



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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. Sejarah singkat perusahaan

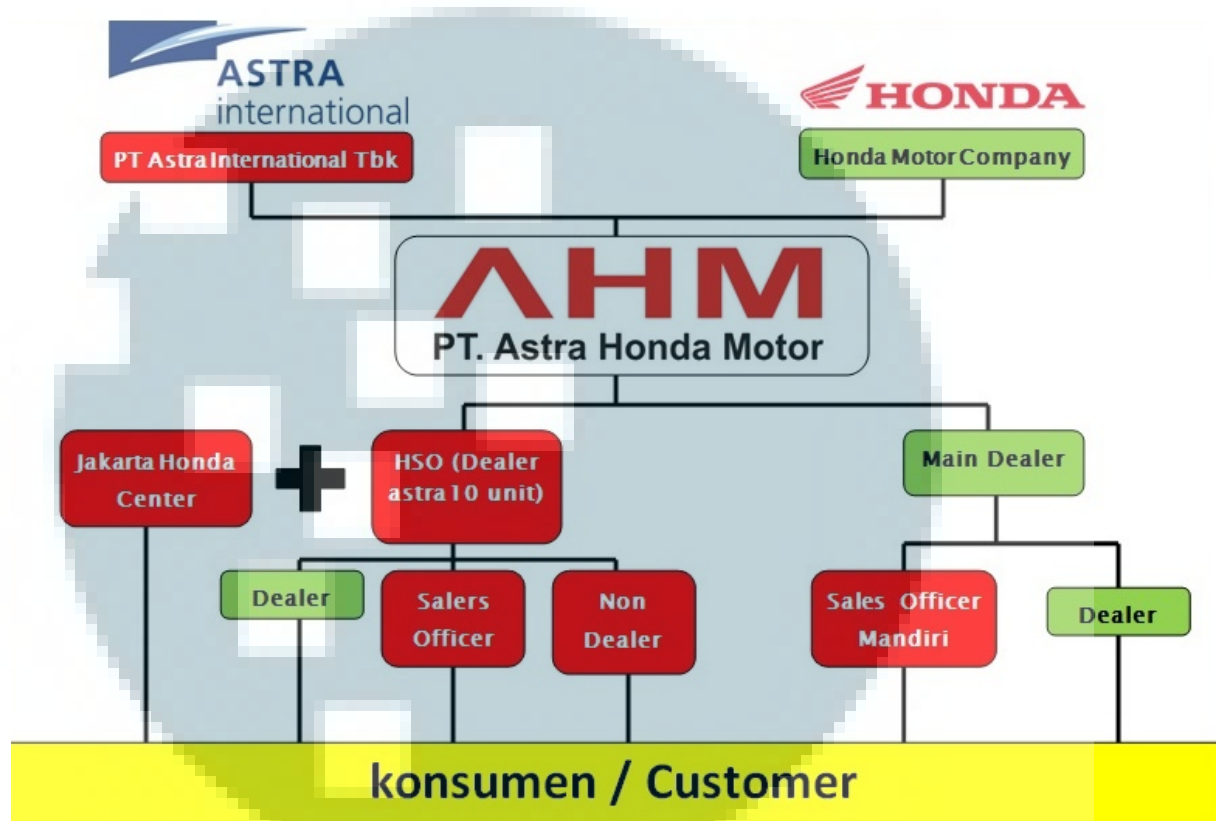
PT Astra International - Honda (Astra Motor) adalah salah satu perusahaan Astra International yang bergerak di bidang operations dengan produk sepeda motor Honda. Didirikan pada tahun 1970, dengan nama Honda Division, Astra Motor dahulu merupakan main distributor sepeda motor Honda. Saat ini, Astra Motor merupakan main dealer yang mencakup sebelas wilayah (region) di seluruh Indonesia. Adapun wilayah-wilayah tersebut mencakup: Palembang, Bengkulu, Jawa Tengah, DI. Yogyakarta, Bali, NTB, Pontianak, Balikpapan, Makassar, Jayapura, dan JHC.

Astra Motor, juga dikenal sebagai Honda Sales Operations. Astra Motor merupakan *brand* yang diusung sebagai wajah perusahaan dalam menjalin hubungan dengan *customer*. Saat ini, Astra Motor dipimpin oleh Sigit Kumala selaku CEO Astra Motor menggantikan Margono Tanuwijaya.

Astra Motor memiliki dua jalur cara menjalin hubungan dengan para customer-nya, yang pertama adalah melalui dealer, yang ke dua adalah melalui sales office yang dikoordinasi dalam divisi retail Astra Motor.

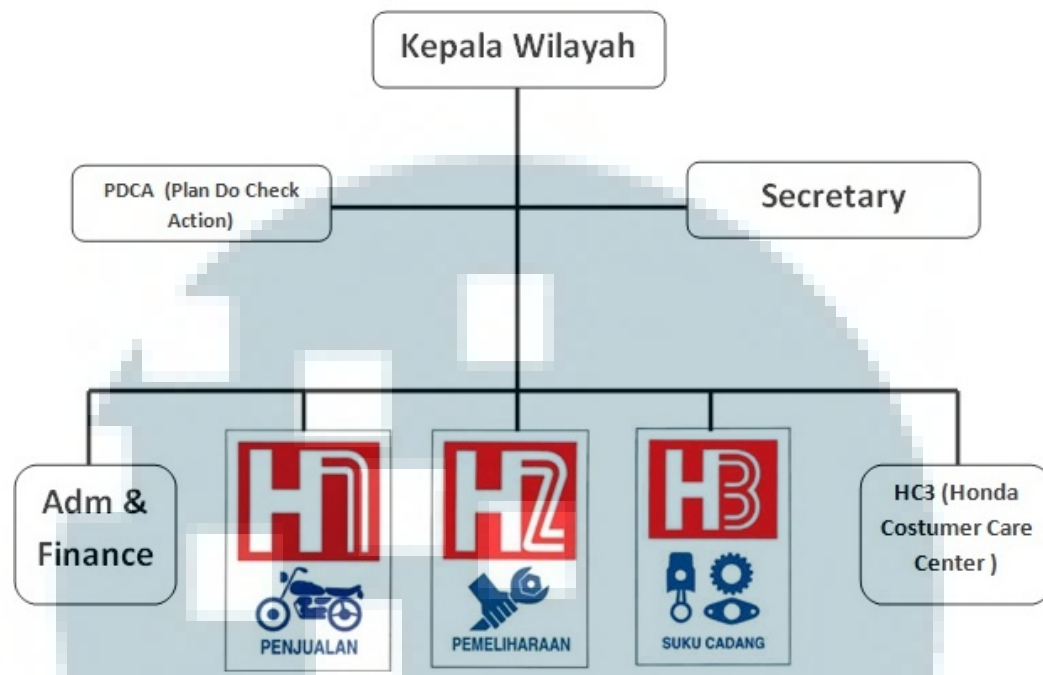
Sebagai salah satu main dealer, Astra Motor berperan dalam mengkoordinasi segala aktivitas *marketing*, logistik, dan termasuk promosi di region. Astra Motor memiliki region-region yang dipimpin oleh region head sebagai pimpinan tertinggi di region tersebut. Region-region ini rutin berkoordinasi dan berinteraksi dengan Astra Motor Head Office yang terletak di kompleks Astra International, Jakarta.

2.2. Struktur organisasi perusahaan



Gambar 2.1 Hubungan antara PT AHM dengan Prinsipal dan customer

Gambar diatas menjelaskan akan struktur yang dimana Astra Honda Motor selaku Produsen dan Distributor Agen tunggal pemegang merek Honda di Indonesia, Sahamnya dimiliki oleh dua perusahaan besar yakni Astra International dan Honda.inc dengan kepemilikan 50:50. AHM memiliki main dealer dibawahnya yang terhubung dengan banyak dealer dibawahnya. Dari main dealer yang tersebar diseluruh Indonesia, Astra International memiliki 10 Main dealer yang tersebar di seluruh Indonesia ditambah dengan Jakarta Honda Center atau sekarang disebut dengan Astra Motor Jakarta. Disini penulis akan lebih membahas bagian Jakarta Honda Center atau sekarang disebut dengan Astra Motor Jakarta.



Gambar 2.2 Struktur dalam kantor wilayah

Gambar diatas menjelaskan struktur Astra Motor Jakarta. yang dimana perdivisi memiliki tujuan dan misinya masing-masing

Setiap Divisi dan Bagiannya, memiliki peran masing-masing yakni :

- Kepala Wilayah : Memiliki tanggung jawab sebagai Kepala utama dalam pengambilan keputusan dalam ranah besar wilayahnya (kepala Wilayah disini menjelaskan Wilayah Astra motor Jakarta)
- PDCA : Plan Do Check Action adalah sebagai pengontrol dalam ranah perputaran kinerja Astra Motor jakarta untuk menjadi lebih baik.
- Secretary : Menjalankan kegiatan kesekretariatan yang berlandaskan terhadap progres operasional dalam Astra Motor Jakarta.
- Administration & Finance : Divisi yang bertanggung jawab akan administratif dalam perusahaan, meliputi dunia keuangan.

- H1 penjualan : Divisi yang bertanggung jawab penuh terhadap bagian penjualan yang menjadi bagian dasar dalam pemasaran sepeda motor Honda.
- H2 Pemeliharaan : Divisi yang bergerak di bidang perawatan sepeda motor konsumen yang menjadi wadah utama dalam service sepeda motor after sales.
- H3 Suku Cadang : Divisi yang melakukan penjualan suku cadang dari sepeda motor Honda untuk perawatan operational dalam penggunaan konsumen.
- HC3 (Honda Customer Care Center) : Divisi yang menjadi suara layanan konsumen (customer care service) yang memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen meliputi before after sales.

2.3 Visi dan Misi perusahaan.

Vision :

"To be the Preferred Main Dealer and Motorcycle Retailer of Choice by Providing Solution that Exceeds People's Expectations"

Yang dapat diartikan menjadi :

Menjadi main dealer dan penjual motor pilihan dengan memberikan solusi yang melebihi harapan masyarakat.

Mission :

"To bring More Values to Stakeholders, To be Socially Responsible and being Environmentally Friendly"

Yang dapat diartikan menjadi :

Membawa nilai lebih kepada Stakeholders, agar bertanggung jawab dan menjadi lingkungan yang bersahabat.

2.4 Situasi Perusahaan

Pendalaman Materi akan teknis kerja sangat penting dipelajari untuk sisi baik terhadap penulis dengan perusahaan. Era global dengan pertumbuhan penduduk yang tinggi membuat Astra Motor Jakarta menerapkan berbagai cara untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat akan produk dan jasanya dalam dunia otomotif. Berikut pengaplikasian IMC (*Integrated Marketing Communication*) yang sudah berjalan di Astra Motor Jakarta :

1. Pemasangan iklan melalui media cetak surat kabar (koran), yang sudah sesuai dengan iklan promo yang disebar melalui flyer.
2. Partisipasi Sponsorship dalam Event-event terutama yang bertemakan akan *Safety Riding* , kendaraan ramah lingkungan (injection) dan keamanan dalam berkendara.
3. Flyering, umbul-umbul, baliho dan beberapa media Visual yang dipajang bersifat komunikatif dan terintegrasi.
4. Menggunakan media jejaring sosial dan website untuk mendukung aktivitas pemasaran.

UMMN