

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

PT Astra International Tbk merupakan sebuah perusahaan multinasional yang didirikan oleh William Soerjadaja, Liem Peng Hong, dan Tjia Kian Tie di Jakarta pada tahun 1957. Pada saat itu Astra didirikan pertama kali sebagai perusahaan trading dan diberi nama Astra International Inc, tetapi pada tahun 1990, Astra International Inc diubah menjadi PT Astra International Tbk. Adanya perubahan yang dilakukan memiliki tujuan untuk memasarkan penawaran umum pencatatan saham Perseroan di Bursa Efek Indonesia dengan menggunakan kode ASII (PT. Astra International Tbk.). Dalam memperluas perusahaan, Astra memiliki beberapa kegiatan usaha yang dijalankan oleh perusahaan yang mencakup perdagangan umum, perindustrian, pertambangan, pengangkutan, pertanian, pembangunan, jasa dan konsultasi. Astra mengembangkan bisnisnya dalam tujuh segmen usaha yang terdiri dari:

1. Otomotif

Jaringan bisnis Otomotif Astra yang menyediakan pilihan dan solusi guna memenuhi kebutuhan transportasi bagi masyarakat.

2. Jasa Keuangan

Jaringan bisnis Astra yang berupa portofolio bisnis jasa keuangan yang dapat memberikan layanan dalam memberikan berbagai dukungan finansial untuk melayani konsumen.

3. Alat Berat, Pertambangan, Konstruksi & Energi

Jaringan bisnis Astra dalam menyediakan solusi alat berat, baik dalam segi pertambangan maupun energi dengan pengalaman yang lebih dari 50 tahun di Indonesia.

4. Agribisnis

Jaringan bisnis Astra yang mengintegrasikan teknologi terbaru dalam mengembangkan perkebunan kelapa sawit yang bersifat berkelanjutan yang ramah lingkungan.

5. Infrastruktur dan Logistik

Jaringan bisnis Astra yang hadir menyediakan solusi terbaik guna memajukan perkembangan infrastruktur dan logistik di Indonesia

6. Teknologi Informasi

Jaringan bisnis yang berfokus pada bisnis *printing* dan *digital services* untuk memberikan solusi dokumen, teknologi informasi, dan perkantoran.

7. Properti

Jaringan bisnis Astra yang melahirkan perusahaan pengembang, manajemen, dan investasi di sektor properti dengan memberikan pengalaman pengembangan kelas dunia.

PT Astra Digital Internasional merupakan anak perusahaan yang dirintis oleh PT Astra International Tbk yang didirikan sejak 19 April 2018. Astra Digital sendiri masuk ke dalam sektor bisnis Teknologi dan Informasi dimana memiliki peranan dalam mengubah pemasaran konvensional menjadi pemasaran digital serta mengembangkan dan mendukung digitalisasi *business unit* yang dimiliki oleh Astra International. Dalam Astra Digital Internasional, perusahaan memiliki layanan antara lain, *digital ventures, venture building, strategy & consulting, digital marketing data intelligence*, dan *academy & technology*.

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

2.2 Logo Perusahaan

2.2.1 Logo PT Astra Internasional



Gambar 2.2 1 Logo PT Astra International Tbk

(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2024)

Gambar 2.2.1 menunjukkan Logo PT. Astra International Tbk menggambarkan empat sudut yang merupakan dasar logo, melambangkan falsafah Astra yaitu Catur Dharma. Warna biru pada logo Astra menggambarkan langit yang tidak terbatas seperti juga kemampuan dan kesempatan Astra dalam memberikan pelayanan yang tidak terbatas. Bintang berekor pada logo astra memiliki arti terus menjelajahi langit yang melambangkan semangat Astra dalam melakukan usaha dan inisiatif baru untuk meningkatkan pelayanan Astra kepada pelanggannya. Garing lengkung bumi dan *international* menggambarkan semangat Astra untuk menuju “*go global*” dimana mengembangkan kemampuan seluas mungkin.

2.2.2 Logo PT Astra Digital International



Gambar 2.2 2 Logo PT Astra Digital Internasional

(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2024)

Gambar 2.2.2 menunjukkan Logo dari PT Astra Digital Internasional memiliki arti dalam memberikan layanan digital atau mendigitalisasi perusahaan klien baik di dalam cakupan perusahaan-perusahaan grup bisnis Astra, maupun

perusahaan diluar Astra (*international*). PT Astra Digital Internasional memberikan layanan digital melalui 6 pilar yaitu, *Digital Ventures, Venture Building, Strategy & Consulting, Digital Marketing, Data Intelligence*, dan *Academy & Technology*.

2.3 Filosofi, Visi, dan Misi Perusahaan

2.3.1 Nilai Perusahaan



Gambar 2.3 1 Filosofi Astra International

(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2024)

Nilai yang dimiliki perusahaan Astra Digital adalah nilai yang dipegang oleh Astra International sebagai perusahaan yang menaungi Astra Digital Internasional yaitu “Catur Dharma” yang dimana terdiri dari empat butir filosofi seperti yang tergambar di atas yang sebagai berikut.

1. Menjadi milik yang bermanfaat bagi bangsa dan negara (Lingkar)
2. Memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan (Intan)
3. Menghargai individu dan membina kerja sama (Heksagon)
4. senantiasa berusaha mencapai yang terbaik (Panah)

Berdasarkan dari Catur Dharma yang dimiliki oleh Astra International, Astra ingin menjadikan Astra Digital menjadi perusahaan yang memberikan dampak bagi bangsa dan negara dengan pelayanan dan kinerja yang baik sebagai bentuk kualitas yang dapat bersinergi antar grup Astra, tim, *partner*, dan klien lainnya.

2.3.2 Visi Perusahaan

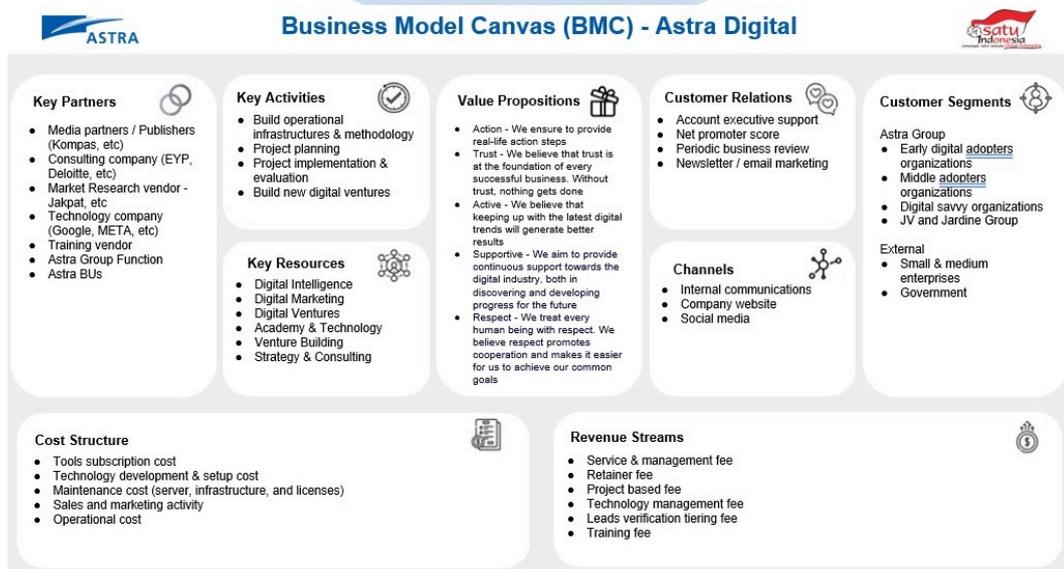
1. Menjadi salah satu perusahaan dengan pengelolaan terbaik di Asia Pasifik dengan pertumbuhan yang berkelanjutan dan struktur keuangan yang solid.
2. Menjadi perusahaan yang *intelligent* dan *agile* yang berfokus pada karyawan, pelanggan, dan masyarakat.

2.3.3 Misi Perusahaan

1. Sejahtera bersama bangsa dengan memberikan nilai terbaik kepada para pemangku kepentingan.

2.4 Layanan Perusahaan

Menurut Osterwalder & Pigneur dalam jurnal yang ditulis Safitri (2020) BMC terdiri dari 9 bangunan bisnis yang berisikan elemen-elemen penting yang menjelaskan bagaimana suatu perusahaan dapat menciptakan manfaat serta mendapatkan manfaat dari para pelanggannya.



Gambar 2.4 Business Model Canvas Astra Digital Internasional

(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2024)

Gambar 2.4 Merupakan Business Model Canvas dari perusahaan Astra Digital Internasional yang menjelaskan baik dari segmentasi konsumen (*customer*

segments), proposisi nilai konsumen (*value propositions*), saluran (*channels*), sumber pendapatan (*revenue streams*), sumber daya (*key resources*), hubungan konsumen (*customer relations*), aktivitas (*key activities*), kerjasama (*key partners*) dan struktur biaya (*cost structure*).

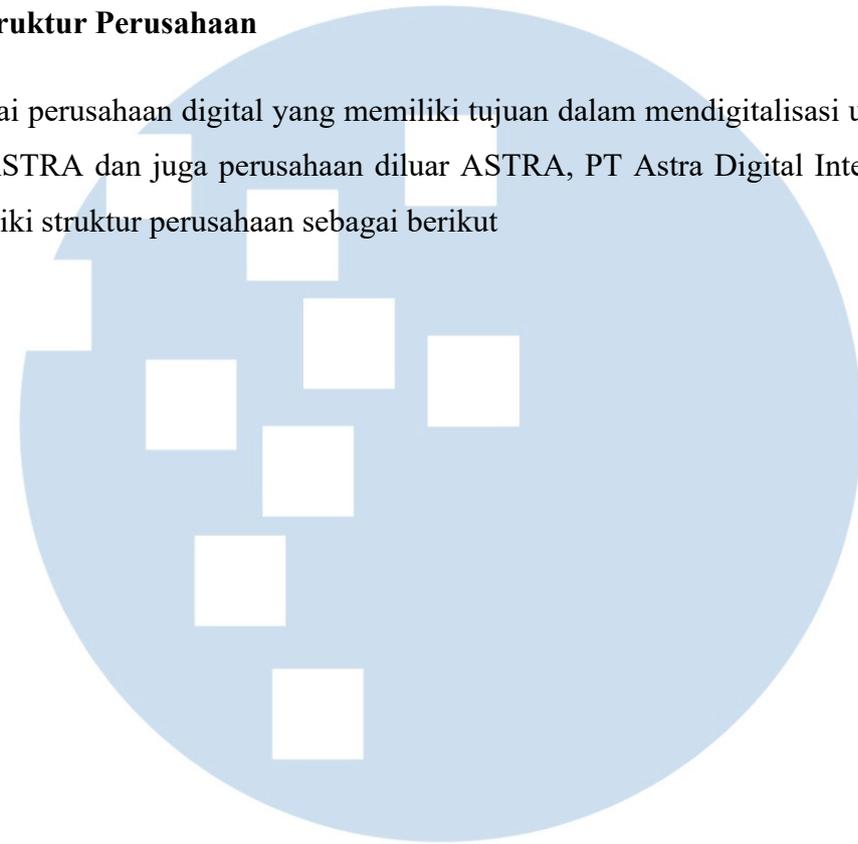
Perusahaan Astra Digital Internasional hadir dalam mendukung grup Astra dan klien internasional dengan menyediakan beberapa layanan seperti yang sudah tertera pada business model canvas (BMC) diatas. Bentuk layanan yang diberikan perusahaan sebagai berikut :

1. *Digital Ventures* merupakan layanan dengan menyediakan lapak untuk berinvestasi dan berkolaborasi dengan perusahaan rintisan digital lainnya. Bentuk layanan *digital ventures* yang diberikan berbentuk penyaluran dana guna membiayai *startup* teknologi di berbagai sektor sebagai bentuk andil dalam agenda transformasi *digital* grup.
2. *Venture building* merupakan bentuk layanan dalam membantu pengembangan usaha rintisan yang menjadi strategi penting bagi sebuah perusahaan. Astra telah melakukan proses inkubasi dan meluncurkan beberapa usaha dan produk digital baru sebagai bentuk tanggapan dalam menghadapi perubahan perkembangan teknologi dan juga permintaan yang beragam.
3. *Strategy and Consulting* merupakan bentuk layanan yang menyediakan konsultasi digital dan membangun peta jalan strategi digital yang komprehensif untuk menghasilkan dampak bisnis yang nyata dan juga meningkatkan efisiensi organisasi secara menyeluruh
4. *Digital Marketing* merupakan bentuk layanan berupa konsultasi strategis pemasaran digital *end-to-end* dan implementasi pemasaran untuk akuisisi dan keterlibatan dalam keberhasilan pelanggan dengan menganalisa *performance marketing* dan mengelola *digital creative* yang dibuat.
5. *Data Intelligence* merupakan bentuk pelayanan yang memberikan layanan profesional intelijen data guna mengidentifikasi peluang baru dan memaksimalkan potensi penggunaan data untuk menghasilkan keputusan yang lebih cerdas.
6. *Academy and technology* merupakan layanan yang membangun dan memperkaya kapabilitas digital serta menanamkan cara kerja digital dan

budaya inovasi.

2.5 Struktur Perusahaan

Sebagai perusahaan digital yang memiliki tujuan dalam mendigitalisasi unit bisnis dari ASTRA dan juga perusahaan diluar ASTRA, PT Astra Digital Internasional memiliki struktur perusahaan sebagai berikut

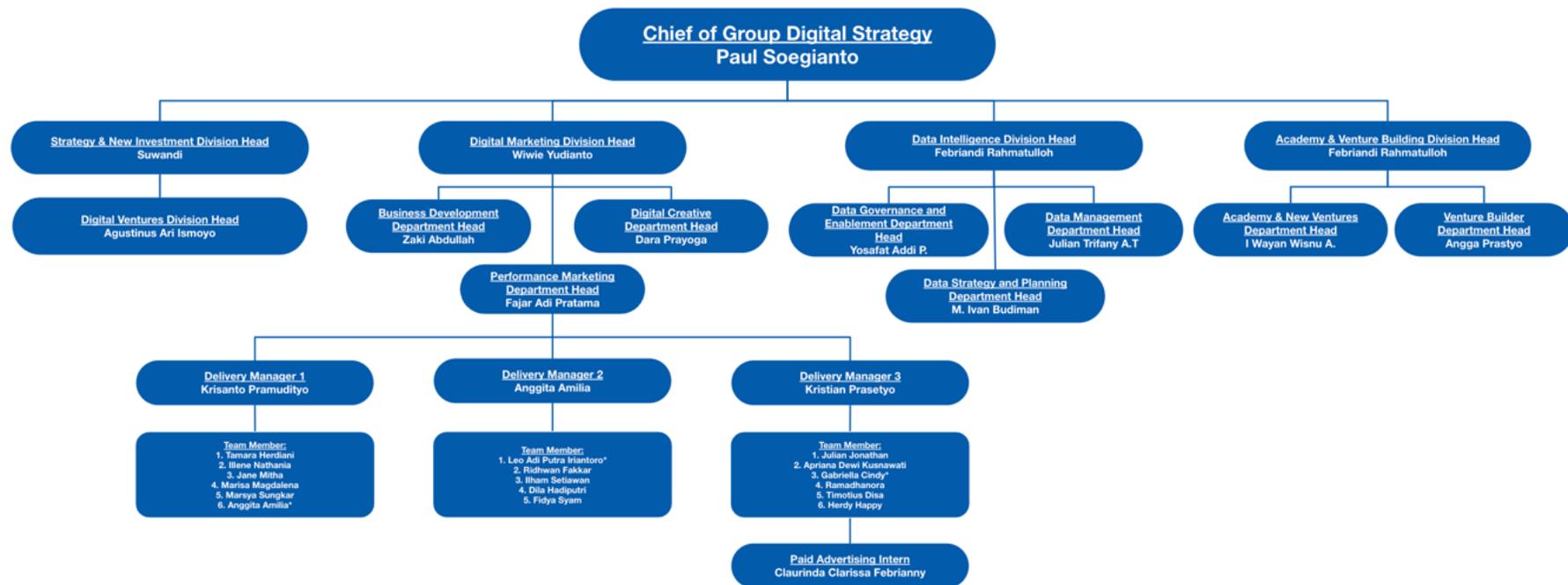


UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Company Structure AstraDigital



Gambar 2.5 1 Struktur Perusahaan PT Astra Digital Internasional
(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2024)

Gambar 2.3.1 Merupakan gambar struktur perusahaan PT Astra Digital Internasional. Astra Digital Internasional disebut juga sebagai *Group Digital Strategy* yang dimana dipimpin oleh Paul Sugianto sebagai Presiden Direktur dari Astra Digital Internasional. Membangun perusahaan ini menjadi lebih besar, di dalam perusahaan ini terdapat empat divisi yang mencakup enam layanan yang dimiliki Astra Digital Internasional. Divisi tersebut meliputi *Strategy & New Investment, Data Intelligence, Academy & Venture Building*, dan *Digital Marketing*. Semua divisi ini memiliki peranan masing-masing dalam membantu unit bisnis melakukan digitalisasi pada layanan pemasaran.

Salah satu divisi yang memiliki peranan paling besar dalam mendukung perusahaan Astra Digital Internasional tersendiri adalah divisi pemasaran digital. Divisi pemasaran digital merupakan divisi yang dipimpin oleh Wiwie Yudiantyo selaku *Division Head* yang menaungi subdivisi lainnya. Subdivisi pemasaran digital meliputi divisi *Business Development, Performance Marketing & CRM*, dan *Digital Creative*. Setiap subdivisi memiliki *department head* yang bertugas untuk memastikan fungsi dari setiap divisi dapat berjalan dengan baik.

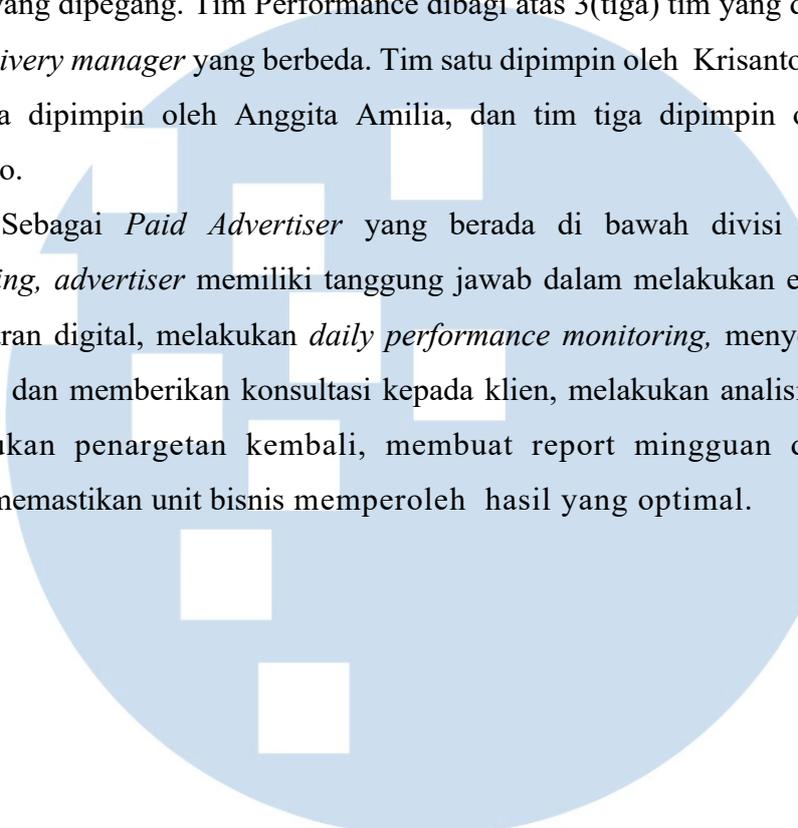
Divisi *Business Development* adalah tim yang dipimpin oleh Zaki Abdurrasyid yang memiliki tugas untuk menemukan peluang bisnis baru dengan membangun dan memelihara hubungan klien, membuat rencana penjualan, dan bekerja dengan tim lain untuk memastikan penawaran perusahaan selaras dengan permintaan pelanggan sehingga dapat memperoleh klien baru dan mempertahankan klien lama untuk tetap menggunakan jasa dari Astra Digital Internasional.

Divisi *Digital Creative* adalah tim yang dipimpin oleh Dara Prayoga yang memiliki tugas untuk membentuk dan mengembangkan ide kreatif, memproduksi konten, melakukan manajemen media sosial. Tim *Digital Creative* memiliki peranan penting dalam membantu tim *business development* dalam melakukan *pitching* dengan klien dan melakukan implementasi permintaan *new key visual* untuk kampanye iklan.

Divisi *Performance Marketing* adalah tim yang dipimpin oleh Fajar Adi Pratama yang memiliki tugas untuk meningkatkan cara bisnis dalam melakukan

digitalisasi atau melakukan pemasaran digital. Tim Performance Marketing juga memiliki beberapa tim dalam mempermudah proses pembagian tugas setiap unit bisnis yang dipegang. Tim Performance dibagi atas 3(tiga) tim yang dipimpin oleh tiga *delivery manager* yang berbeda. Tim satu dipimpin oleh Krisanto Pramudityo, tim dua dipimpin oleh Anggita Amilia, dan tim tiga dipimpin oleh Kristian Prasetyo.

Sebagai *Paid Advertiser* yang berada di bawah divisi *performance marketing*, *advertiser* memiliki tanggung jawab dalam melakukan eksekusi pada pemasaran digital, melakukan *daily performance monitoring*, menyediakan hasil analisis dan memberikan konsultasi kepada klien, melakukan analisis *key visual*, melakukan penargetan kembali, membuat report mingguan dan bulanan untuk memastikan unit bisnis memperoleh hasil yang optimal.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized 'U' and 'M' inside a circle, with the letters 'U', 'M', and 'N' arranged vertically below it.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA