

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Erajaya Swasembada Tbk, yang didirikan pada tahun 1996, telah berkembang pesat dari awalnya sebagai importir, distributor, dan perusahaan ritel perangkat telekomunikasi *mobile* menjadi salah satu perusahaan terbesar dan paling terpercaya di sektor ini di Indonesia. Erajaya memiliki cakupan operasional di seluruh Indonesia, dengan ribuan karyawan yang tersebar di kantor pusat, kantor cabang, dan jaringan toko ritel. Kantor pusat Erajaya berlokasi di Erajaya Plaza, Jakarta Barat.

Saat ini, Erajaya berfokus pada distribusi dan ritel perangkat telekomunikasi *mobile*, termasuk ponsel dan tablet, kartu SIM (*Subscriber Identity Module*), *voucher* isi ulang operator seluler, aksesoris, perangkat *Internet of Things* (IoT), dan *voucher* Google Play. Erajaya juga menyediakan layanan bernilai tambah (*Value Added Services*), seperti perlindungan atau garansi ponsel melalui TecProtec dan layanan penyewaan handset melalui kerja sama dengan perusahaan multifinance terkemuka di Indonesia.

Sebagai perusahaan yang terus berkembang, Erajaya telah meraih berbagai penghargaan bergengsi yang menegaskan reputasinya di industri, di antaranya:

- TOP Corporate 2023
- Best CEO with Distinction Award 2023
- Human Capital Resilience Excellence Award 2023
- FinanceAsia Asia's Best Companies 2023 - Silver Awards (Consumer Cyclical Company)
- Siddhakarya Award 2022
- Human Resources Excellence Award 2022
- Stellar Award 2022

- Best Gadget Store Telset Award 2021
- Business Person of The Year Fortune Magazine 2021
- Top 100 Companies in Indonesia Fortune Magazine 2021

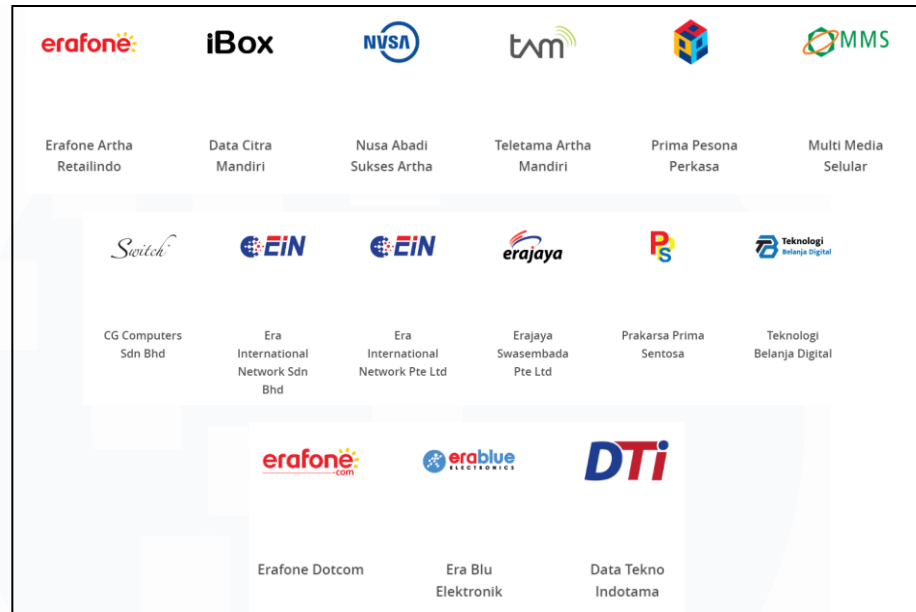
Penghargaan-penghargaan ini mencerminkan komitmen Erajaya terhadap keunggulan operasional, inovasi, dan kepuasan pelanggan. Dengan visi yang kuat, Erajaya terus memimpin di industri telekomunikasi *mobile*, tidak hanya sebagai penyedia produk dan layanan, tetapi juga sebagai mitra strategis yang mendukung perkembangan teknologi dan kebutuhan pelanggan di seluruh Indonesia.



Gambar 2. 1 *Line of Verticals* di Erajaya

Setelah berdiri selama puluhan tahun dan terus berkembang dari waktu ke waktu, saat ini Erajaya sudah memiliki banyak sekali *sub-brand* yang dijalankan. Erajaya juga melebarkan sayapnya ke berbagai bidang industri lain dan tidak hanya berfokus pada retail barang telekomunikasi saja. Erajaya sendiri saat ini memiliki empat vertikal yang terbagi menjadi:

1) Erajaya Digital



Gambar 2. 2 Perusahaan di bawah Erajaya Digital

Erajaya Digital adalah salah satu pilar utama dari Grup Erajaya yang berfokus pada distribusi dan ritel produk elektronik konsumen. Perusahaan ini menyediakan berbagai kategori produk, mulai dari handset, laptop, komputer, hingga *voucher* dan produk-produk lain yang relevan dengan kebutuhan digital masyarakat modern. Erajaya Digital juga mengoperasikan berbagai konsep toko, termasuk konsep *multibrand* seperti Erafone, yang menawarkan beragam pilihan merek dalam satu lokasi, serta konsep *monobrand* seperti iBox, Samsung, dan Mi Store, yang menghadirkan pengalaman belanja eksklusif untuk merek tertentu. Dengan pendekatan ini, Erajaya Digital mampu menjangkau berbagai segmen pasar, dari *user* individu hingga pelanggan korporat.

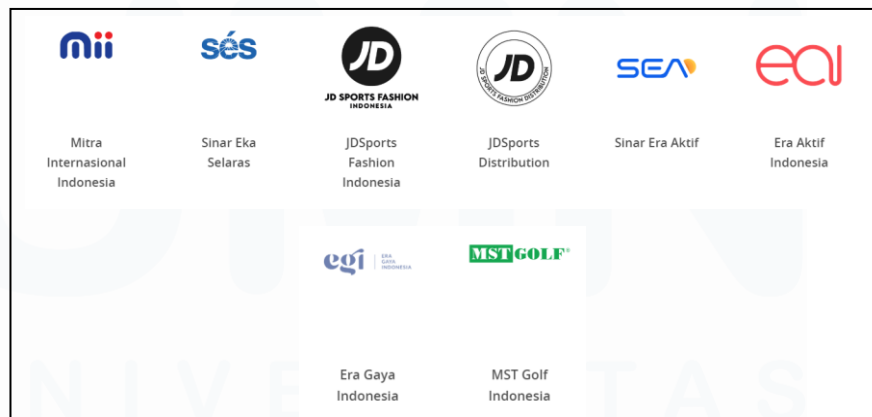
Selain berfokus pada penjualan produk, Erajaya Digital menyediakan ekosistem ritel yang terintegrasi melalui pengalaman belanja omnichannel. Pelanggan dapat dengan mudah mengakses produk dan layanan melalui *platform online* seperti situs web Eraspace dan aplikasi seluler, serta jaringan toko fisik yang tersebar di seluruh

Indonesia. Tidak hanya itu, Erajaya Digital juga menawarkan berbagai layanan pendukung, seperti asuransi perangkat, program pembiayaan, layanan perbaikan, dan produk IoT (*Internet of Things*), sehingga menciptakan solusi lengkap bagi pelanggan.

Dalam operasinya, Erajaya Digital didukung oleh kemitraan strategis dengan merek global terkemuka seperti Apple, Samsung, Xiaomi, Oppo, dan Huawei, memastikan ketersediaan produk berkualitas dan inovatif. Perusahaan juga aktif menjalankan kampanye pemasaran yang kreatif, seperti “Switch to iPhone” dan “Epic Combo Samsung Galaxy Series,” untuk menarik perhatian konsumen dengan promosi menarik. Selain itu, Erajaya Digital menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan melalui pengurangan limbah elektronik dan pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Dengan jaringan ritel yang luas, pendekatan *multibrand* dan *monobrand*, serta inovasi layanan dan kampanye pemasaran, Erajaya Digital terus memperkuat posisinya sebagai pemimpin di industri ritel elektronik di Indonesia dan kawasan sekitarnya.

2) Erajaya Active Lifestyle



Gambar 2. 3 Perusahaan di bawah Erajaya Active Lifestyle

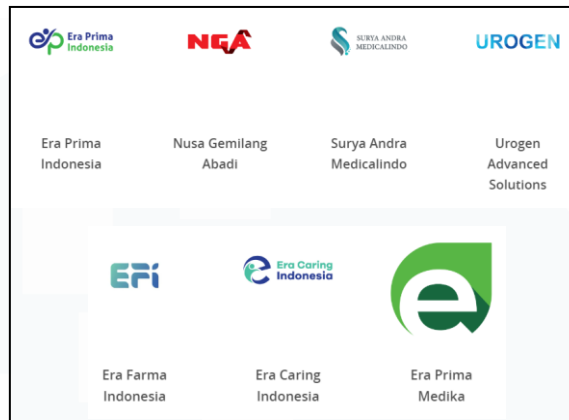
Vertikal ini berfokus pada penjualan produk yang berhubungan dengan gaya hidup, mencakup berbagai kategori seperti aksesoris, perangkat *Internet of Things* (IoT), pakaian olahraga, serta

perlengkapan untuk aktivitas outdoor. Diversifikasi produk ini termasuk *wearable technology* seperti jam tangan pintar dan *fitness trackers*, hingga perlengkapan mendaki dan bersepeda, yang dirancang untuk mendukung gaya hidup aktif. Toko dalam vertikal ini menghadirkan berbagai konsep, mulai dari *multibrand* seperti *Urban Republic* dan *JD Sports*, hingga *monobrand* seperti *Asics*, *DJI*, dan *Garmin*. Banyak toko juga menawarkan pengalaman belanja interaktif, seperti area uji coba produk, sehingga pelanggan dapat mencoba dan memahami produk sebelum membeli.

Untuk memperkuat daya tariknya, vertikal ini menjalin kemitraan strategis dengan merek premium global seperti *DJI*, *Garmin*, dan *Asics*, memastikan produk-produk berkualitas tinggi dan inovatif tersedia bagi konsumen. Tidak hanya itu, pengalaman belanja juga diintegrasikan melalui *platform online* seperti *Eraspace* dan aplikasi *Erajaya*, memberikan kemudahan dalam berbelanja. Selain itu, toko seperti *Urban Republic* dan *JD Sports* sering mengadakan acara komunitas, seperti peluncuran produk baru, *workshop* teknologi, atau *event* olahraga, untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Dengan fokus pada segmen premium dan *niche*, vertikal ini tidak hanya memenuhi kebutuhan gaya hidup modern tetapi juga mendukung inovasi berkelanjutan, seperti produk *IoT* hemat energi dan pakaian olahraga dari bahan daur ulang. Pendekatan ini memastikan bahwa *Erajaya* tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga menjadi pemimpin dalam teknologi dan gaya hidup yang relevan dengan tren masa kini.

3) Erajaya Beauty & Wellness



Gambar 2. 4 Perusahaan di bawah Erajaya Beauty & Wellness

Vertikal ini berfokus pada penjualan produk kecantikan, perawatan kesehatan, dan farmasi, mencakup bisnis ritel serta distribusi alat-alat kesehatan. Saat ini, Erajaya mengoperasikan toko The Face Shop yang menawarkan produk kecantikan berkualitas dari Korea Selatan, dan Wellings Pharmacy, apotek modern yang menyediakan produk farmasi, vitamin, dan suplemen kesehatan. Melalui Wellings Pharmacy, Erajaya memberikan akses kepada konsumen untuk mendapatkan kebutuhan kesehatan yang terjangkau dan terpercaya. Selain itu, vertikal Beauty & Wellness juga mencakup distribusi alat kesehatan yang bekerja sama dengan berbagai merek terkemuka, menyediakan produk seperti perangkat medis, alat diagnostik, hingga peralatan perawatan rumah yang inovatif.

Untuk memberikan pengalaman belanja yang optimal, vertikal ini mengadopsi pendekatan omnichannel, yaitu integrasi berbagai saluran belanja baik *online* maupun *offline*. Dengan sistem ini, pelanggan dapat melihat produk di *platform digital* seperti Eraspace, memesannya secara *online*, lalu mengambilnya di toko fisik, atau sebaliknya. Semua saluran ini saling terhubung untuk memastikan pengalaman belanja yang konsisten dan mulus. Komitmen Erajaya dalam menghadirkan produk unggulan dari berbagai merek terpercaya,

didukung oleh pendekatan omnichannel, menjadikan vertikal ini sebagai salah satu pilar penting dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin peduli terhadap kesehatan dan gaya hidup yang seimbang.

4) Erajaya *Food & Nourishment*



Gambar 2. 5 Perusahaan di bawah Erajaya Food & Nourishment

Vertikal *Food & Nourishment* berfokus pada bisnis makanan dan minuman dengan menawarkan berbagai konsep, mulai dari restoran, kafe, toko roti, hingga supermarket, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang beragam. Saat ini, Erajaya mengoperasikan restoran Jepang *Sushi Tei*, yang terkenal dengan hidangan autentik Jepang berkualitas tinggi, serta toko roti *Paris Baguette*, yang menghadirkan roti dan kue bergaya Eropa dengan cita rasa premium. Selain itu, vertikal ini juga mencakup supermarket *Grand Lucky*, yang menyediakan berbagai bahan makanan segar, kebutuhan sehari-hari, dan produk impor berkualitas.

Dengan pendekatan yang menggabungkan kualitas produk dan pengalaman pelanggan, vertikal ini dirancang untuk memberikan solusi komprehensif bagi kebutuhan kuliner pelanggan. Komitmen Erajaya dalam menghadirkan *brand* internasional terpercaya serta layanan yang terintegrasi menjadikan *Food & Nourishment* sebagai salah satu portofolio penting untuk memperluas jangkauan bisnis perusahaan di sektor gaya hidup dan kebutuhan konsumen.

PT Erajaya Swasembada Tbk memiliki lima *Corporate Core Values* yang menjadi dasar utama dalam operasional perusahaan, individu di Erajaya lebih mengenal hal ini dengan sebutan I-LEAD, yang terdiri dari *Innovation, Leadership, Excellent Customer Service, Agility, dan Digital*.

1. *Innovation* berarti setiap individu dalam perusahaan diharapkan memiliki pemikiran strategis yang mengarah pada inovasi berkelanjutan untuk masa depan.
2. *Leadership* berarti individu bisa menunjukkan kepemimpinan yang mampu membina dan mengembangkan tim secara efektif.
3. *Excellent Customer Service* berarti menekankan pentingnya menjadi mitra kerja yang bisa diandalkan, berorientasi pada kualitas, dan fokus pada pencapaian target.
4. *Agility* berarti menekankan pentingnya kreativitas dan kelincahan dalam menanggapi perubahan.
5. *Digital* berarti setiap karyawan diharapkan memiliki pengetahuan dan minat yang kuat dalam teknologi, mengingat industri Erajaya yang banyak berfokus pada sektor teknologi, sehingga memiliki sifat "*technology savvy*" menjadi hal yang sangat penting.

Kelima nilai ini membentuk fondasi kuat bagi seluruh karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya, serta mendukung tujuan jangka panjang perusahaan.

2.1.1 Visi Misi

Visi dari PT Erajaya Swasembada Tbk adalah *To provide mobility products and solutions to improve the quality of life and lifestyle.*

Visi ini menggambarkan tujuan jangka panjang perusahaan untuk menyediakan produk dan solusi mobilitas yang dapat membantu meningkatkan kualitas hidup dan gaya hidup pelanggan. Dengan fokus pada inovasi dalam bidang mobilitas, Erajaya bertujuan untuk menjadi penyedia utama yang tidak hanya memenuhi kebutuhan praktis

konsumen, tetapi juga mendukung perkembangan gaya hidup modern yang semakin terhubung dengan teknologi.

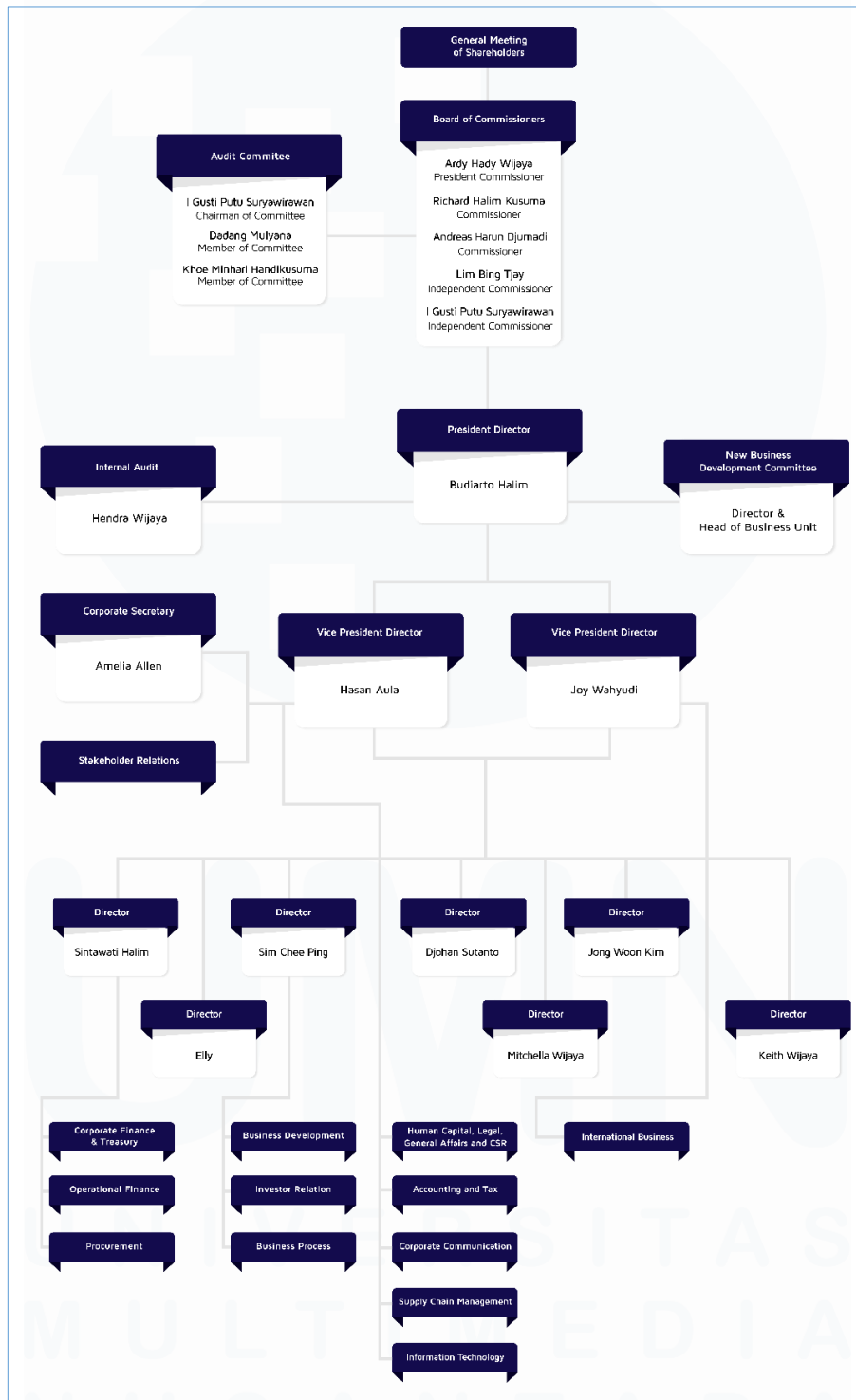
Misi dari PT Erajaya Swasembada Tbk adalah *Becoming a leading distribution and retail company with integrated direct access to consumers and retailers that offer a complete range of mobility products & solutions.*

Sedangkan untuk misi ini menunjukkan komitmen perusahaan untuk menjadi pemain utama dalam industri distribusi dan ritel. Erajaya ingin menjadi perusahaan yang menyediakan akses langsung yang terintegrasi bagi konsumen dan pengecer, yang memungkinkan mereka untuk memperoleh berbagai produk dan solusi mobilitas secara mudah dan efisien. Melalui penawaran produk yang lengkap dan layanan yang berbasis pada teknologi terbaru, Erajaya berupaya menciptakan ekosistem belanja yang memudahkan pelanggan dan memperkuat posisi perusahaan di pasar.



2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

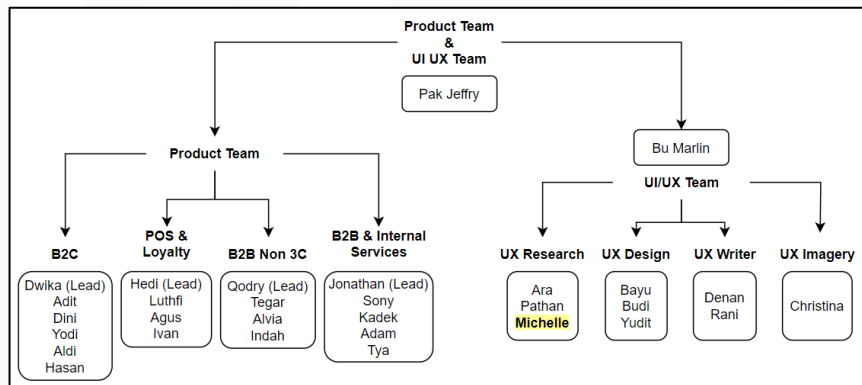
2.2.1. BOD (Board of Director)



Gambar 2. 6 Struktur Organisasi (Board of Director)

Gambar 2.6 di atas adalah struktur organisasi yang ada di Erajaya untuk bagian direksi. Saat ini *UX Researcher* berada pada divisi *Information Technology* tepatnya di tim *UX Research*.

2.2.2. *UX Research Team*



Gambar 2. 7 Struktur Tim Produk & UI/UX

Saat ini *UX Researcher* berada di Tim Produk dan UI/UX, lebih tepatnya di tim *UX Research*. Tim ini bertugas untuk menganalisis *traffic* unit bisnis Erajaya, seperti *website* iBox, JD Sport, UR (Urban Republic), Eraspac dan berbagai *brand* lainnya. Hasil analisis yang ditemukan oleh tim *UX Research* ini kemudian akan digunakan untuk menemukan kekurangan yang ada pada *website* dan memperbaikinya sehingga *website-website* dan aplikasi yang dimiliki Erajaya akan menjadi lebih optimal seiring berjalannya waktu.