

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Source: Google Image, Laku6:

Gambar 2. 1 Logo Perusahaan Laku6

Laku6 merupakan perusahaan yang bergerak sebagai *platform Recommerce* elektronik *end-to-end* AI pertama yang terkemuka di Indonesia. Hal ini dikarenakan teknologi yang digunakan oleh Laku6 telah membantu lebih dari 500.000 pengguna menjual gadget yang mereka punya secara langsung dengan uang tunai atau melalui tukar tambah (Trade-In) dengan mitra E-Commerce yang sudah marak diketahui oleh masyarakat Indonesia serta lebih dari 1.000 toko retail offline.

Laku6.com dimulai pada tahun 2016 dengan menyediakan informasi terkini mengenai harga harga *gadget preloved* (bekas) dengan akurat sehingga para pelanggan dapat mengetahui harga yang tepat saat ingin menjual ataupun membeli gadget agar tidak salah dalam menentukan harga. Layanan yang disediakan oleh Laku6 untuk individu yang ingin menjual gadget preloved tanpa membeli gadget baru, Laku6 menyediakan layanan Maujual dan Langsung Laku by Tokopedia. Untuk individu yang mempunyai kebutuhan dalam membeli gadget baru dan ingin menjual gadget lamanya maka Laku6 menyediakan solusi Trade-In (Tukar Tambah) secara online maupun Offline di ribuan titik pelayanan di seluruh Indonesia. Tidak hanya B2C (Business to Consumer) atau C2B (Consumer to Business), Laku6 juga memiliki layanan B2B (Business to Business) untuk menyediakan platform pada pelaku bisnis gadget kecil atau menengah yaitu Laku6

Trade Center (LTC) dengan sistem bidding digital yang mudah, aman dan terpercaya.

Pada tahun 2022 tepatnya bulan juli 2022, Laku6 menjadi bagian dari Carousell Group. Dengan Carousell Group yang merupakan salah satu investor modal terbesar pada bidang Electronics Recommerce serta memiliki puluhan juta pengguna, ini dapat membantu Laku6 dengan teknologi yang mereka punya agar penjualan barang elektronik bekas menjadi lebih mudah diakses oleh jutaan pengguna dibandingkan sebelumnya,[6] hal ini akan memperpanjang siklus hidup barang-barang elektronik dan memperlambat pertumbuhan limbah elektronik.

2.1.1 Visi Misi

Laku6 sebagai perusahaan memiliki visi dan misi sebagai panduan dan target dalam menjalankan operasional bisnis perusahaan, yaitu:

2.1.1.1 Visi Perusahaan

“Help retail stores and e-commerce to increase sales through trade-in program with Laku6 as the best trade-in operator.”

Dalam menjalankan perusahaan, Laku6 mempunyai visi yaitu sebagai operator tukar tambah terbaik yang dapat membantu toko-toko retail dan *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan dengan program yang dimiliki dan diunggulkan oleh perusahaan Laku6 yaitu adalah program Trade-In. Hal ini agar penjualan dari barang *preloved* tidak kalah saing dengan barang baru, ini juga sejalan dengan visi dari Carousell Group sebagai pihak akuisisi yang mempunyai visi *“Making second hand the first choice.”*

2.1.1.2 Misi Perusahaan

Untuk mencapai visi perusahaan, Laku6 mempunyai misi yang dilakukan. Misi yang dilakukan yaitu menghubungkan *supply* dan *demand* dari market *gadget* bekas melalui teknologi dan otomatisasi guna menginspirasi setiap orang di dunia untuk mulai menjual dan membeli agar

memberikan manfaat bagi satu sama lain dalam skala global serta meluaskan jangkauan penjualan karena semakin banyaknya transaksi jual beli *gadget* bekas ini dapat memperpanjang siklus hidup barang-barang elektronik dan memperlambat pertumbuhan limbah elektronik.

2.1.2 Nilai-nilai perusahaan

Keberlanjutan dan keunggulan sebuah perusahaan dalam jangka waktu yang panjang dapat terwujud melalui budaya perusahaan yang kuat dan mampu mendukung visi perusahaan dengan kokoh. Budaya perusahaan, sebagai serangkaian prinsip utama, menjadi landasan yang solid untuk mencapai tujuan perusahaan. Budaya ini membentuk dasar atas kebijakan-kebijakan yang diterapkan di dalam perusahaan. Nilai-nilai yang tercakup dalam budaya perusahaan menjadi fondasi yang memungkinkan perusahaan untuk mengarahkan cara berpikir, komitmen, dan tindakan dalam rangka mencapai visi perusahaan. Laku6, yang telah beroperasi sejak tahun 2016 dan mencapai usia 7 tahun, juga mengusung nilai-nilai tertentu sebagai bagian integral dari budayanya, antara lain: [7]

a. Ownership

Dalam menjalankan perusahaannya, Laku6 mengusung nilai *Ownership*, atau yang dimaksud adalah bertanggung jawab secara penuh atas tindakan dan hasil yang dimiliki. Dengan memiliki pekerjaan dan hasil yang telah diberikan, Laku6 memupuk rasa akuntabilitas yang mendorong perusahaan untuk mencapai keunggulan dan menjalankan keahlian di bidang yang dijalani.

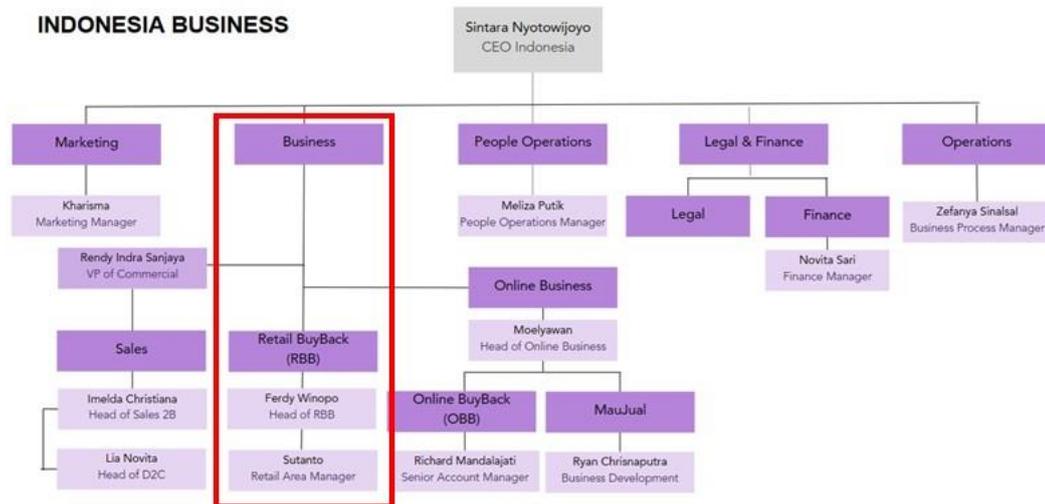
b. Mastery

Nilai keahlian atau *mastery* yaitu dengan mengejar pengetahuan dan keterampilan tanpa henti. Karyawan perusahaan dapat meningkatkan kemampuan diri sendiri dan menginspirasi orang lain agar dapat mencapai kesuksesan dengan menjadi ahli dalam kemampuan yang dimiliki, mengejar keahlian tersebut juga dilakukan harus dengan sikap semangat.

c. Resilience

Nilai *resilience* yaitu semangat pantang menyerah yang mendorong para karyawan Laku6 agar dapat tetap maju untuk menghadapi kesulitan. Kemunduran merupakan batu loncatan menuju kesuksesan adalah salah satu nilai yang diyakini, hal ini dilakukan dengan belajar dari setiap pengalaman dan kesalahan agar dapat menjadi lebih kuat dari sebelumnya sehingga karyawan dapat melakukan *upgrade* dan *improve* untuk menyukseskan perusahaan.

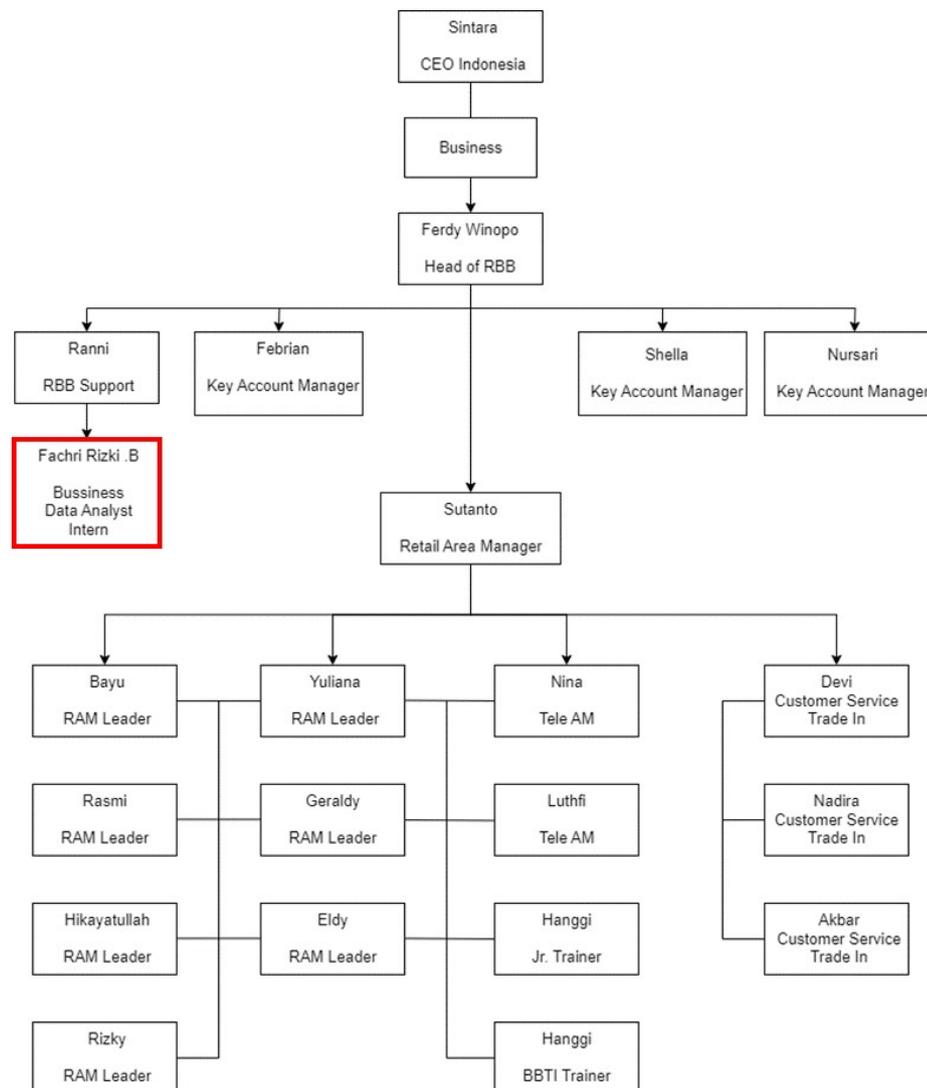
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Source: Onboarding Google Slides

Gambar 2. 2 Stuktur Organisasi Secara Umum

Secara umum, terdapat 5 departemen yang dibawah langsung oleh CEO Indonesia dari Laku6 yaitu Bapak Sintara Nyotowijoyo, departemen tersebut adalah *Marketing*, *Business*, *People Operations*, *Legal & Finance*, dan *Operations*. Dari beberapa departemen tersebut, Departemen ***Business*** memiliki divisi didalamnya seperti *Sales*, *Retail BuyBack (RBB)*, dan *Online Business* yang terdiri dari *Online BuyBack (OBB)* dan *MauJual*. Masing masing head division bertanggung jawab langsung kepada Bapak Sintara untuk mengawasi dan memimpin masing masing team-nya agar dapat memenuhi target KPI yang ditentukan.



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Divisi RBB

Di dalam RBB yang dibawah oleh Bapak Ferdy Winopo terdapat beberapa tim, yaitu Key Account Manager (KAM) yang bertugas untuk menjalin kerjasama dengan partner dan membuat kesepakatan untuk menjalankan program, Retail Area Manager yang dikepalai oleh Bapak Sutanto untuk memimpin para Retail Area Manager Leader yang bertugas untuk mengawasi *store* di tiap regional yang dipertanggung jawabkan masing masing *leader*, Tele AM juga memiliki tugas yang sama namun secara daring karena regional yang terlalu jauh, Trainer yang bertugas untuk melakukan *training* kepada store store partner untuk penjelasan suatu *flow* cara pemakaian aplikasi Laku6, dan Customer Service *Trade-in* sebagai jembatan antara customer dengan pihak Laku6 serta menjawab pertanyaan maupun kendala

yang dialami oleh customer, dan terakhir ada RBB Support yang bertugas untuk membantu divisi RBB dalam urusan data, contohnya yaitu menyediakan hasil olahan data guna mendapatkan *insight* yang dapat membantu pekerjaan divisi RBB maupun divisi lain. Selain itu, Ka Ranni sebagai RBB Support juga memiliki peran sebagai mentor untuk peserta magang *business data analyst*.