

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Arçelik Hitachi Home Appliances Sales Indonesia adalah perusahaan yang fokus pada penjualan dan distribusi produk alat rumah tangga di Indonesia. Perusahaan ini adalah hasil kolaborasi global antara Arçelik A.Ş. dari Turki dan Hitachi Global Life Solutions, Inc. dari Jepang, yang secara resmi mendirikan perusahaan patungan bernama Arçelik Hitachi Home Appliances B.V. pada tahun 2021 [14], [15]. Kolaborasi strategis ini bertujuan untuk mengintegrasikan kekuatan teknologi, inovasi, serta jaringan distribusi dari kedua perusahaan untuk memperluas pangsa pasar peralatan rumah tangga di berbagai negara, termasuk wilayah Asia Pasifik [16]. Lewat kerja sama itu, perusahaan berusaha meluncurkan barang-barang rumah tangga berkualitas tinggi yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen modern dengan menekankan efisiensi, kenyamanan, dan teknologi yang ramah lingkungan [16]. Kolaborasi antara kedua perusahaan tersebut ditunjukkan melalui logo perusahaan yang terlihat pada Gambar 2.1.

The image shows the Arçelik logo, which consists of the word "Arçelik" in a bold, red, sans-serif font. The letter "ç" is stylized with a dot above it. The logo is centered and appears to be part of a larger graphic that includes a faint background watermark of a person's silhouette.The image shows the Hitachi Home Appliances logo, which consists of the word "HITACHI" in a bold, black, sans-serif font, with "Home Appliances" in a smaller, black, sans-serif font below it. The logo is centered and appears to be part of a larger graphic that includes a faint background watermark of a person's silhouette.

Gambar 2.1 Logo Perusahaan

Sumber: [17]

Berdasarkan Gambar 2.1, logo perusahaan menunjukkan pengintegrasian identitas dua perusahaan internasional, yaitu Arçelik dan Hitachi. Penempatan kedua merek dalam satu identitas visual menunjukkan sinergi antara keunggulan

teknologi dan inovasi Arçelik serta reputasi kualitas dan keandalan produk Hitachi. Logo ini juga mencerminkan dedikasi perusahaan dalam menawarkan beragam solusi perangkat rumah tangga yang kontemporer dan fokus pada kebutuhan konsumen. Di Indonesia, PT Arçelik Hitachi Home Appliances Sales Indonesia berfungsi sebagai entitas yang mengurus kegiatan pemasaran, distribusi, dan pengembangan pasar untuk berbagai produk peralatan rumah tangga dari merek Hitachi. Perusahaan ini menawarkan berbagai produk seperti *refrigerator*, *washing machine*, *chest freezer*, *water dispenser*, *water pump*, *air purifier*, *vacuum cleaner*, *rice cooker*, serta *microwave oven* yang dibuat untuk meningkatkan kualitas hidup pelanggan [18]. Dengan memanfaatkan reputasi teknologi Jepang yang terkenal akan daya tahan dan kualitas produknya, perusahaan berusaha menyediakan solusi rumah tangga yang inovatif dan dapat diandalkan untuk masyarakat Indonesia [19]. Selain itu, perusahaan juga berupaya memperkuat jaringan distribusi serta layanan purna jual untuk memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan di berbagai daerah.

Sebagai bagian dari jaringan internasional, kegiatan operasional PT Arçelik Hitachi Home Appliances Sales Indonesia juga didorong oleh strategi bisnis yang fokus pada inovasi teknologi, mutu produk, dan pelayanan pelanggan yang berfokus pada kepuasan konsumen. Perusahaan secara terus-menerus menciptakan berbagai produk menggunakan teknologi terkini guna memenuhi kebutuhan rumah tangga modern yang semakin meningkat [20]. Di samping itu, perusahaan berusaha untuk mengimplementasikan sistem manajemen yang efektif serta memanfaatkan teknologi digital dalam mendukung proses operasional, marketing, hingga pengelolaan data konsumen [20].

Dengan dukungan dari dua perusahaan internasional terkemuka di sektor elektronik dan peralatan rumah tangga, PT. Arçelik Hitachi Home Appliances Sales Indonesia terus berupaya meningkatkan pangsa pasar di Indonesia dan memperkuat daya saingnya dalam industri peralatan rumah tangga. Dengan menggabungkan inovasi teknologi, produk berkualitas tinggi, dan komitmen pada layanan pelanggan, perusahaan ini berkontribusi dalam menawarkan solusi peralatan rumah tangga yang modern dan andal untuk masyarakat Indonesia.

2.1.1 Visi & Misi

Sebagai acuan strategis dalam melaksanakan kegiatan operasional dan memberikan pelayanan optimal kepada masyarakat serta mitra bisnis, baik di tingkat nasional maupun internasional, Hitachi merumuskan visi dan misi perusahaan yang menjadi dasar utama dalam setiap keputusan dan pengembangan usaha. Visi dan misi itu tidak hanya berperan sebagai panduan jangka panjang perusahaan, tetapi juga sebagai acuan bagi setiap karyawan dalam melaksanakan tanggung jawab profesionalnya. Dengan visi dan misi yang terdefinisi dengan baik, perusahaan dapat menjamin bahwa setiap kegiatan bisnis yang dilakukan selalu sejalan dengan nilai-nilai perusahaan serta sasaran strategis yang ingin diraih di masa depan. Gambar 2.2 menunjukkan visi Perusahaan yaitu *“Hitachi delivers innovations that answer society’s challenges. With our talented team and proven experience in global markets, we can inspire the world.”* Visi tersebut menegaskan komitmen perusahaan untuk menghadirkan inovasi yang mampu menjawab berbagai tantangan yang dihadapi masyarakat melalui pemanfaatan teknologi, sumber daya manusia yang kompeten, serta pengalaman yang dimiliki di pasar global.



Gambar 2.2 Visi Perusahaan

Sumber: [21]

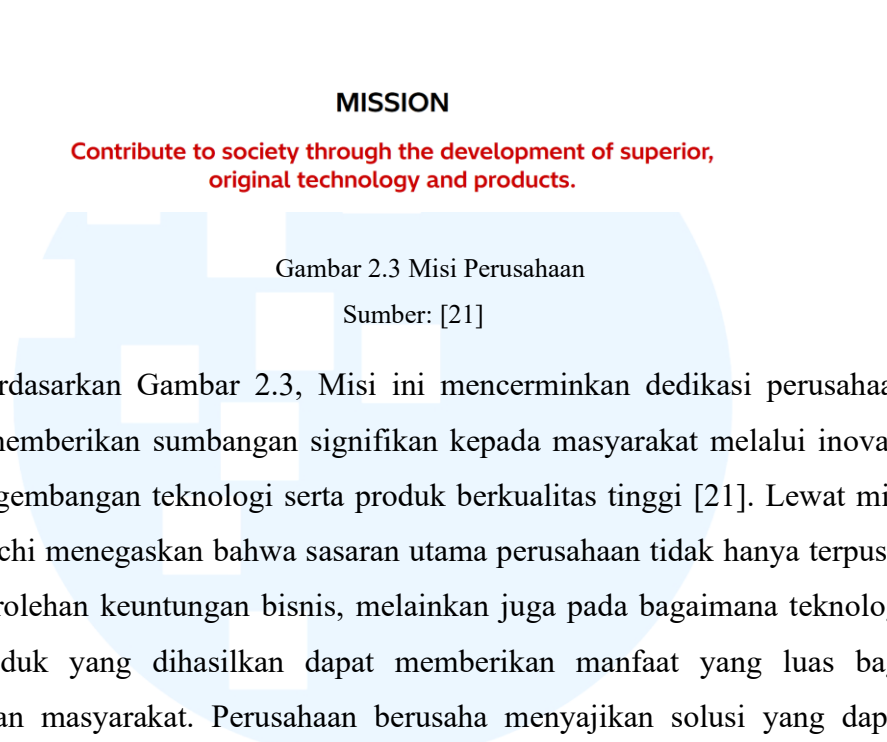
Berdasarkan Gambar 2.2, Visi ini mencerminkan tekad perusahaan untuk menghadirkan inovasi yang tidak hanya terfokus pada pengembangan produk saja, tetapi juga pada solusi konkret untuk berbagai tantangan yang dihadapi masyarakat modern [21]. Dengan visi ini, Hitachi menegaskan bahwa teknologi dan inovasi yang diciptakan perusahaan perlu memberikan keuntungan yang lebih besar, baik dalam memperbaiki kualitas hidup manusia, mendukung

efisiensi dalam kegiatan sehari-hari, maupun berkontribusi pada terciptanya lingkungan yang lebih berkelanjutan [21]. Oleh karena itu, setiap produk, layanan, dan teknologi yang diciptakan tidak hanya berfungsi untuk memenuhi permintaan pasar, tetapi juga memberikan dampak positif bagi kemajuan masyarakat secara keseluruhan [21].

Pandangan ini juga menggambarkan kepercayaan perusahaan terhadap potensi sumber daya manusia yang dimiliki, di mana tim yang andal, profesional, dan berpengalaman menjadi elemen kunci dalam menghasilkan berbagai inovasi yang memberikan dampak signifikan [21]. Hitachi percaya bahwa sinergi antara keterampilan teknis, inovasi, dan pengalaman internasional adalah kunci utama dalam menciptakan solusi yang sesuai dengan perubahan zaman. Dengan memanfaatkan pengalaman dari berbagai pasar internasional, perusahaan dapat memahami kebutuhan konsumen di berbagai negara dan mengembangkan teknologi yang dapat digunakan secara luas dalam berbagai konteks industri maupun kehidupan sehari-hari [21].

Di samping itu, visi ini juga mencerminkan bahwa Hitachi berusaha menjadi perusahaan yang dapat menginspirasi dunia melalui teknologi dan inovasi yang diciptakan. Inspirasi tersebut tidak hanya terlihat dari inovasi teknologi yang dihasilkan, tetapi juga dari cara perusahaan menjalankan bisnisnya dengan mengutamakan nilai keberlanjutan, tanggung jawab sosial, serta komitmen untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat [21]. Prinsip ini selanjutnya menjadi dasar bagi berbagai unit bisnis perusahaan global, termasuk operasional PT Arçelik Hitachi Home Appliances Sales Indonesia, dalam menyajikan produk-produk peralatan rumah tangga yang inovatif, efisien, serta dapat memberikan solusi praktis untuk kebutuhan rumah tangga masa kini. Salah satu landasan utama yang menjadi pedoman operasional perusahaan adalah misi perusahaan. Gambar 2.3 menunjukkan misi Perusahaan yaitu *"Contribute to society through the development of superior, original technology and products."* Misi tersebut menegaskan komitmen perusahaan untuk memberikan kontribusi

nyata kepada masyarakat melalui pengembangan teknologi dan produk yang unggul serta inovatif.



Gambar 2.3 Misi Perusahaan

Sumber: [21]

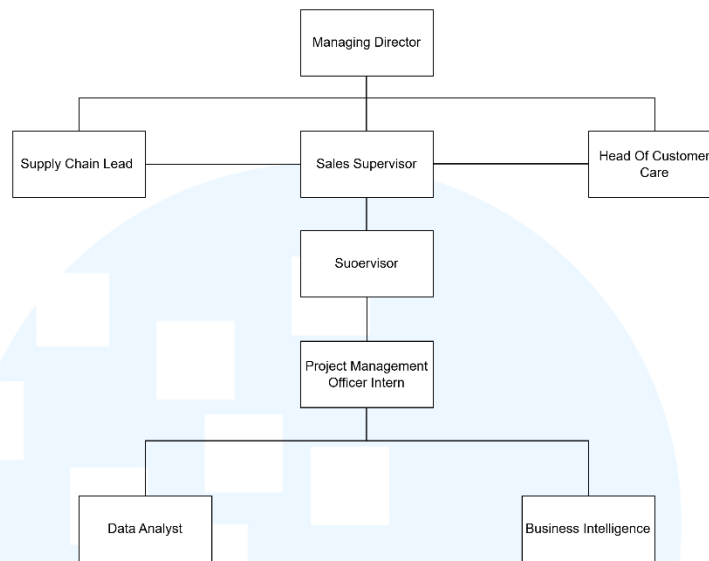
Berdasarkan Gambar 2.3, Misi ini mencerminkan dedikasi perusahaan dalam memberikan sumbangan signifikan kepada masyarakat melalui inovasi dan pengembangan teknologi serta produk berkualitas tinggi [21]. Lewat misi ini, Hitachi menegaskan bahwa sasaran utama perusahaan tidak hanya terpusat pada perolehan keuntungan bisnis, melainkan juga pada bagaimana teknologi dan produk yang dihasilkan dapat memberikan manfaat yang luas bagi kehidupan masyarakat. Perusahaan berusaha menyajikan solusi yang dapat meningkatkan kualitas hidup, mendukung aktivitas manusia agar lebih efisien, serta membantu memenuhi berbagai kebutuhan yang terus berubah seiring kemajuan zaman [21].

Istilah *superior* dalam misi itu menekankan bahwa setiap teknologi dan produk yang dihasilkan harus memenuhi standar kualitas tinggi dan mampu bersaing di kancah global [21]. Ini menunjukkan bahwa perusahaan berkomitmen untuk senantiasa mempertahankan kualitas, keandalan, dan performa setiap produk yang dihasilkan. Frasa “teknologi dan produk asli” menekankan signifikansi inovasi yang autentik dan berlandaskan *research and development* [21]. Perusahaan tidak hanya mengikuti perkembangan pasar, tetapi juga berupaya menciptakan inovasi teknologi yang menawarkan nilai tambah serta keunggulan khas dibandingkan dengan produk lain di sektor yang serupa [21].

Selain itu, misi ini juga menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya. Dengan meningkatkan teknologi yang berkualitas dan inovatif, perusahaan berusaha menghasilkan dampak positif berkelanjutan bagi masyarakat, baik dalam aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Prinsip ini selanjutnya menjadi dasar bagi berbagai unit bisnis perusahaan di seluruh dunia, termasuk dalam operasional PT Arçelik Hitachi Home Appliances Sales Indonesia, untuk terus menyediakan produk peralatan rumah tangga yang inovatif, efisien, dan dapat memberikan solusi praktis bagi kebutuhan masyarakat modern [21]. Dengan demikian, misi ini mencerminkan dedikasi perusahaan untuk terus berinovasi, mempertahankan kualitas, serta menyuguhkan nilai tambah yang berkelanjutan bagi masyarakat melalui teknologi dan produk yang diciptakan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi di PT. Arçelik Hitachi Home Appliances Sales Indonesia dibentuk sebagai dasar utama untuk membangun alur kerja yang dinamis, kolaboratif, dan berfokus pada hasil lewat pembagian fungsi yang tegas. Sebagaimana yang dapat dilihat pada Gambar 2.4, dalam struktur organisasi ini, Divisi *Sales* menduduki posisi tertinggi yang memberikan panduan strategis kepada divisi operasional di bawahnya untuk mencapai sasaran bisnis perusahaan. Dalam naungan itu, peran saya sebagai *Project Management Officer* berfungsi sebagai pusat pengendalian manajemen proyek yang sejajar secara horizontal dengan divisi *Supply Chain* untuk aspek logistik dan divisi *Customer Care* untuk pengelolaan layanan pelanggan. Hubungan horizontal ini memiliki peranan penting dalam mendukung komunikasi yang efektif, mengurangi risiko, serta menyelaraskan pelaksanaan proyek dari awal hingga akhir secara efisien.



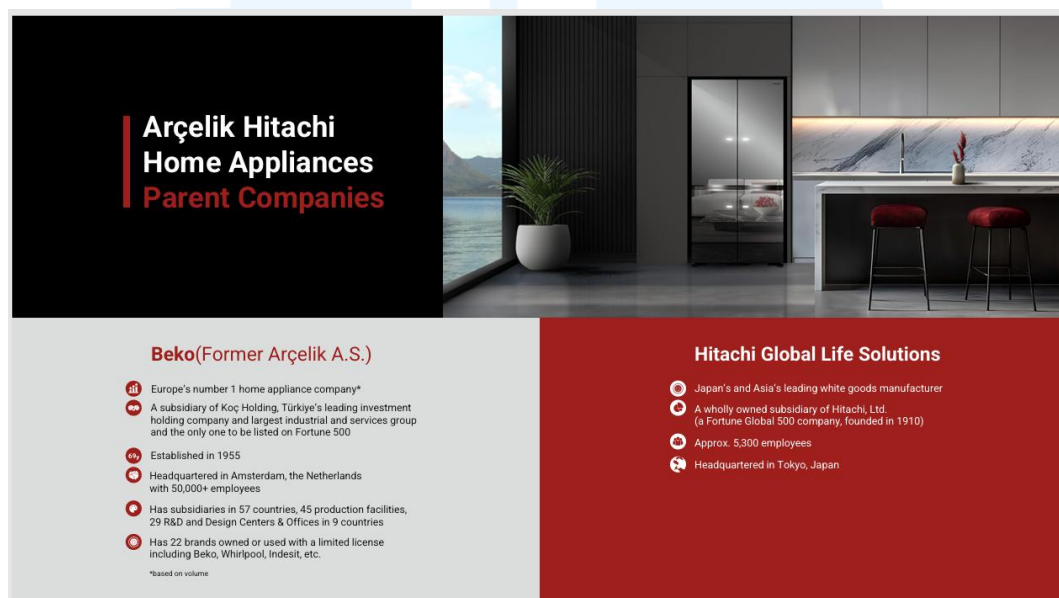
Gambar 2.4 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: [22]

Untuk mendukung kelancaran setiap proyek dan memastikan pengambilan keputusan yang berbasis data, divisi *Project Management Officer* yang dapat dilihat pada Gambar 2.4 secara langsung mengawasi dua fungsi analisis di bawahnya. Fungsi pertama adalah Analisis Data yang bertugas memproses dan menyajikan data operasional proyek sehingga menjadi informasi yang siap pakai secara taktis. Fungsi kedua ialah *Business Intelligence* yang berperan untuk mengonversi data tersebut menjadi wawasan strategis dan tren bisnis demi mendukung efisiensi berkelanjutan. Dengan adanya struktur terintegrasi ini, *Project Management Officer Intern* di PT. Arcelik Hitachi Home Appliances Sales Indonesia tidak hanya sekadar memantau proyek, tetapi juga secara aktif mendorong sinergi antardivisi berkat dukungan dari kapabilitas analisis data yang solid.

2.3 Portofolio Perusahaan

PT Arçelik Hitachi Home Appliances merupakan perusahaan global yang berorientasi pada pembuatan, penyebaran, dan layanan purna jual untuk barang-barang elektronik rumah. Perusahaan ini dibentuk pada 1 Juli 2021 melalui kerja sama strategis antara Beko yang sebelumnya bernama Arçelik A.Ş. dan Hitachi

Global Life Solutions, Inc. Dalam komposisi kepemilikannya, Beko memiliki sekitar 60% saham, sementara Hitachi Global Life Solutions menguasai 40% saham [23]. Kolaborasi ini menggabungkan keunggulan teknologi Jepang dari Hitachi dengan pengalaman produksi serta jaringan distribusi internasional yang dimiliki Beko [23]. Melalui kolaborasi ini, Arçelik Hitachi Home Appliances bermaksud untuk menawarkan berbagai solusi elektronik rumah tangga yang inovatif, berkualitas tinggi, dan mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara global, khususnya di pasar internasional di luar Jepang [23].



Gambar 2.5 Portofolio Perusahaan
Sumber: [23]

Sebagai perusahaan yang telah beroperasi lebih dari lima puluh tahun di sektor peralatan rumah tangga, Arçelik Hitachi Home Appliances terus berinovasi dengan memanfaatkan jaringan bisnis yang ekstensif serta dukungan dari kedua perusahaan induknya. Beko adalah salah satu pabrikan peralatan rumah tangga terkemuka di Eropa dan merupakan bagian dari Koç Holding, salah satu konglomerat terbesar di Turki yang juga terdaftar di Fortune 500 yang dapat terlihat pada Gambar 2.5 [23]. Di sisi lain, Hitachi Global Life Solutions adalah afiliasi dari Hitachi Ltd., sebuah perusahaan teknologi global yang berasal dari Jepang dan telah berdiri sejak 1910, yang dikenal secara luas sebagai salah satu raksasa teknologi

terbesar di dunia. Dengan dukungan dari kedua perusahaan induk tersebut, Arçelik Hitachi Home Appliances mampu menciptakan inovasi teknologi, memperluas jaringan distribusi, dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan [23].

Dalam kegiatan usahanya, perusahaan ini memiliki jaringan bisnis yang ekstensif dengan ribuan karyawan serta penyebaran produk ke lebih dari 65 negara di seluruh dunia. Kantor penjualan dan operasional perusahaan berada di berbagai lokasi di Asia, termasuk Indonesia, Thailand, Malaysia, Vietnam, Singapura, Hong Kong, Taiwan, dan Shanghai. Selain itu, perusahaan juga memiliki beragam fasilitas produksi yang mendukung proses pembuatan produk elektronik rumah tangga [23]. Adanya jaringan internasional ini memungkinkan perusahaan menjangkau pasar global lebih luas dan memberikan layanan optimal kepada pelanggan di berbagai negara [23].

Arçelik Hitachi Home Appliances memproduksi berbagai jenis produk elektronik rumah tangga yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pengguna zaman sekarang. Produk-produk utama yang dihasilkan oleh perusahaan mencakup *refrigerator, washing machine, washer dryer, vacuum cleaner, microwave, dishwasher, chest freezer, water dispenser, rice cooker, dan water pump* [23]. Barang-barang tersebut dibuat dengan fokus pada efisiensi energi, kemudahan dalam penggunaan, serta teknologi canggih yang dapat memberikan kenyamanan kepada pengguna [23]. Selain itu, perusahaan terus mengembangkan teknologi yang fokus pada kebutuhan konsumen, seperti teknologi Vacuum Compartment untuk menjaga kesegaran makanan lebih lama, *Green LED Technology* yang meningkatkan visibilitas saat pembersihan, *Steam & Wear* yang menyegarkan pakaian tanpa perlu disetrika, serta *Autodosing System* yang menyesuaikan penggunaan deterjen secara otomatis sesuai jumlah cucian [23].

Selain menitikberatkan pada inovasi produk, Arçelik Hitachi Home Appliances juga menunjukkan komitmen yang teguh terhadap prinsip keberlanjutan dalam menjalankan operasional bisnisnya. Perusahaan menggunakan konsep “Planet, Manusia, Bisnis” sebagai landasan strategi keberlanjutan mereka. Dengan

konsep itu, perusahaan berusaha untuk memelihara keseimbangan antara pertumbuhan usaha, pelestarian lingkungan, serta tanggung jawab sosial kepada masyarakat. Beberapa aspek penting dari strategi keberlanjutan perusahaan mencakup pengelolaan limbah industri, pengelolaan sumber daya air, pemanfaatan energi ramah lingkungan, dukungan untuk komunitas lokal, serta implementasi transformasi digital dan inovasi teknologi [23]. Perusahaan menetapkan beragam target keberlanjutan hingga tahun 2030, termasuk meningkatkan tingkat pemulihan limbah produksi hingga 99%, meningkatkan penggunaan air daur ulang mencapai 70%, menggunakan 100% energi terbarukan di fasilitas produksinya, serta meningkatkan penggunaan plastik daur ulang dalam produk hingga 40% [23]. Di samping itu, perusahaan juga menargetkan pencapaian emisi nol bersih di seluruh rantai nilai pada tahun 2050 [23].

Komitmen perusahaan terhadap inovasi dan kualitas produk juga terlihat dari sejumlah penghargaan internasional yang telah diperoleh. Arçelik Hitachi Home Appliances telah meraih banyak penghargaan prestisius dalam desain produk seperti *Red Dot Design Award*, *iF Design Award*, dan *Good Design Award* untuk sejumlah produk terbaiknya seperti penyedot debu, kulkas, mesin cuci, dan pembersih udara. Perusahaan juga telah mendapatkan berbagai sertifikasi standar internasional seperti ISO 9001:2015 untuk manajemen mutu, ISO 14001:2015 untuk manajemen lingkungan, dan ISO 50001:2018 untuk manajemen energi. Sertifikasi dan penghargaan tersebut mencerminkan komitmen perusahaan dalam mempertahankan kualitas produk, efisiensi operasional, serta kelestarian lingkungan di setiap proses bisnis yang dilakukan [23].

Secara umum, Arçelik Hitachi Home Appliances adalah perusahaan internasional yang memadukan keunggulan teknologi, inovasi, dan jaringan distribusi global untuk menyajikan beragam produk elektronik rumah tangga berkualitas tinggi. Berbekal dukungan dari dua perusahaan induk global dan dedikasi terhadap inovasi serta keberlanjutan, perusahaan ini senantiasa berusaha menjadi mitra solusi gaya hidup kontemporer bagi masyarakat di berbagai negara [23]. Dengan kemajuan teknologi, peningkatan mutu produk, dan penerapan praktik

bisnis yang berkelanjutan, Arçelik Hitachi Home Appliances diharapkan dapat terus memberikan dampak positif bagi industri peralatan rumah tangga dan meningkatkan kualitas hidup konsumen di seluruh dunia [23].



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA