

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Hyundai pada pertama kali masuk ke Indonesia melalui sebuah Agen Pemegang Merek (APM) PT Citra Mobil Indonesia pada tahun 1995, bersamaan dengan mengaspalnya mobil Hyundai Elantra, yang mana menjadi mobil pertama asal Korea Selatan di Tanah Air Indonesia. Elantra sendiri merupakan mobil hasil rakitan dalam negeri di pabrik Hyundai yang terletak di Bekasi Barat.

Selang setahun, Hyundai berhasil mendirikan PT Hyundai Mobil Indonesia dan Hyundai Motor Indonesia sebagai perusahaan yang bertanggung jawab sebagai perakitan mobil Hyundai pada tahun 1996. Pada tahun ini, Hyundai merilis Hyundai Accent 1.5 SOHC dan pada tahun berikutnya Hyundai mencoba menjajaki pasar mobil berjenis MPV (*Multi Purpose Vehicle*) atau Kendaraan Multi Guna dengan menghadirkan mobil Starex. Starex dikenal menjadi mobil penumpang dengan kapasitas maksimal 11 orang.

Terbentur krisis moneter pada tahun 1998 memaksa Hyundai untuk baru meluncurkan kembali lagi mobilnya pada tahun 2008 dengan menghadirkan Hyundai Hyundai H-1. Pada sejarahnya, Hyundai H-1 memiliki radius putar paling kecil di kelasnya, yakni 5,6 meter. H-1 sering disebut masyarakat Indonesia menjadi penerus kesuksesan atau *successor* dari mobil Starex di Indonesia dengan desain dan kelas yang serupa. Hyundai pertama kalinya secara resmi mendirikan dan mengembangkan pusat manufaktur pertama di kawasan ASEAN (Association South East Asian Nation) dengan nilai investasi USD 1,55 miliar. Pabrik modern ini didirikan pada tahun 2019 dengan luas lokasi 8,35 juta kaki persegi atau sekitar 77,6 hektar yang terletak di Kota Deltamas, Bekasi, yang saat ini dioperasikan oleh PT Hyundai Motor Manufacturing Indonesia (HMMI). pabrik ini memulai operasinya dengan memproduksi komersial pada kuartal kedua pada tahun 2021 dengan kapasitas per tahunnya 150.000 unit dan pada akhirnya mencapai 250.000 unit setiap tahunnya ketika mencapai kapasitas maksimum.

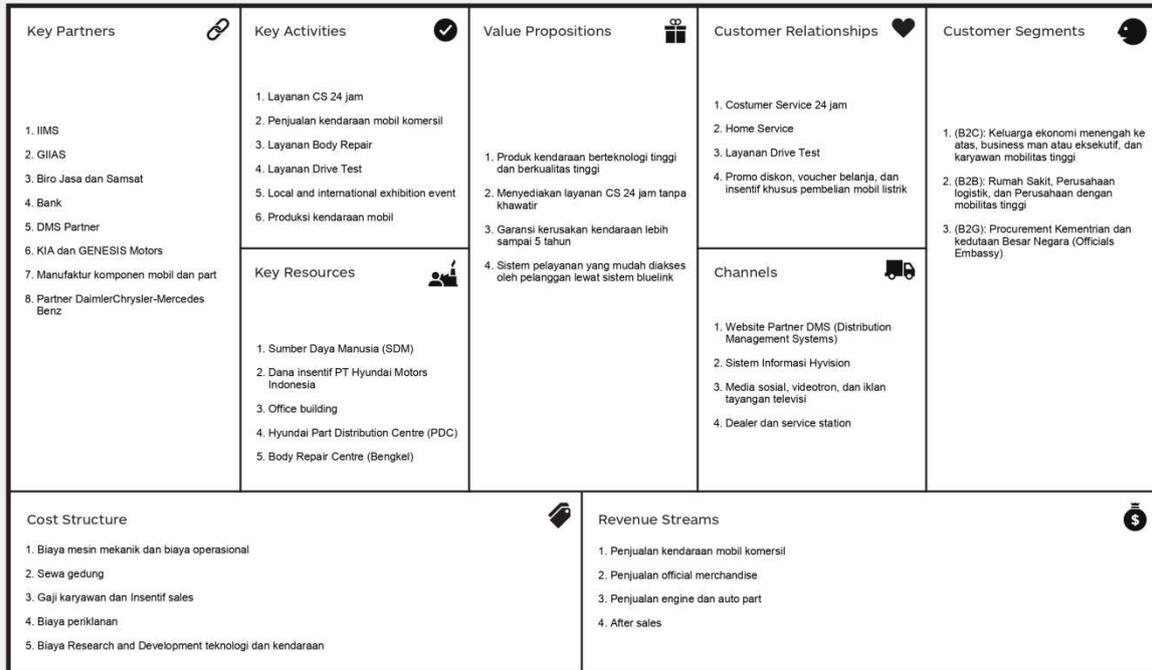
The Business Model Canvas

Designed for: PT Hyundai Mobil Indonesia

Designed by: Dhanu Purnomo

Date: 14/06/2023

Version: 1.0



DESIGNED BY: Strategyzer AG
The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Strategyzer
strategyzer.com

Tabel 1.1 BMC PT Hyundai Mobil Indonesia

(Sumber olahan peneliti, 2023)

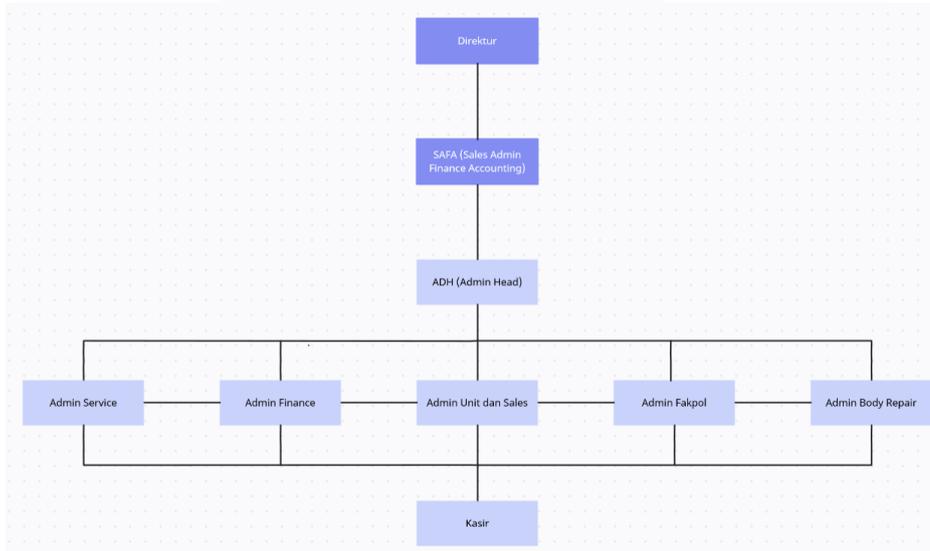


2.1.1 Visi Misi

Sebagai perusahaan besar yang disegani melalui produknya yang ditawarkan, perusahaan PT Hyundai Mobil Indonesia mempunyai landasan yang menjadi kunci sukses dan acuan dalam memberikan pelayanan yang terbaik dan produk dengan kualitas dan teknologi tinggi kepada pelanggan. Dalam perjalanannya, PT Hyundai Mobil Indonesia mencanangkan “Menjadi Agen Tunggal juga Distributor yang Disegani” dan “Mampu bersaing menyediakan mobil berkualitas, serta memiliki keseragaman jaringan berstandar global, dan mengerti keinginan pelanggan” sebagai visi misi mereka. (BAB II GAMBARAN UMUM PT. HYUNDAI MOBIL INDONESIA ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merk), n.d.)

Visi misi ini mengantarkan PT Hyundai Mobil Indonesia menjadi perusahaan *leading* pada teknologi yang mereka tawarkan, sehingga perlu adanya komitmen pada pelayanan dan inovasi produk untuk mempertahankan pencapaian tersebut. (Febri, n.d.)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Struktur organisasi PT Hyundai Mobil Indonesia memiliki ciri-ciri yang saling terhubung satu sama lain antar divisi. Hal ini memungkinkan antar divisi memiliki komunikasi dan pengerjaan tugas yang lebih cepat dan terstruktur serta meminimalkan adanya misinformasi dan miskomunikasi antar divisi internal perusahaan.