

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profile PT.Dieselindo Utama Nusa

2.1.1 Sejarah singkat PT Dieselindo Utama Nusa



Sumber: dieselindo.co.id

Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT Dieselindo Utama Nusa

PT Dieselindo Utama Nusa merupakan dealer dan distributor resmi untuk produk berkualitas tinggi dan brand ternama seperti Detroit Diesel, Allison Transmission, Twin Disc & Nico, Perkins, Fleetguard, Racor, FRAM, Jabsco, Delco Remy, VDO, AC Delco, dan Datcon. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1968 pendirinya adalah Haryanto Thomas hardi dan mempunyai misi sebagai penyedia produk serta layanan terbaik tidak hanya untuk pelanggan tetapi juga untuk perkembangan PT Dieselindo Utama Nusa. PT Dieselindo Utama Nusa memiliki fasilitas Warehouse seluas 1750 meter persegi, workshop dengan luas

3150 meter persegi, overhead crane, oil trap bay wash, 3 unit truk kapasitas 3 ton serta beberapa tools khusus.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Misi perusahaan:

Misi PT Dieselindo Utama Nusa untuk menyediakan produk dan layanan dengan kualitas terbaik tidak hanya untuk memenuhi harapan pelanggan kami, tetapi juga untuk mengamankan kemitraan jangka panjang yang menjamin pertumbuhan bisnis pelanggan dan PT Dieselindo Utama Nusa.

Visi Perusahaan:

Kami percaya bahwa dengan menyediakan produk asli untuk kebutuhan mesin Anda, kami membantu bisnis Anda beroperasi untuk memberikan tepat waktu dan juga untuk memajukan potensinya

2.1.3 Produk Perusahaan



Sumber: dieselindo.co.id

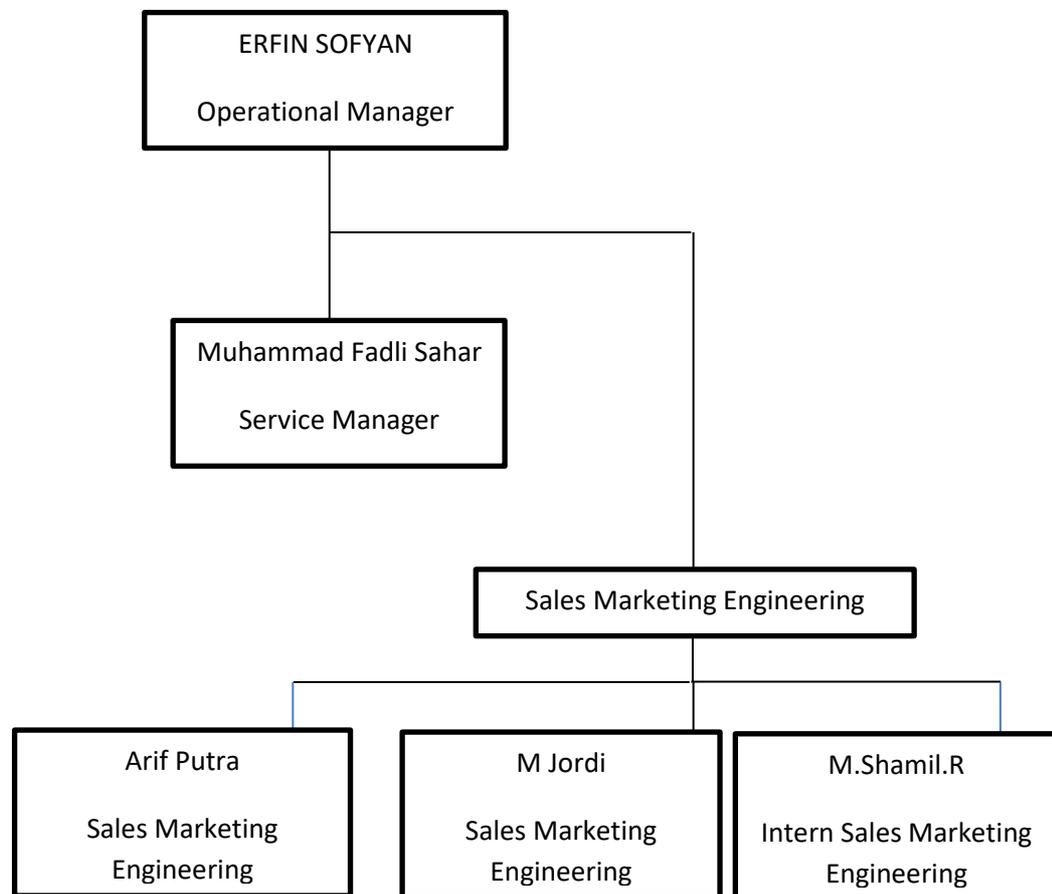
Gambar 2.2 Logo brand dari produk transmisi and engine

PT.Dieselindo Utama nusa adalah perusahaan B2B yang bergerak dibidang distributor dan dealer resmi untuk produk mesin transmisi engine dan part untuk mesin-mesin alat berat . mesin-mesin tersebut berasal dan diproduksi diluar negeri dengan berkualitas tinggi seperti Detroit Diesel, Allison Transmission, Twin Disc & Nico, Perkins, Fleetguard, Racor, FRAM, Jabsco, Delco Remy, VDO, AC Delco, dan Datcon. konsumen dapat langsung melihat keterangan lengkap dan kontaknya melalui situs dieselindo.co.id

Salah satu kelebihan dari PT Dieselindo Utama Nusa adalah menjadi distributor remis untuk produk Allison transmission , Allison Transmission adalah sebuah produsen transmisi otomatis untuk kendaraan berat dan sistem propulsi hibrid asal Amerika Serikat. Produk Allison dibuat secara khusus untuk lebih dari 250 produsen kendaraan di dunia.pendirinya adalah James A. Allison .PT Dieselindo Utama Nusa sendiri dipercaya langsung sebagai distributor resmi yang ada di Indonesia salah keunggulannya adalah semua sistem

mulai dari servicing,overhaul,testing,repair mengikuti prosedur dari perusahaan amerika tersebut jadi PT Dieselindo menjadi satu-satunya tempat di indonesia jika ada konsumen mau membeli produk Allison transmission.

2.2 Struktur Perusahaan



Sumber: PT Dieselindo Utama Nusa

Gambar 2.3 Bagan struktur Organisasi PT.Dieselindo Utama Nusa

Pada praktik kerja magang yang telah dilakukan oleh penulis di PT.Dieselindo Utama Nusa, penulis mendapatkan kesempatan untuk menempati posisi di sales marketing departemen dengan jabatan Intern Sales Marketing Engineering. Operasional Manager dipimpin oleh bapak Erfin sofyan yang bertanggung jawab atas keseluruhan kegiatan operasional PT Dieselindo Utama Nusa beserta ketenaga kerjaan. Dibawahnya ada , Service manager yang dipimpin oleh Bapak M.Fadli sahar bertugas untuk bertanggung jawab atas segala keperluan bagian teknik dan sales marketing PT. Dieselindo Utama Nusa . Selanjutnya, divisi Sales Marketing beranggotakan 3 orang yaitu Arif Putra, M Jordi sebagai karyawan Sales Marketing Engineering dan penulis sendiri sebagai Intern Sales Marketing Engineering.

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Marketing

Pemasaran (marketing) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Pemasaran merupakan faktor yang penting dalam siklus yang bermula dan berakhir dengan kebutuhan konsumen. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis bergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran. Selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar dapat berjalan lancar.

Menurut Kotler & Keller (2008:5) pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan,

mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan.

Menurut Boyd dkk (2000 : 4) Pemasaran adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran.

2.3.2 Personal Selling

Personal selling atau promosi penjualan terdiri dari alat insentif yang beraneka ragam, kebanyakan untuk meningkatkan volume penjualan baik jangka pendek maupun dalam waktu jangka panjang, dirancang untuk merangsang pembelian produk maupun jasa tertentu agar lebih cepat dan atau lebih kuat oleh konsumen. Pengertian definisi *personal selling* menurut (Kotler P. , 2000) yaitu: “*Personal selling* yaitu penyajian lisan dalam suatu pembicaraan dengan satu atau beberapa pembeli potensial dengan tujuan untuk melakukan penjualan”.

Menurut Phillip Kotler dalam bukunya Manajemen Pemasaran, mengemukakan proses daripada personal selling adalah sebagai berikut :

1. Mencari dan menyeleksi langganan baru (prospecting)
2. Pendekatan Pendahuluan (preproach)

3. Pendekatan (aproach)
4. Penyajian dan Peragaan (presentation)
5. Mengatasi Keberatan (handling the objek)
6. Penutupan Penjualan (closing the sale)

Sedangkan pengertian *personal selling* menurut (Irawan, 2003) dalam bukunya Menejemen pemasaran Modern adalah :

Penjualan pribadi adalah presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu calon pembeli atau lebih yang ditujukan untuk menciptakan penjualan. (2003 : 350) Tindak Lanjut (follow Up)

2.3.2 Business to business (B2B)

Menurut Miletsky dan Smith (2009, p.43) B2B adalah proses bisnis marketing dalam menjual produk dan jasa kepada perusahaan lain. Karena penjualan B2B lebih berbasis kerja sama dan siklus penjualan dapat cukup lama, situs untuk perusahaan B2B biasanya tidak memiliki e-commerce pada website.