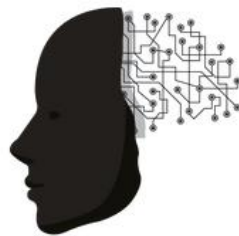


BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Soyaka Cerdas Kaya merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di dalam bidang *Artificial Intelligence*. Perusahaan ini sudah berdiri sejak 19 Januari 2019 dan diawali dengan ranah industri pakaian. Kemudian perusahaan ini mulai berkembang menjadi Shox Shop Project yang masih memiliki konsep yang sama yaitu menjual pakaian dan produk *fashion* lainnya. Project selanjutnya dari PT. Soyaka Cerdas Kaya adalah Shox Rumahan yang dimana perusahaan ini berdiri dari 6 Juli 2020 dan menjadi *E-Commerce* yang menjual alat alat kebutuhan rumah tangga (SoyakaAi, 2022).



SOYAKA ai

Gambar 2.1 Logo Soyaka AI
(Sumber : Shox Rumahan)

Visi dan misi dari Shox Rumahan sendiri adalah untuk memberikan akses yang sama ke *retail* terlepas dari latar belakang keuangan, geografis & demografis mereka. Kami terdorong untuk memberdayakan orang-orang untuk menggunakan hak ini dan meningkatkan standar hidup mereka. Untuk membuat perdagangan dapat diakses oleh semua orang (SoyakaAi, 2022).

Gambar 2.2 Logo Shox Rumahan
(Sumber : Shox Rumahan)

Shox Rumahan memiliki 2 kantor yaitu kantor utama dan kantor operasional, kantor utama berlokasi di Gedung Centennial Tower lantai 35 di Karet Semanggi, Jakarta Selatan. Kantor operasional Shox Rumahan berada di Jalan Monjali, Sinduadi, Sleman, Yogyakarta. Selain memiliki 2 kantor, Shox memiliki 2 tempat pergudangan yang berada di pergudangan Bizhub di daerah Serpong, Gunung Sindur, dan juga di jalan Raya Leuwigajah, Cimahi, Jawa Barat (SoyakaAi, 2022).

2.2 SWOT Analisis & Business Model Canvas Shox Rumahan

1. SWOT Analisis Shox Rumahan

Shox Rumahan merupakan sebuah *platform Multi Level Marketing* (MLM) yang berbasis *E-Commerce*. Sejak berdirinya Shox Rumahan sendiri, perusahaan ini sudah memiliki cukup banyak kompetitor lain di dalam bidang yang sama. Kompetitor dari Shox Rumahan meliputi DUSDUSAN, SHOPEE dan TOKOPEDIA. Maka dari itu cara agar Shox Rumahan dapat menonjolkan dirinya adalah dengan cara memisahkan target konsumennya.

E-Commerce saingan dari Shox Rumahan lebih mengincar *Mass Market* yang dimana semua kalangan orang tanpa membatasi kalangan umur dan *gender*. Sedangkan Shox Rumahan sendiri hanya mengincar target pasar yaitu ibu-ibu rumah tangga yaitu kalangan orang dewasa dengan *gender* perempuan dengan kelas ekonomi menengah kebawah. Produk yang dijual

di Shox Rumahan umumnya merupakan peralatan rumah tangga yang memiliki penawaran harga yang cukup terjangkau bagi kalangan orang dengan kelas ekonomi menengah kebawah. Dengan cara ini Shox Rumahan akan dapat bersaing dengan *E-Commerce* lainnya, walaupun dengan cara ini akan mempersempit target pasar.

2. Business Model Canvas Shox Rumahan

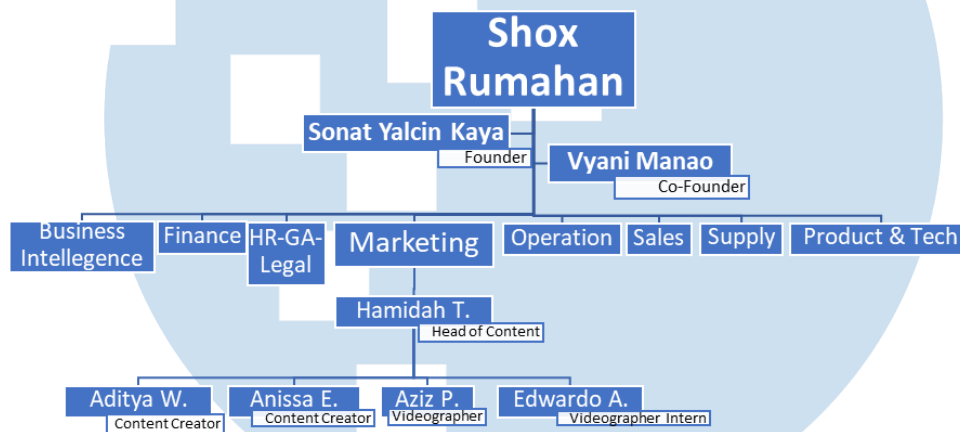
Setelah penulis melakukan analisis dalam bentuk *Business Model Canvas*, dapat dilihat bentuk dari perusahaan Shox Rumahan. Shox Rumahan merupakan sebuah perusahaan *E-Commerce* yang menysasar segmentasi pelanggan yaitu Ibu Rumah Tangga yang dimana apabila di spesifikan yaitu perempuan dengan rentang usia sekitar 25-40 tahun. Selain itu Shox Rumahan juga lebih mengincar pelanggan dengan kelas ekonomi menengah kebawah untuk dapat bersaing dengan E-Commerce lainnya.

Dalam melebarkan sayapnya, Shox Rumahan akan membutuhkan *key resources* yang terdiri dari kepala arisan, didikan, dan anggota arisan. Sistem kerjanya perusahaan ini adalah dengan menerapkan sistem *multi level marketing* yang dimana nantinya kepala arisan akan mencari bawahan yang disebut dengan didikan. Didikan nantinya akan bertugas untuk mencari anggota anggota yang ingin mengikuti arisan. Dengan sistem seperti ini Shox Rumahan dapat mudah dalam melebarkan sayapnya.

Untuk membangun relasi dengan para pelanggan, terdapat beberapa cara yang dilakukan oleh perusahaan ini. Shox Rumahan akan mengadakan sebuah *event* bagi pelanggan Shox Rumahan seperti acara kopdar. Acara kopdar ini akan dilakukan di beberapa kota dengan penjualan yang terbesar. Dalam acara kopdar tersebut pula akan diadakan *giveaway* produk alat rumah tangga. Selain kopdar, *giveaway* dilakukan juga di *live selling* untuk mendukung peningkatan penjualan barang. Shox rumahan juga mengadakan lomba bagi para pelanggan, seperti perlombaan banyak penjualan, perlombaan banyak anggota arisan, dan lain lain.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Shox Rumahan sendiri didirikan oleh Sonat Yalcin Kaya, yang juga sebagai *Founder* dan *CEO* Shox Rumahan hingga saat ini. Di dalam project Shox Rumahan, Perusahaan ini terbagi dalam beberapa tim yaitu Tim Marketing, Business Intelligence, Finance, HR-GA-Legal, Operation, Sales, Supply Chain Manager, dan juga Product & Tech. Berikut adalah struktur organisasi Shox Rumahan ;



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

(Sumber : Penulis)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA