

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Sumber Digital Media merupakan perusahaan manufaktur elektronik yang berdiri pada tahun 2005 dan berfokus terhadap pengembangan serta produksi berbagai perangkat peralatan rumah tangga, peralatan listrik, dan elektronik. Sejak awal berdirinya, fondasi utama bisnis perusahaan ini berfokus dalam memproduksi produk seperti Set Top Box, antena TV, *home speaker*, digital TV, dan smart TV. Selama lebih dari lima belas tahun beroperasi, PT Sumber Digital Media berhasil membangun reputasi sebagai salah satu produsen perangkat elektronik yang unggul di Indonesia.



PT. SUMBER DIGITAL MEDIA

Gambar 2.1 Logo PT Sumber Digital Media
Sumber : Aset Perusahaan

Perusahaan ini menaungi dua merek utama, yaitu Tanaka dan Roomi Indonesia. Tanaka diperkenalkan pada tahun 2008 dengan fokus pada produk peralatan rumah tangga seperti Set Top Box, Digital TV, Satellite Dish, dan Antenna Booster. Produk-produk tanaka menjadi salah satu yang paling dikenal oleh masyarakat Indonesia dan membantu program pemerintah dalam digitalisasi siaran televisi nasional. Roomi Indonesia mulai dikembangkan pada tahun 2021 dengan menghadirkan produk seperti *portable speaker*, *partybox*, *soundbar*, *wireless earbuds*, hingga perangkat kecantikan seperti *hair dryer*. Roomi berorientasi pada

gaya hidup yang modern dan teknologi *portable* sehingga menjangkau bisnisnya pada segmen pasar muda dengan menghadirkan produk dengan nilai estetika dan pengalaman pengguna yang sesuai dengan gaya hidup modern.



*Gambar 2.2 Pabrik PT Sumber Digital Media
Sumber : Aset Perusahaan*

Dalam kegiatan produksinya, PT Sumber Digital Media memiliki fasilitas pabrik dengan luas 11.200 meter persegi di Tangerang dengan kapasitas produksi 10.000 unit Set Top Box per hari dan 1.000 unit Smart TV per hari.

Our Production facility is ISO Certificated:

SNI ISO 9001 : 2015
ISO 45001 : 2018
ISO 14001 : 2015

And all our product have complied to KOMINFO Certification Requirements:

SNI 04-6253-2003
TKDN
POSTEL



Gambar 2.3 Sertifikat ISO, SNI, TKDN, dan POSTEL
Sumber : Aset Perusahaan

Seluruh fasilitas tersebut telah memenuhi standar internasional melalui sertifikasi ISO dan juga telah sesuai dengan regulasi nasional seperti SNI, TKDN, dan KOMINFO sesuai pada gambar 1.3. Hingga saat ini, PT Sumber Digital Media memiliki 11 kantor cabang, 13 pusat *service center*, serta lebih dari 2.000 distributor dan *dealer* aktif yang tersebar di berbagai wilayah indonesia.



Gambar 2.4 Partnership PT. Sumber Digital Media
Sumber : Aset Perusahaan

Melalui sisi pemasaran, PT Sumber Digital Media menerapkan strategi yang berbeda untuk antar merek. Produk Tanaka dipasarkan melalui jaringan distributor

nasional, toko elektronik, serta platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan TikTok shop. Pendekatan ini terfokus pada ketersediaan produk dan juga kemudahan akses bagi konsumen di berbagai daerah.

Sementara itu Roomi Indonesia dipasarkan dengan pendekatan yang lebih modern yaitu *omnichannel*. *Omnichannel* sendiri merupakan strategi pemasaran dan penjualan yang menggunakan semua saluran yang tersedia, baik itu *offline* maupun *online*. Roomi memiliki toko fisik yaitu Roomi Store yang berfungsi sebagai *experience store* untuk memperkenalkan secara langsung terhadap konsumen. Pemasaran lainnya yang dirancang oleh Roomi yaitu berfokus terhadap digital *branding* dan komunitas. Sehingga promosi produk dilakukan melalui media sosial, konten kreatif, serta kolaborasi dengan komunitas lokal yang relevan dengan gaya hidup anak muda. Pendekatan ini membuat Roomi tidak hanya dikenal sebagai produsen perangkat audio, melainkan juga sebagai merek dengan *lifestyle brand* yang aktif dalam membangun hubungan emosional dengan penggunanya.

Secara keseluruhan model bisnis PT Sumber Digital Media dapat dijelaskan melalui kerangka Business Model Canvas (BMC) sebagai berikut :

Tabel 2.1 Analisis Business Model Canvas (BMC)

No.	Komponen	Deskripsi
1.	<i>Key Partners</i>	Lippo Group, Mayapada Group, Distributor Nasional, <i>e-commerce platform</i> (Shopee, Tokopedia, TikTok Shop), mitra retail elektronik, dan <i>digital partnership</i> (komunitas)
2.	<i>Key Activities</i>	Produksi dan perakitan perangkat elektronik, pengembangan produk baru, pemasaran dan penjualan, promosi digital, distribusi nasional, dan pengelolaan dua merek (Tanaka & Roomi)

3.	<i>Value Proposition</i>	Menyediakan produk elektronik berkualitas tinggi dengan teknologi terkini, desain modern, harga lebih terjangkau, serta layanan purna jual yang mudah di akses.
4.	<i>Customer Relationship</i>	Menjalin hubungan jangka panjang melalui layanan garansi, pusat layanan nasional, dan interaksi digital melalui media sosial.
5.	<i>Customer Segments</i>	Rumah tangga, pengguna individu, komunitas, pelanggan muda.
6.	<i>Key Resources</i>	Pabrik bersertifikasi ISO, jaringan distribusi nasional, Tim riset dan pengembangan, divisi <i>online</i> dan <i>offline sales</i> , dan divisi marketing (kreatif digital) untuk pengelolaan merek.
7.	<i>Channels</i>	Toko elektronik, <i>marketplace</i> , distributor resmi, <i>offline store</i> , dan kanal media sosial.
8.	<i>Cost Structure</i>	Biaya produksi, logistik, riset dan pengembangan, promosi digital, serta pemeliharaan seluruh fasilitas.
9.	<i>Revenue Streams</i>	Penjualan produk elektronik secara offline dan online, dan kerja sama distribusi nasional.

Jika ditinjau dari aspek Analisis SWOT, kondisi perusahaan dapat digambarkan sebagai berikut :

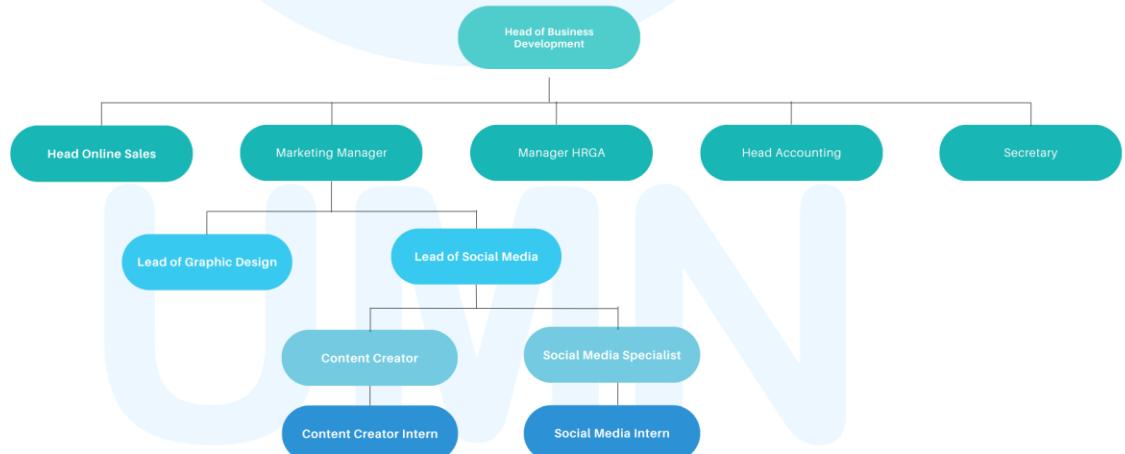
Tabel 2.2 Analisis SWOT

No.	Aspek	Analisis
1.	<i>Strengths</i> (Kekuatan)	Pengalaman lebih dari 15 tahun di industri elektronik, fasilitas produksi bersertifikat ISO, jaringan distribusi nasional yang luas, serta memiliki dua merek kuat (Tanaka & Roomi)

2.	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	Persaingan harga dengan merek global, kebutuhan inovasi berkelanjutan, dan ketergantungan terhadap tren pasar tertentu.
3.	<i>Oppurtunities</i> (Peluang)	Pertumbuhan gaya hidup digital, perkembangan teknologi audio portabel, peningkatan belanja konsumen di e-commerce, dan potensi ekspansi Roomi Store.
4.	<i>Threats</i> (Ancaman)	Perubahan tren konsumen yang cepat, munculnya merek baru dengan teknologi serupa atau bahkan lebih, fluktasi harga, serta tekanan pasar global.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Berikut adalah struktur organisasi PT Sumber Digital Media



Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT. Sumber Digital Media
Sumber : Aset Perusahaan