

BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Profil dan Sejarah TDA Luxury Toys

Gambar 2. 1 Logo TDA Luxury Toys



TDA Luxury Toys merupakan *dealer* otomotif mewah kenamaan yang sudah berdiri sejak 2019 lalu. Awal berdiri, *showroom* serta kantor TDA terletak di Jakarta Pusat. Tepatnya di Harmoni, Jakarta Pusat. *Showroom* sebelumnya hanya mampu memuat lima mobil saja. Oleh karena itu, pada Februari 2019 lalu, TDA pindah ke *showroom* serta kantor baru di Radio Dalam, Jakarta Selatan. Gedung lima lantai tersebut mampu memuat lebih dari tiga puluh mobil.

TDA Luxury Toys adalah sebuah dealer otomotif yang memfokuskan upayanya pada pasar barang mewah yang sedang berkembang di Indonesia. TDA menawarkan pengalaman pembelian dan kepemilikan yang berbeda dengan operasi paling efisien. Dengan nilai yang kuat dalam kerja tim dan komunitas, TDA membangun dan menanamkan hasrat untuk otomotif mewah dalam praktik mereka. Tujuan TDA adalah untuk melayani para pencari sensasi unik dan penuh gairah yang mendambakan perlawanan serta kekuatan yang diberikan oleh kendaraan mereka.

TDA Luxury Toys merupakan *brand* yang berada di bawah PT. Top Cars Gallery. PT Top Cars Gallery sendiri didirikan oleh William Tjandra yang sekarang juga menjabat sebagai President Director TDA Luxury Toys.

Awalnya TDA hanya menjual berbagai mobil bekas mewah yang diperoleh tanpa harus mengimpor dari luar negeri. Namun, seiring berjalannya waktu dan permintaan pasar yang tinggi, TDA melakukan langkah besar dengan mengimpor langsung berbagai jenis mobil baik bekas maupun *brand new car*. Dengan adanya badan hukum yang jelas, TDA lebih leluasa dalam mendatangkan berbagai jenis mobil sebagai bentuk pemenuhan permintaan pasar. Berbagai merek terkenal seperti Porsche Taycan, Tesla Model 3, Defender 90 & 110 serta yang teranyar yakni Ferrari 488 Pista. Selain itu, TDA juga telah berhasil menjadi salah satu dari 11 *authorized dealer* bagi mobil keluaran Briggs Automotive Company asal Inggris. Perusahaan yang memproduksi mobil dengan desain seperti mobil Formula One yang mengusung konsep *single seater*. Namun, aman digunakan di jalanan umum.

Selain itu, TDA berbeda dari *dealer* otomotif lain. TDA mengedepankan *privacy* dari setiap pelanggannya. Serta selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik, melalui berbagai *privilege*. Salah satunya adalah *membership privilege* yang akan didapatkan oleh setiap *customer* TDA yang melakukan transaksi jual atau beli di TDA. Salah satu keuntungan dari *membership* ini adalah *customer* akan memperoleh Krisflyer Miles dari Singapore Airlines. Hal ini diperoleh berkat kerjasama apik antara TDA dan Singapore Airlines.

TDA sendiri menjual berbagai *brand* mobil mewah meliputi Lamborghini, Ferrari, Rolls Royce, Bentley, Range Rover, dan masih banyak lagi. Tak hanya sekadar menyajikan *high-end car* terbaik, TDA juga akan menggelar *event* berkelas

dan juga humanis. Seperti menggelar berbagai *private party* dan menyediakan *VVIP Privilege Events* untuk pelanggan setia TDA serta rutin menjalankan *charity event*.

TDA sendiri memiliki anak perusahaan yang bergerak dibidang restorasi mobil mewah, yakni TDA Restoration. TDA Restoration berbeda kepengurusan dengan TDA Luxury Toys. TDA Restoration sendiri terletak di lantai 5 gedung TDA Luxury Toys. Restorasi ini didirikan pada Febuari 2019 bertepatan dengan pindahnya TDA ke gedung baru di Jakarta Selatan. TDA Restoration menerima berbagai pesanan restorasi mobil mewah baik dari TDA Luxury Toys maupun dari luar. Tidak hanya mobil mewah, namun restorasi ini juga menerima berbagai jenis dan merek mobil.

Gambar 2. 2 Logo TDA Restoration



Tabel 2. 1 Tabel Identitas Perusahaan

Nama Perusahaan	PT. Top Cars Gallery
Nama <i>Brand</i>	The Djakarta Auto Luxury Toys & TDA Restoration

Tanggal Berdiri	26 Febuari 2009
Alamat	<p>Kantor & Showroom Office & Showroom</p> <p>Jalan Kramat Pela No.31, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, Jakarta. 12130, Indonesia</p> <p>Telepon : +62 21 22773115</p> <p>Whatsapp : +62 8 2133 8686 86</p> <p>Email : tda.luxurytoys@gmail.com</p> <p>Website : www.tda.co.id</p>

2.1.2 Visi dan Misi TDA Luxury Toys

Visi

- *To be the most efficient, best serviced luxury automotive dealership in Indonesia.*

Menjadi dealer otomotif mewah dengan servis terbaik dan paling efisien di Indonesia.

Misi

- *By building mutually beneficial relationships and create a positive difference to car communities around us.*

Dengan membangun hubungan yang saling menguntungkan dan menciptakan perbedaan positif bagi komunitas mobil di sekitar kita

2.1.3 Company Value TDA Luxury Toys

1. *Trained to be TDA*

Sebuah tim bergerak bagaikan sebuah mesin. Semua dituntut untuk paham bahwa setiap bagian dari mesin merupakan bagian yang berbeda baik fungsi maupun rupa, namun memiliki tujuan yang sama. Bertujuan memberikan pengalaman berkesan dalam kepemilikan otomotif berkelas.

2. *Demanding Speed and Precise*

Kemampuan bekerja secara cepat, tepat serta konsisten. Konsisten adalah hal terpenting dalam mengerjakan berbagai hal. Hal ini dilakukan untuk sesuatu yang lebih besar dari tujuan individu. Termotivasi dalam mengejar kesempurnaan menjadi kunci utama.

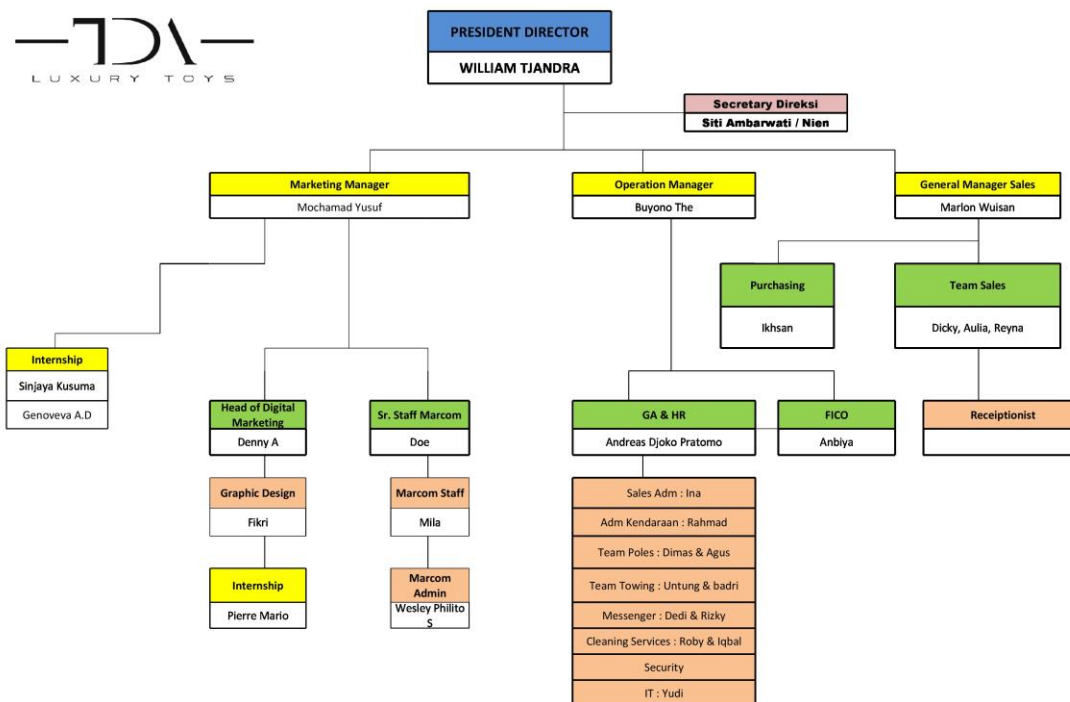
3. *Advance Responsibility*

Semua orang mengerti akan arti dari tanggungjawab. Tanggungjawab merupakan sebuah kewajiban yang harus dijalankan. Tanggungjawab harus diselesaikan melebihi ekspektasi. Dari luar, setiap individu merupakan wajah dari TDA, yang memiliki tanggungjawab penuh untuk menjaga TDA tetap menjadi satu-kesatuan yang padu.

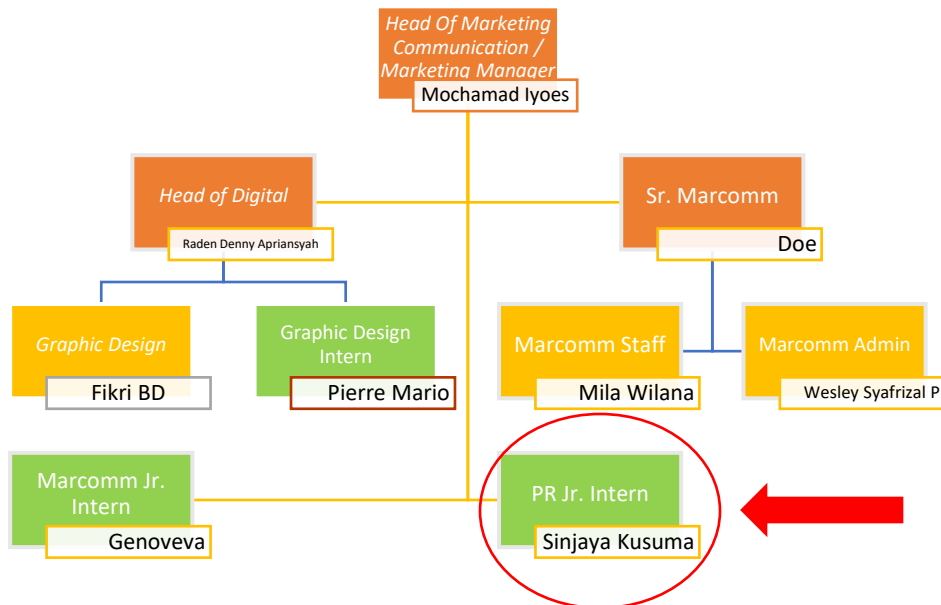
2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

2.2.1 Struktur Organisasi TDA Luxury Toys

Bagan 2. 1 Struktur Organisasi TDA Luxury Toys



Bagan 2. 2 Bagan Struktur Organisasi Divisi Marketing Communications TDA Luxury Toys



2.2.1 Ruang Lingkup Divisi Terkait

Walaupun tergabung dalam Divisi Marketing TDA, namun *jobdesk* utama dari divisi ini sama sekali tidak berkaitan dengan *product*, *price* dan *place* (dalam *marketing mix*), namun hanya berfokus pada bagian *promotion* saja. Hal inilah yang menyebabkan divisi ini lebih layak disebut Divisi Marketing Communication.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa divisi ini memiliki pekerjaan utama untuk melakukan *promotion*. *Promotion* yang dilakukan sedikit berbeda dari produk kebanyakan. Pada divisi ini *tools marcomm* yang paling sering digunakan adalah PR. Melalui *event*, *writing*, *media relations*, *Corporate Social Responsibility*, serta berbagai komunikasi *below the line* lainnya. Termasuk

pemanfaatan *owned media* seperti *social media*. Penggunaan *tools marcomm* lain yang sering digunakan berupa *customer relationship management*.

Pekerjaan utama dan yang terpenting di divisi ini adalah mengatur alur komunikasi keluar serta di dalam TDA. Hal ini diwujudkan dengan pembuatan *marketing plan* yang berisi rancangan komunikasi luar dan dalam TDA.

Event sendiri dijalankan oleh keseluruhan divisi, sesuai dengan *jobdesk* masing-masing. Seperti digital dan *graphic design* yang bertugas untuk memberikan gambaran *event*, proposal melalui media desain dan digital TDA. Sedangkan, PR membantu *media relation*, PR *Writing* termasuk *press release* serta *press conference*. Serta divisi *planning* dan *running event* yang menjadi tanggungjawab *marcomm*.

Untuk kegiatan sehari-hari selama pandemi, divisi ini lebih banyak menghabiskan waktu diarah digital baik *content* maupun *event*. *Web*, aplikasi serta *social media* termasuk Instagram. Bagaimana membuat konsep konten, *briefing* konsep konten ke *graphic design* hingga pemilihan *caption* serta *headline* yang sesuai dengan tema kampanye utama yang sedang dijalankan saat masa pandemi ini, yakni “Only At TDA”.

Selain itu, divisi ini juga bertanggungjawab untuk melakukan *monitoring* terhadap *published content*. *Monitoring* ini dilakukan guna melihat sejauh mana efektivitas konten serta jenis konten apa yang banyak digemari oleh khalayak TDA. Sehingga, konten yang dibuat selanjutnya dapat memenuhi ekspektasi khalayak.

Seperti dikatakan sebelumnya, bahwa divisi ini juga mengatur komunikasi internal perusahaan. Sejauh ini, divisi *marketing communications* sudah

menjalankan berbagai kegiatan sebagai wujud komunikasi internal perusahaan. Seperti *internal branding*, hal ini berkaitan dengan *update* aplikasi TDA yang menambahkan banyak fitur terbaru yang memudahkan penggunaannya. Hal ini tentunya harus dikomunikasikan tidak hanya pada pihak diluar TDA. Namun, juga ke seluruh karyawan TDA. Terutama sales yang berhubungan langsung dengan calon *customer* yang mungkin belum mengetahui adanya fitur ini. Selain itu, divisi ini juga bertanggungjawab atas pandangan setiap karyawan terhadap perusahaan, apalagi ketika perusahaan tetap meminta karyawan untuk bekerja seperti biasa saat pandemi ini. Oleh karena itu, divisi ini juga merancang kegiatan “*Covid Prevention Program*” yakni program tes massal bagi seluruh karyawan TDA secara berkala, hal ini dilakukan demi menurunkan kecemasan karyawan TDA serta memberi kenyamanan bagi *customer* yang akan datang dan berbelanja di TDA.