



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Astra International merupakan perusahaan multinasional yang didirikan oleh Tjia Kian Tie, William Soerjadjaja dan Liem Peng Hong dan bermarkas di Jakarta yang bergerak fokus di bidang otomotif, jasa keuangan, alat berat, agribisnis, teknologi informasi, dan infrastruktur. Astra International yang telah berdiri sejak tahun 1957 dengan nama PT Astra International Incorporated mengubah status perseroannya menjadi perusahaan terbuka serta mengubah namanya menjadi PT Astra International Tbk pada tahun 1990 dan berlaku efektif terdaftar di Bursa Efek Jakarta sejak tanggal 4 April 1990. Oleh para pendirinya, Astra yang berarti terbang ke langit dan menjadi bintang terang, pada awalnya dibentuk sebagai perusahaan importir yang kemudian dikembangkan menjadi distributor dan importir barang keperluan sehari-hari seperti buah limun dengan merek Prime Club Kernet CIP, pasta gigi Freh O Dent dan pasta gigi Odol Dent, berdagang fosfat alumunium serta bohlam lampu. Kemudian, oleh karena usaha yang dikembangkan oleh Astra pada waktu itu tidak berkembang terlalu pesat, maka 2 pendiri lainnya menyerahkan kepemilikan saham Astra kepada William Soerjadjaja untuk melanjutkan bisnis Astra dan William Soerjadjaja berhasil membesarkan perusahaan yang dikenal oleh seluruh Indonesia sampai seluruh Asia Tenggara yaitu Astra International.

Astra 60 Years Journey, merupakan sebuah pencapaian yang dilakukan oleh Astra untuk merayakan 60 Tahun berdirinya Astra International yang terbagi ke dalam 7 sektor usaha utama dengan 208 anak perusahaan dan 214.835 karyawan. Hingga pencapaian selama 60 Tahun PT Astra International Tbk, tercatat bahwa perusahaan tersebut membawahi 7 (tujuh) sektor usaha utama yang diperuntukkan untuk berbagai kalangan segmentasi di Indonesia. Sektor utama yang telah disebutkan tersebut meliputi:

1. Jasa Keuangan – yang mencakup usaha jasa keuangan yang sudah tidak asing lagi dikenal oleh masyarakat Indonesia seperti Astra Financial, Asuransi Astra dan Astra Sedaya Finance yang bertujuan untuk membantu dan menyokong keperluan masyarakat Indonesia dibidang keuangan;
2. Alat Berat, Pertambangan, Konstruksi, dan Energi – yang mencakup kegiatan usaha sektor pertambangan, konstruksi dan energi dalam penyediaan jasa,

pendanaan, perdagangan dan penyewaan mesin konstruksi ataupun segala jenis alat berat;

3. Agribisnis – yang mencakup kegiatan usaha dalam sektor perkebunan seperti kelapa sawit yang nantinya akan diperdagangkan melalui perdagangan komoditi dalam bentuk minyak kelapa sawit serta kegiatan usaha sektor peternakan yang ditujukan untuk mengakomodasi keperluan masyarakat;
4. Infrastruktur dan Logistik – yang mencakup kegiatan usaha dalam sektor infrastruktur umum, jalan tol, logistik, dan pelabuhan laut yang digerakkan oleh berbagai anak usaha di antaranya, Astra Tol Nusantara, Trans Marga Jateng dan Pelabuhan Penajam Banua Taka;
5. Teknologi Informasi – yang mencakup kegiatan usaha dalam pendalaman solusi dokumen, layanan kantor, serta teknologi informasi dan komunikasi yang digerakkan oleh berbagai anak usaha diantaranya Astra Graphia;
6. Properti – yang mencakup kegiatan usaha dalam properti komersial dan perdagangan properti yang digerakkan oleh anak usaha diantaranya Astra Land Indonesia dan Astra Modern Land; dan
7. Otomotif – yang mencakup bisnis kendaraan beroda dua sampai dengan beroda delapan (kendaraan motor sampai dengan kendaraan bermuatan berat) serta komponen-komponen pendukung kendaraan dan jasa terkait otomotif lainnya. Salah satu dari anak usaha dalam sektor usaha utama Astra International dari bidang otomotif adalah BMW Astra International.

Dari ketujuh sektor utama yang dijalankan oleh Astra International, sektor otomotif merupakan salah satu sektor terbesar yang digerakkan oleh Astra International yang membawahi BMW AI sebagai salah satu kegiatan usaha utamanya. Tujuan serta moto yang dijunjung tinggi oleh Astra International adalah *Prosper with the Nation* yang diartikan sebagai Sejahtera Bersama Bangsa dilengkapi dengan moto yang dilengkapi dengan bahasa latin *Per Aspera ad Astra* yang berarti berjuang dan menembus segala tantangan untuk mencapai bintang.

PT BMW telah berdiri sejak tahun 1916 di Jerman yang mempunyai fokus untuk membangun pesawat militer yang lalu ditobatkan dengan nama BMW (*Bayerische Motoren Werke*). Pembuatan kendaraan bermotor pertama melalui PT BMW bermula pada tahun 1923 oleh Max Friz yang memproduksi motor pertama oleh BMW. Pada tahun 1936, PT BMW meluncurkan mobil pertamanya yaitu seri 328 dan dilanjutkan dengan pengembangan PT

BMW Indonesia pada tahun 1976 kepada PT Tjahja Sakti Motor sebagai distributor tunggal yang dapat memperdagangkan BMW di Indonesia.

Melalui BMW AI, Astra International berhasil mengembangkan usaha sektor otomotif dengan memajukan *dealer* resmi BMW di Indonesia yang didukung oleh *human capital* yang berupaya dan bersama-sama mempunyai tujuan untuk menjadi kebanggaan perusahaan dan bangsa dengan memberikan yang terbaik kepada pelanggan melalui semangat perbaikan berkesinambungan. Pada BMW AI, tujuan dari berlangsungnya perusahaan mempunyai fokus yang berpaku pada pelanggan dan para konsumen. Lima faktor yang dijunjung tinggi oleh BMW AI untuk melihat kepuasan pelanggan antara lain:

1. Kualitas Produk;
2. Harga Produk;
3. *Service Quality* – mencakup sistem, teknologi, dan manusia;
4. *Emotional Factor*; dan
5. Kemudahan.

Kelima faktor tersebut dijunjung tinggi oleh BMW AI untuk dapat mengembangkan usaha sektor otomotif Astra International hingga saat ini. Sebagai tambahan, BMW AI memberikan fokus yang tinggi untuk pelanggan untuk mendapatkan loyalitas dari para pelanggan dengan cara mendengarkan dan menganalisis kebutuhan dan harapan pelanggan, melihat dari sudut pandang pelanggan, menciptakan produk atau layanan terbaik kepada pelanggan serta menolak produk/ layanan yang cacat dan tidak meneruskan ke pelanggan atau proses berikutnya.

2.1.1 Logo Perusahaan



2.1.1.1 – Logo ASTRA *International*

- Empat sudut yang merupakan dasar logo, melambangkan falsafah Astra: Catur Dharma;
- Bintang berekor yang terus menerus menjelajahi dunia usaha dan melakukan inisiatif-inisiatif baru untuk meningkatkan pelayanan Astra kepada pelanggannya.
- Warna biru menggambarkan langit yang tidak terbatas, seperti juga kemampuan dan kesempatan Astra yang tidak terbatas; dan
- Garis lengkung bumi menggambarkan semangat Astra untuk “*go global*” dengan mengembangkan kemampuan yang telah dimiliki selama ini.



2.1.1.2 – Logo BMW ASTRA *International*

BMW logo putih yang digunakan melambangkan perputaran baling-baling di langit yang biru. Logo pertama kali ditemukan oleh karena dahulu asal BMW adalah sebagai produsen mesin pesawat militer di Jerman sehingga Warna Biru dan Putih.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi BMW Astra International adalah menjadi salah satu perusahaan dengan pengelolaan terbaik di Asia Pasifik dengan penekanan pada pertumbuhan yang berkelanjutan dengan pembangunan kompetensi melalui pengembangan sumber daya

manusia, struktur keuangan yang solid, kepuasan pelanggan dan efisiensi. Kedua, menjadi perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial serta ramah lingkungan.

Misinya adalah Sejahtera Bersama bangsa dengan memberikan nilai terbaik kepada *stakeholder* kami.

2.1.3 Core Values

BMW ASTRA INTERNATIONAL CORE VALUE:

CATUR DHARMA:



Gambar 2.1.3.1 – BMW ASTRA *International Core Values*

Catur Dharma adalah nilai-nilai yang berfungsi sebagai pedoman untuk segala bentuk kegiatan yang dilakukan BMW Astra International untuk mencapai visi yang terdiri dari:

- I. Menjadi milik Yang Bermanfaat Bagi Bangsa dan Negara
 - a. menjadi pelaku usaha yang menjadi panutan dalam mengelola bisnis (*good corporate citizen & good corporate governance*);
 - b. mengembangkan bidang usaha yang berkesinambungan; dan
 - c. melaksanakan tanggung jawab sosial dan pengelolaan lingkungan hidup secara konsisten (*corporate social responsibility*).
- II. Memberikan Pelayanan Terbaik Kepada Pelanggan
 - a. Pelayanan kepada pelanggan dilakukan secara konsisten, penuh komitmen, dan berlandaskan kompetensi;

- b. Pelanggan merupakan sumber inspirasi untuk inovasi produk dan jasa; dan
- c. Membangun pelanggan yang *delighted*, *loyal*, dan *advocacy*

III. Menghargai Individu dan Membina Kerja sama

- a. Karyawan sebagai individu merupakan aset perusahaan;
- b. Kerja sama berdasarkan interdependennya; dan
- c. Sinergi menghasilkan organisasi yang efektif dan efisien

IV. Senantiasa Berusaha Mencapai Yang Terbaik

- a. Konsep dan strategi bisnis yang unggul;
- b. System dan proses yang unggul; dan
- c. Manajemen dan tim yang unggul