

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

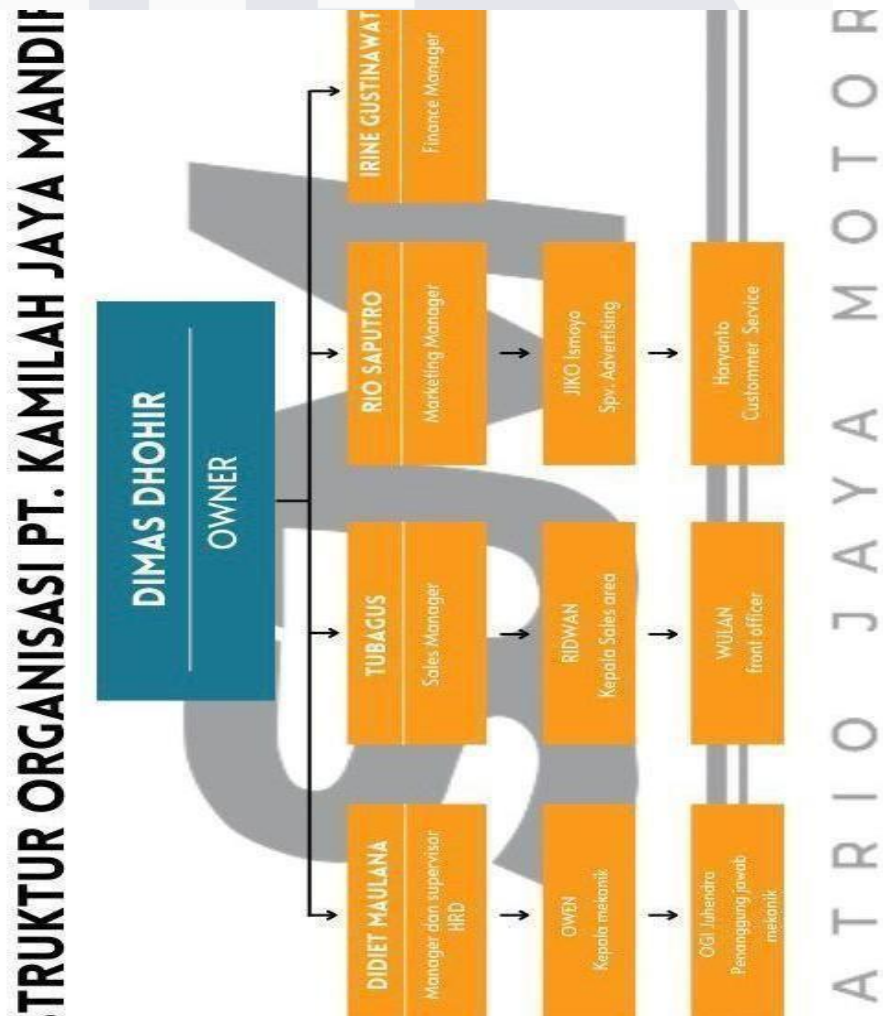
#### **2.1 Tentang Perusahaan**

Pada perusahaan PT Kamilah Jaya Mandiri merupakan perusahaan yang bergerak pada bisnis Automotive yang dimana bisnis utama dari perusahaan ini adalah jual mobil bekas. Namun selain jual beli mobil bekas pada perusahaan ini terdapat bisnis lainnya, Seperti bengkel mesin mobil, bengkel repair dan cat mobil, poles mobil serta cucian mobil. Lama perusahaan ini berdiri dimulai dari tahun 2008 yang dimana dulu diawali dari berjualan motor bekas hingga lambat laun menjual mobil bekas. Pada awal berdirinya perusahaan ini dimulai dari bisnis sampingan dimana owner dari perusahaan PT Kamilah Jaya Mandiri yakni bapak Dimas dulu bekerja di bidang obat yakni PT Kalbe Farma. Namun semakin berkembangnya usaha pada tahun 2012 akhirnya perusahaan ini pun mampu menyewa tempat yang awalnya hanya 3-4 unit mobil hingga bisa 5-10 unit mobil.

Seiring berjalannya waktu akhirnya pada tahun 2020 PT Kamilah Jaya Mandiri memiliki tempat sendiri dimana awal pembuatan tempat ini berkonsep "One Stop Service" Dimana memberi kemudahan bagi para konsumen dengan menyediakan tempat jual mobil bekas serta bengkel mobil hingga poles dan cuci mobil berada di satu tempat yang sama. Hal ini sebagai terobosan baru di dunia automotive dimana dalam satu tempat terdapat banyak sekali layanan yang dibutuhkan terutama di bidang automotive. Sekarang showroom yang bernama Satrio Jaya Motor ini mampu menampung lebih dari 20 unit mobil. Namun namanya bisnis tidak luput dari cerita jatuh bangun mendirikan perusahaan terlebih usaha ini sendiri di rintis dari nol yang awal pegawai hanya 2 orang hingga sekarang terdapat 20 lebih karyawan. Awal jatuh perusahaan ini dikarenakan karyawan yang tidak loyal terhadap perusahaan sehingga banyak dari karyawan itu menipu dan mencoba bisnis yang sama dengan mencuri data-data perusahaan. Hal ini menjadi salah satu dari ratusan faktor perusahaan ini

mengalami jatuh bangun dalam mengembangkan perusahaan. Sekarang PT Kamilah Jaya Mandiri memiliki 2 cabang showroom yang ada di Tangerang.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Perusahaan

Source : Perusahaan PT Kamilah Jaya Mandiri

## 2.3 Visi Dan Misi Perusahaan

### VISI

Mengjadi Perusahaan terbaik di Indonesia serta terus selalu berinovasi

### MISI

Memberi Pelayanan serta produk terbaik bagi para konsumen di bidang  
automotive

Visi dan Misi dari perusahaan ini di ambil dari segala aspek di bidang bisnis dimana dalam Visi perusahaan ingin sekali menjadi perusahaan yang mampu memberikan yang terbaik dari niat mengembangkan perusahaan agar mampu bersaing dan terus memiliki ide yang baru dan menjadi sesuatu yang bermanfaat. Hal yang sama juga di tegaskan pada misi perusahaan ini dimana PT Kamilah Jaya Mandiri ini ingin mengedepankan pelayanan serta produk yang mampu bersaing serta menjadi yang terbaik di bidangnya se Indonesia. Hal ini yang menjadikan acuan perusahaan hingga saat ini berdiri kokoh di kala ketidakpastian ekonomi yang terjadi.

## **2.4 Tagline Perusahaan**

***“ WE CARE YOUR CAR”***

Tagline perusahaan di ambil dari segi bisnis perusahaan yang bergerak di bidang automotif terutama pada sektor mobil yang menjadikan tagline ini nyawa perusahaan dan penyemangat dalam selalu menjaga pelayanan serta produk kami agar bisa memuaskan para konsumen perusahaan.

## **2.5 Kajian Teori**

### **2.5.1 Strategi Business Development**

#### **2.5.1.1 Definisi Strategi**

Strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategos* serta *strategia*, Yang bermakna pengetahuan dan seni mengenai sumber-

sumber yang tersedia untuk suatu perusahaan dalam mencapai tujuan-tujuan tertentu yg diinginkan (Chandradhy pada Zulham, 2011: 32). Strategi manajemen artinya pola tujuan serta kebijakan serta rencana akbar dalam mencapai tujuan tadi, yang disusun sedemikian rupa yang mampu mendefinisikan usaha perusahaan tersebut dan jenis perusahaan tersebut waktu ini atau jenis perusahaan apa yang diinginkan (Anthony Elhamma, 2013: 2). Strategi manajemen wajib menyampaikan batasan-batasan bagi sebuah proyek, dimana tujuan serta yang akan terjadi wajib mengikuti arah perusahaan kedepan (Longman dan Mullins, 2004: 57).berdasarkan (Jauch dan Glueck 1988: 9), strategi ialah rencana yang menyatukan, luas, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis.

#### **2.5.1.2 Definisi Pengembangan Bisnis**

Pengembangan bisnis yang berkelanjutan adalah sentra perhatian perusahaan, Yang dapat dicapai dengan mengadopsi taktik serta aktivitas usaha yang sinkron dalam menggunakan kebutuhan perusahaan serta para pemegang saham, Dalam melindungi serta mempertahankan, Dan memperkuat sumber daya yang dibutuhkan perusahaan. Konsep pengembangan bisnis menitik beratkan pada upaya mengidentifikasi kesempatan bisnis pada keinginan pasar. Secara umum, Tujuan pengembangan bisnis artinya membentuk keuntungan melalui penciptaan usaha dalam rangka memanfaatkan pasar dan kesempatan bisnis, Serta untuk menciptakan lapangan pekerjaan (Central Otago District Center, 2013: 5).

Pengembangan bisnis adalah segala bentuk kegiatan yang meningkatkan atau bertujuan untuk meningkatkan laba, produksi, atau potensi pelayanan perusahaan. Selain itu pengembangan bisnis bisa didefinisikan menjadi penanaman modal atau saat yang berdampak di pertumbuhan serta perluasan perusahaan. Pengembangan bisnis artinya

proses memajukan usaha pada suatu titik dimana perusahaan bisa menyediakan barang dan jasa.

### **2.5.1.3 Definisi Strategi Pengembangan Bisnis**

Strategi pengembangan bisnis artinya sekumpulan tujuan, kebijakan, perencanaan, serta aktivitas perusahaan yg ditujukan buat mengidentifikasi kesempatan bisnis pada tengah pasar serta mempertahankan kelangsungan usaha atau mencapai kesuksesan bisnis. Strategi pengembangan usaha adalah bagian awal taktik bisnis, Serta tidak dapat dipisahkan. Pada rangka membangun bisnis secara berkelanjutan, Suatu perusahaan wajib memiliki strategi bisnis yang dijalankannya. Analisis strategi usaha ialah langkah krusial dalam merancang model usaha yang dapat bertahan lama, Sehingga berdampak di dalam perusahaan yang berlangsung lama juga (Tece, 2010:180). Taktik pengembangan usaha wajib memiliki kualitas berikut: *Consistency*, *Consonance*, *Advantage*, dan *Feasibility*. Kualitas *Consistency* mengandung makna bahwa strategi pengembangan bisnis harus memuat tujuan serta kebijakan yang konsisten. *Consonance* adalah bahwa taktik tadi wajib merepresentasikan respon adaptif perusahaan terhadap lingkungan eksternal dan perubahan-perubahan yang terjadi di dalamnya. *Advantage*, ialah bahwa taktik bisnis harus menyediakan laba kompetitif pada bidang yang dijalani. *Feasibility*, Mengandung makna bahwa strategi manajemen tidak boleh melangkahi sumber daya yang tersedia atau menciptakan permasalahan yang tidak bisa di selesaikan (Rumelt,1993:2).

### **2.5.1.4 Analisis Pasar**

Analisis pasar, Pengertian Analisis Industri tersebut yakni kombinasi antar ekonomi industri dan strategi. Dimana Dengan analisis industri ini kita mampu menerapkan apakah suatu langkah yang kita ambil atau suatu inovasi yang kita kembangkan sesuai dengan apa yang di inginkan pasar dan perusahaan. Dimana sebelum

membuat suatu usaha atau bisnis baru dari permasalahan pada bisnis lama, Seseorang hendaknya mempelajari persaingan dan sudut pandang industri pada industri masa kini.

Dimana industri itu sendiri, Menurut (Kotler dan Keller 2013;22) menjelaskan industri merupakan suatu kelompok perusahaan yang menawarkan produk atau kelas produk pengganti yang sangat erat satu sama lain. Terdapat 6 Kunci sukses yang menjadi focus untuk keberlangsungan perusahaan ini dalam pengembangan bisnis baru. Seperti:

1. *Effectiveness of cost control*, Pengendalian cost sangat penting untuk mengurangi tindak kecurangan.
2. *Easy access to finance*, Kemudahan mendapatkan akses keuangan untuk modal awal serta keterbukaan masalah pemasukan atau pengeluaran.
3. *Level of employee competency*, kompetensi karyawan yang baik sangat di perlukan agar mudahnya menajlin kerja sama yang baik.
4. *Brand equity*,menciptakan asset untuk pelanggan dimana dengan memeberi nilai terhadap konsumen agar konsumen loyal terhadap produk kami.
5. *Effectiveness of Marketing*,kunci di pemasaran produk yang menjadi ujung tombak perusahaan maka dari itu harus melakukan terobosan terobosan serta kerja sama agar mendompleng produk itu sendiri.
6. *Level of customer satisfaction*,Tingkat kepuasan pelanggan sangat penting setelah membeli produk dan jasa yang kita tawarkan di harapkan para konsumen puas akan apa yang telah kita berikan ke konsumen.

Dengan terciptanya alur dalam rangka *Development Business* ini diharapkan bahwa bisnis yang nantinya di kembangkan dari bisnis yang sudah ada menjadi suatu bisnis baru dengan segala inovasi. Mampu mendongkrak keinginan pasar dalam menggunakan produk sehingga dapat menaikkan nilai tambah bagi perusahaan yang mengalami penurunan akibat ketidak pastian ekonomi yang di akibatkan pandemic Covid 19

