ada.

#### 2. Pemilihan teknologi

Pemilihan ini berdasarkan dari perangkat keras yang dapat digunakan untuk mendukung implementasi dari ERP nantinya, serta menentukan tim proyek, memilih konsultan ERP, dan memilih strategi yang tepat untuk implementasi ERP.

#### 3. Perumusan proyek

Pada tahap ini memerlukan *blueprint* dari sebuah bisnis yang akan digunakan untuk melaksanakan/mengembangkan seperti perencanaan pembangunan.

#### 4. Implementasi/pengembangan

Implementasi ini berdasarkan dari konfigurasi dan kustomisasi sistem dan membuat sistem tersebut dapat berjalan dalam lingkungan produksi.

#### 5. *Deployment*

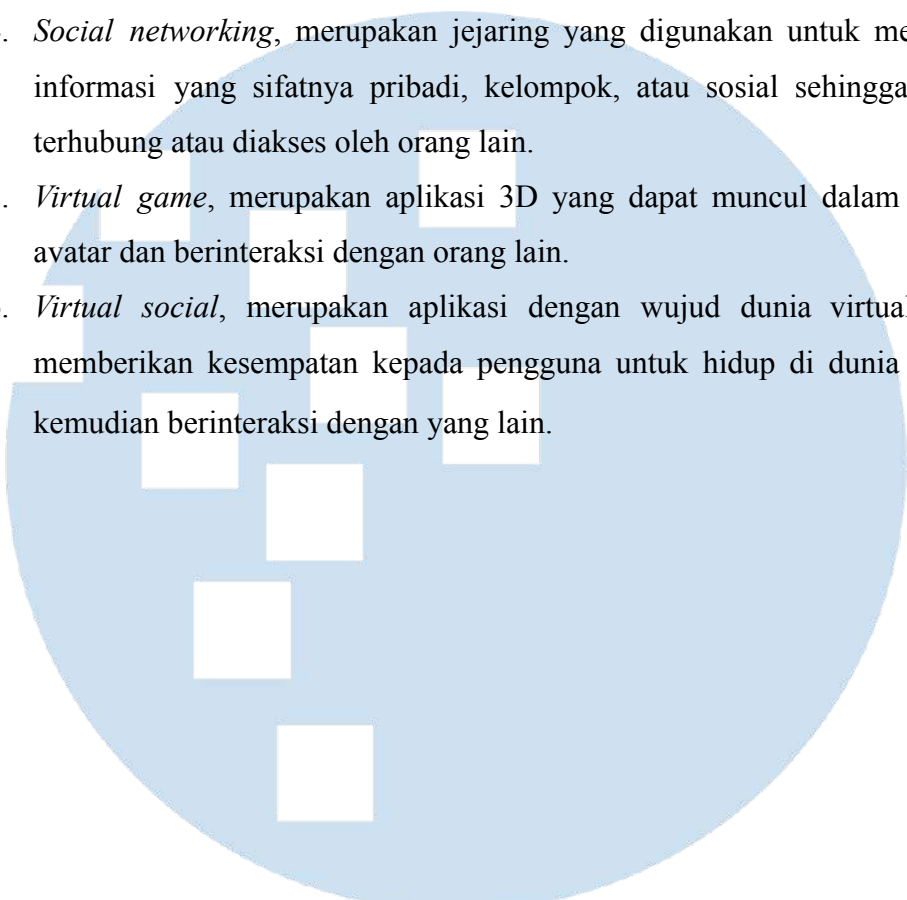
Tahap ini adalah tahap akhir untuk menstabilkan, menghilangkan “bug”, memelihara sistem, mendukung pengguna, mendapatkan hasil, meningkatkan sistem, dan menjelaskan operasi normal.

### 2.3.3 Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah sarana untuk saling berbagi informasi berupa teks, gambar, audio, dan video antara penggunanya maupun dengan perusahaan dan begitupun sebaliknya. Saat ini, media sosial memegang peranan penting di masyarakat, bahkan di dalam pemasaran, khususnya dalam periklanan maupun pemasaran word-of-mouth (Kotler dan Keller, 2011). Media sosial saat ini memegang peranan yang sangat penting bagi semua usaha dan dipercaya mampu untuk membangun komunikasi dua arah yang lebih efektif. Berdasarkan teori Smith dan Zook (2011), media sosial juga dinyatakan sebagai sarana yang menghubungkan antara pasar dan perusahaan.

Menurut Van Dijk dalam Nasrullah (2015), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Kaplan, Andreas M dan Haenlein, Michael (2010) mengklasifikasikan media sosial menjadi enam jenis, antara lain:

1. *Website* kolaborasi, merupakan laman yang mengizinkan pengunjung untuk mengubah, menambah, atau menghapus konten yang ada.
2. *Blog* atau *Microblog*, merupakan halaman pribadi yang dibuat secara bebas untuk menuliskan informasi atau mengungkapkan perasaan, pengalaman, dan pernyataan.
3. *Website multimedia sharing*, merupakan laman yang digunakan untuk berbagi konten multimedia seperti foto, video, gambar, dan lainnya.

- 
4. *Social networking*, merupakan jejaring yang digunakan untuk membuat informasi yang sifatnya pribadi, kelompok, atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain.
  5. *Virtual game*, merupakan aplikasi 3D yang dapat muncul dalam wujud avatar dan berinteraksi dengan orang lain.
  6. *Virtual social*, merupakan aplikasi dengan wujud dunia virtual yang memberikan kesempatan kepada pengguna untuk hidup di dunia virtual kemudian berinteraksi dengan yang lain.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA