

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Astra Company Profile



**Gambar 2.1 Logo Astra International**

Sumber: [career.astra.co.id](http://career.astra.co.id), 2022

PT Astra International Tbk berdiri pada tahun 1957 di Jakarta sebagai sebuah perusahaan perdagangan umum dengan nama Astra International Inc. Pada tahun 1990, Astra International Inc melakukan perubahan nama menjadi PT Astra International Tbk, sehubungan dengan penawaran umum pertama saham perusahaan kepada masyarakat, yang dilanjutkan dengan pencatatan saham Perusahaan di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan simbol ASII. Nilai investasi pasar Astra pada akhir tahun 2021 adalah sebesar Rp231 triliun ([careers.its.ac.id](http://careers.its.ac.id), 2022). Menurut anggaran dasar perusahaan, aktivitas usaha yang dapat digerakan oleh Astra International melingkupi perdagangan umum, perindustrian, pertambangan, pengangkutan, pertanian, pembangunan, jasa dan konsultasi. Hingga tahun 2022, Astra telah melebarkan usahanya dengan menerapkan versi bisnis yang berlandaskan sinergi dan terdiversifikasi pada tujuh unit bisnisnya, yaitu:

- Otomotif
- Jasa Keuangan

- Alat Berat, Pertambangan, Konstruksi & Energi
- Agribisnis
- Infrastruktur dan Logistik
- Teknologi Informasi
- Properti

## LINI BISNIS ASTRAGROUP



**Gambar 2.2 Lini Bisnis Astra International**

Sumber: Annual Report Astra International (2021)

Dengan bisnis yang beragam, Astra telah menyentuh berbagai aspek kehidupan bangsa melalui produk dan layanan yang dihasilkan. Dalam keseharian hidup, masyarakat Indonesia menggunakan sepeda motor dan mobil, jalan tol, printer, hingga layanan pembiayaan, perbankan dan asuransi milik Astra. Pelaku bisnis bermitra dengan Astra memanfaatkan berbagai kendaraan komersial, alat berat, layanan logistik, sistem teknologi informasi dan jasa pertambangan dari Astra. Berbagai produk yang dihasilkan, antara lain minyak kelapa sawit, batu bara dan kendaraan bermotor, senantiasa diekspor sehingga Astra dapat berkontribusi dalam menyumbangkan devisa

bagi negara. Saat ini, kegiatan operasional bisnis yang tersebar di seluruh Indonesia dikelola melalui 240 anak perusahaan, ventura bersama dan entitas asosiasi, dengan didukung oleh 188.788 karyawan (careers.its.ac.id, 2022). Selaku salah satu kelompok perdagangan nasional terbesar saat ini, Astra sudah membuat reputasi yang tangguh dengan meningkatkan kualitas layanan dan menawarkan berbagai produk, dengan mempertimbangkan penerapan tata kelola perusahaan dan pengelolaan lingkungan yang baik. Astra selalu berusaha untuk menjadi perusahaan dapat dibanggakan oleh masyarakat yang turut serta berkontribusi untuk memajukan kesejahteraan rakyat Indonesia. Maka dari itu, aktivitas usaha Astra berupaya menerapkan kombinasi yang seimbang antara aspek bisnis komersial dan bisnis non-komersial melewati program CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang berkelanjutan di aspek kesehatan, pendidikan, lingkungan, kewirausahaan serta teknologi.

## 2.2 Sejarah Singkat AstraPay



**Gambar 2.3 Logo AstraPay**

Sumber: Data Perusahaan (2019)

Astra Digital Arta merupakan bagian dari grup Astra International yang meluncurkan aplikasi e-wallet (dompet digital) pada Juni 2020 dengan brand AstraPay. AstraPay dibentuk untuk menguatkan sinergi ekosistem Astra di landscape digital. AstraPay sebelumnya berada dibawah naungan PT. Federal International Finance (FIFGROUP), namun mulai Juli 2021 induk perusahaan AstraPay menjadi PT. Sedaya Multi Investama (Astra Finansial). berdasarkan dari visi dan misi yang PT Astra Digital Arta (AstraPay) miliki maka dapat disimpulkan *Customer Value Proposition* PT Astra Digital Arta, yaitu:

*“Be the mobility wallet and enable easy to move without hassle, Smart wallet and control your finance., Trusted financial partner and give you peace of mind, Build an Astra ecosystem to deliver value for customer”*

Astra Digital Arta (AstraPay) memiliki izin sebagai uang elektronik yang diterbitkan oleh Bank Indonesia dan beroperasi dalam bentuk barang dan jasa. Mereka juga bekerja sama dengan berbagai unit bisnis Astra. Salah satu contohnya adalah Astra Honda Authorized Service Station (AHASS), PT Astra Otoparts Tbk (Otomotif) dan FIFGROUP, mitra jasa keuangan untuk cicilan mobil dan sepeda motor. AstraPay juga bekerja sama dengan entitas selain Astra, seperti salah satu pengecernya, PT.Starbucks. Mass Rapid Transit Jakarta (PT MRT Jakarta) dan PT Transportasi Jakarta (Transjakarta) ditunjukkan pada gambar 2.4. Aplikasi AstraPay juga memiliki kemampuan untuk membayar tagihan listrik, pajak, BPJS, PDAM, pembelian pulsa atau paket internet, pembayaran angsuran kendaraan pribadi, pembayaran asuransi, pembelian tiket moda transportasi, pembayaran angsuran elektronik dan pembayaran pajak seperti yang ditunjukkan pada gambar 2.5. Hingga September 2021, AstraPay telah mencapai 2,2 juta pengguna terdaftar (suara.com, 2021).

## AstraPay Collaboration with Public Transportation



Gambar 2.4 AstraPay Collaboration With Public Transportation

Sumber: Data Perusahaan (2021)



Gambar 2.5 Fitur AstraPay

Sumber: Data Perusahaan (2021)

Meskipun AstraPay tergolong perusahaan Fintech baru namun fitur-fitur pada aplikasi AstraPay sangat menarik dan tidak kalah dengan perusahaan saingan. AstraPay memiliki fitur pembayaran menggunakan QRIS, sejak

2021 QRIS AstraPay kurang lebih telah tersedia 14 juta *merchant* di Indonesia ditunjukkan pada gambar 2.7. AstraPay juga memiliki fitur *Paylater*, AstraPay berkolaborasi dengan Maucash untuk menciptakan fitur *Paylater* di aplikasi AstraPay seperti yang ditunjukkan pada gambar 2.8.



## Gambar 2.7 Maucash Kolaborasi dengan AstraPay

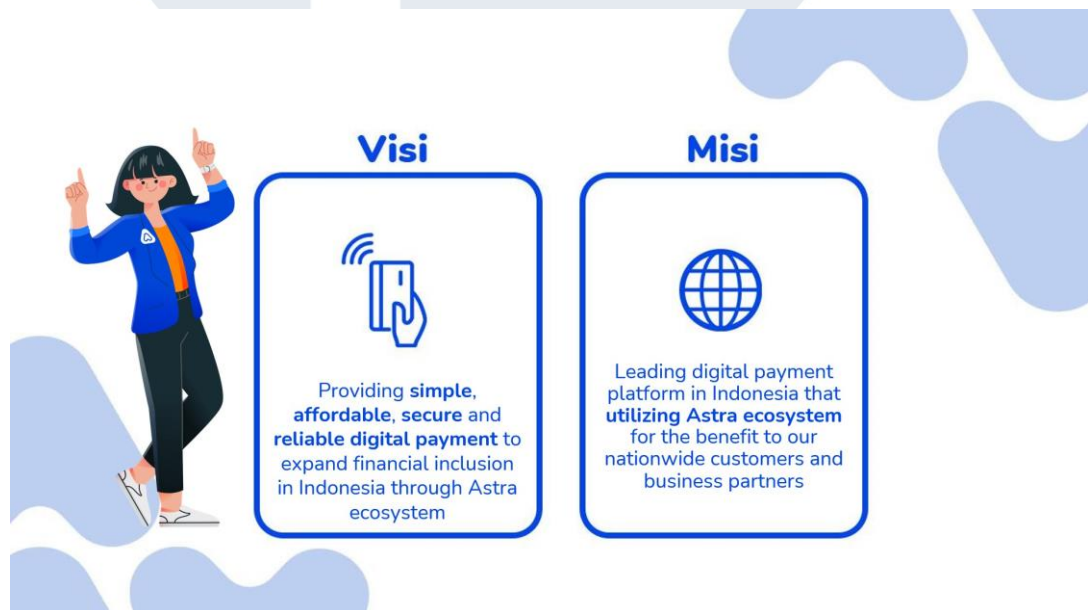
Sumber: Data Perusahaan (2021)

### 2.3

#### Visi dan Misi Perusahaan

**2.3.1 Visi Perusahaan:** *Providing simple, affordable, secure, reliable digital payment to expand financial inclusion in Indonesia Through Astra ecosystem.*

**2.3.2 Misi Perusahaan:** *Leading digital payment platform in Indonesia that utilizing Astra ecosystem for the benefit to our nationwide customers and business partners.*



## Gambar 2.8 Visi dan Misi AstraPay

Sumber: Data Perusahaan (2021)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**2.3.3 Value Perusahaan:** PT.Astra Digital Arta (AstraPay) memiliki value atau nilai utama yang adalah “PAY” dan dijelaskan ke dalam 3 *value* sebagai berikut:

*1. Perseverance People*

Karyawan wajib menjadi individu yang bekerja keras secara intelektual, mengutamakan integritas, dan mencapai produktivitas yang optimal. Nilai ini memiliki tiga sub-nilai: Cerdas, Integritas, dan Produktivitas.

*2. DyAnamic Process*

Karyawan terbuka untuk bekerja dengan rekan kerja untuk mengembangkan proses sukses yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Sub-nilai dalam poin kedua ini adalah sinergi, keunggulan operasional, dan kepercayaan pelanggan.

*3. You Are Part of Our Journey*

Ketika karyawan telah berhasil menerapkan dua value pertama maka selanjutnya karyawan sudah siap untuk melayani yang terbaik pada karir *journey* mereka di dalam internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Mereka harus dapat berkomitmen dalam memberikan nilai tambah dan kepuasan bagi para *stakeholder* untuk mencapai *sustainability* yang menjadi tujuan utama perusahaan. Di-value PT. Astra Digital Arta (AstraPay) yang terakhir memiliki *sub-value valuable, delightful, dan sustainability*.

**2.4**

**Profil Perusahaan**

**2.4.1 Lokasi Perusahaan**

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A





**Gambar 2.9 Menara Astra International**

Sumber: (cnbcindonesia.com, 2021)

PT. Astra Digital Arta (Astrapay) terletak di Menara Astra, Lantai 56, Jl. Jenderal Sudirman, RT.10/RW.11, Karet Tengsin, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10220

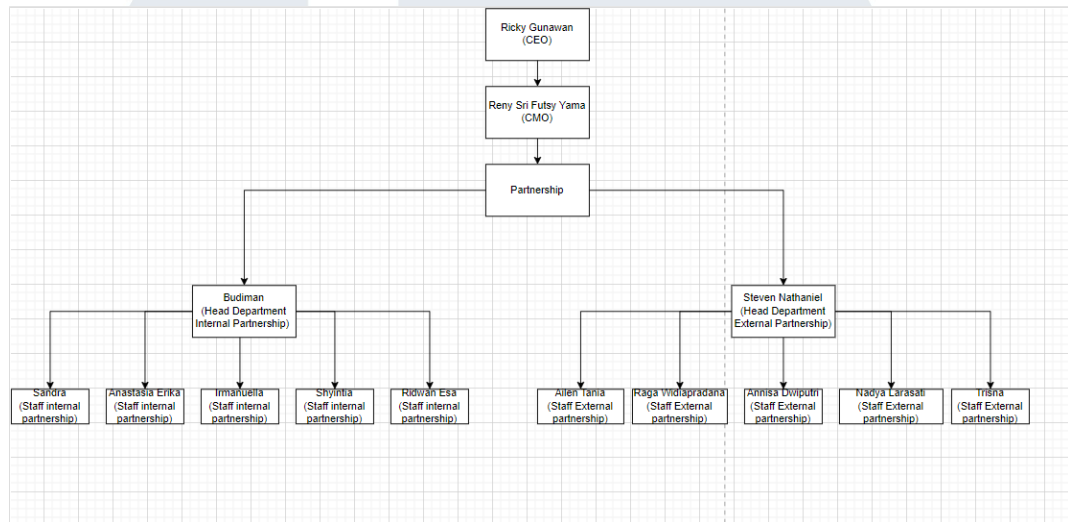


**Gambar 2.10 Kantor AstraPay**

Sumber: Data perusahaan (2020)

## 2.4.2. Struktur Organisasi

Berikut adalah struktur organisasi *partnership* PT Astra Digital Arta.



**Gambar 2.11 Struktur Organisasi Partnership**

Sumber: Data pribadi penulis (2022)

Berdasarkan gambar 2.11 berikut ini penjelasan divisi *Internal Partnership* dan *Eksternal Partnership*.

### 1) *Internal Partnership*

*Internal Partnership* berfokus pada perusahaan-perusahaan dibawah naungan Astra International. Seperti AstraOtosshop, Toyota Sales Operation, Honda Sales Operation, Hyundai Sales Operation, dan sebagainya. *Internal Partnership* dipimpin oleh bapak Budiman.

### 2) *Eksternal Partnership*

Sedangkan *Eksternal Partnership* berfokus pada perusahaan-perusahaan diluar naungan Astra International. Seperti

Jaklingko, Cashlez, Hotelmurah.com, dan lain-lain. *External Partnership* dipimpin oleh bapak Steven Nathaniel.

## 2.5 Landasan Teori

### 2.5.1 Manajemen

Menurut Robbins, Stephen, Coulter, dan Mary (2012: 37) dalam bukunya *Manajemen*, manajemen adalah koordinasi dan pengawasan kegiatan orang lain untuk tujuan menjalankan mereka secara efisien dan efektif. Stoner (1982) mendefinisikan manajemen sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian upaya anggota organisasi dan penggunaan semua sumber daya organisasi lainnya untuk mencapai tujuan organisasi. Sedangkan George R. Terry (Sukarna, 2011:3) dalam bukunya yang berjudul *Prinsip-Prinsip Manajemen* menyatakan bahwa manajemen adalah proses penggunaan ilmu pengetahuan dan seni untuk membedakan antara perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pelaksanaan, dan pengelolaan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Berdasarkan pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin dan pengendalian menggunakan sumber daya (manusia) untuk menyelesaikan tujuan. Berikut ini penjelasan mengenai 4 fungsi dasar manajemen yaitu:

1. *Planning* (Perencanaan) Fungsi perencanaan merupakan kegiatan untuk menyusun rencana *performance* perusahaan terhadap sejalannya visi dan misi perusahaan. Seorang manajer bertanggung jawab untuk membuat rencana dan strategi untuk mencapai tujuan perusahaan selaras dengan visi dan misi perusahaan.
2. *Organizing* (Pengorganisasian) Fungsi pengorganisasian merupakan tanggung jawab manajer untuk menentukan kebutuhan perusahaan, apa yang harus dilakukan dan bagaimana hal itu akan dilakukan dan siapa yang melakukannya.

3. *Leading* (Pengarahan) Arah dan motivasi adalah faktor kunci dalam mengarahkan. Seorang manajer harus memberikan perintah dan instruksi kerja yang jelas sehingga karyawan sekarang mengetahui apa yang harus dilakukan.
4. *Controlling* (Mengontrol) Memverifikasi apakah semuanya berjalan sesuai rencana dan memastikan bahwa semuanya tercapai sesuai rencana. Keempat fungsi tersebut mengarah pada pencapaian tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

### **2.5.2 Human Resources**

Menurut M.T.E. Haryanja (2002:2) Sumber daya manusia merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan, bersama dengan faktor lain seperti modal. Menurut Sonny Sumarsono (2003:4), human resources memiliki dua arti. Pertama, perusahaan dan jasa yang dapat diberikan dalam proses produksi. Juga, upaya yang dikeluarkan oleh seseorang selama periode waktu tertentu untuk menghasilkan barang atau jasa. Arti kedua, SDM, adalah tentang orang-orang yang dapat bekerja untuk memberikan layanan atau melayani bisnis. Mampu bekerja berarti mampu melakukan kegiatan ekonomi, yaitu menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam konteks makro, sumber daya manusia adalah warga negara yang berada dalam usia kerja, berpotensi untuk bertindak produktif, dan mampu memenuhi kebutuhan dirinya dan keluarganya, yang mempengaruhi tingkat kekayaan suatu negara atau negara. Dalam konteks mikro, SDM adalah orang-orang yang bekerja dalam suatu organisasi yang disebut panitera, panitera, petugas/manajer, pekerja, buruh, kontraktor, dll.

Berdasarkan definisi di atas, dapat kita simpulkan bahwa sumber daya manusia merupakan aset penting suatu perusahaan yang berusia produktif dan mampu menyediakan barang dan jasa.

### **2.5.3 Partnership**

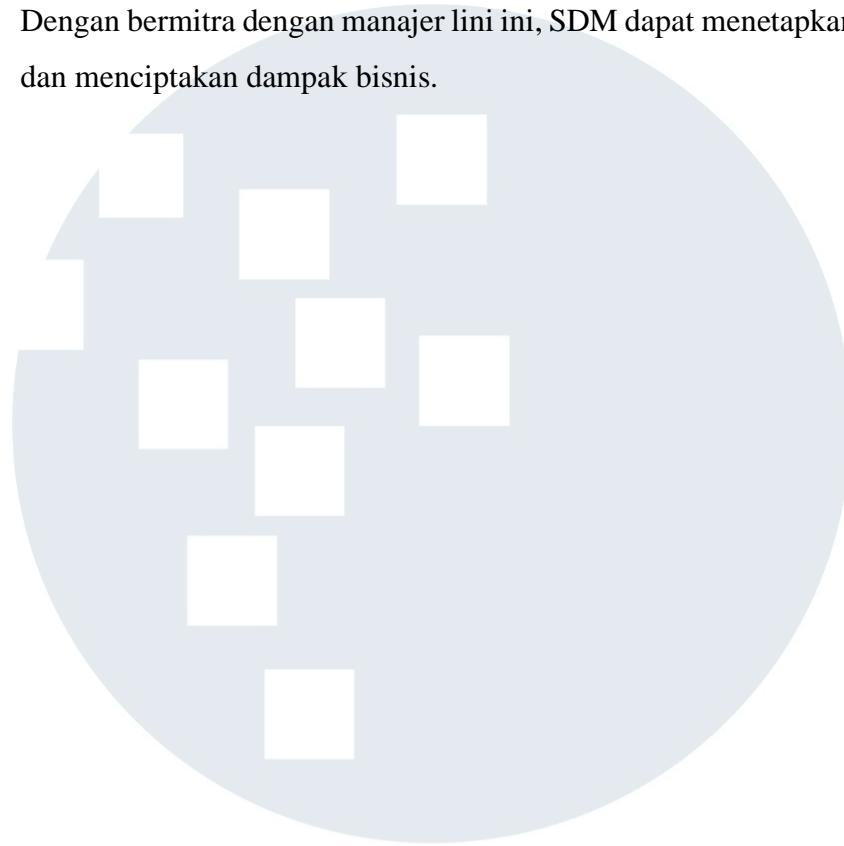
Istilah "kemitraan" atau kemitraan mencakup konsep dan praktek yang sangat berbeda dan digunakan untuk menggambarkan berbagai jenis hubungan dalam situasi dan tempat yang berbeda. Memang, "cara-cara di mana kemitraan (publik-swasta) dilaksanakan hanya dibatasi oleh imajinasi, dan badan-badan pembangunan ekonomi menjadi semakin inovatif dalam penggunaan konsep mereka, sehingga ada berbagai kegiatan kemitraan yang tak terbatas" (Lyons dan Hamlin, 1991:55). Ada banyak asumsi yang mendasari definisi kemitraan. Yang pertama adalah potensi efek sinergis dari berbagai bentuk, yaitu, "jumlahnya lebih besar daripada bagian-bagiannya." Kedua, kemitraan melibatkan pengembangan dan implementasi strategi atau serangkaian proyek atau operasi, tetapi tidak mengharuskan semua pihak terlibat secara setara di semua tahap. Ketiga, dalam kemitraan publik-swasta, sektor publik tidak mengejar tujuan komersial murni. Oleh karena itu, kriteria kemitraan adalah adanya kemitraan sosial (yaitu tidak ada perdagangan murni).

### **2.5.4 Human Resources Business Partnership**

Mitra bisnis SDM adalah penghubung strategis antara SDM dan bisnis. Para profesional SDM senior ini memiliki pemahaman yang mendalam tentang bisnis dan memastikan bahwa SDM membantu bisnis memberikan dampak. Namun, mitra bisnis SDM sebagai fungsi berubah. HRBP mengintegrasikan fungsi SDM, berfokus pada orang dengan sisi bisnis untuk membantu organisasi mencapai tujuan bisnisnya. HRBP sebagian besar berhadapan dengan pelanggan. Ini berarti bahwa HRBP berhubungan langsung dengan manajer lini.

HRBP yang baik mampu memberikan nilai bagi organisasi dan mendorong proses pengambilan keputusan. Terutama di saat perubahan dan gangguan, HRBP yang kuat dapat memastikan bahwa semua aktivitas SDM secara strategis selaras dengan prioritas manajer lini. manajer lini

bisa dibilang memiliki pemahaman yang paling kuat tentang bisnis. Dengan bermitra dengan manajer lini ini, SDM dapat menetapkan prioritas dan menciptakan dampak bisnis.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA