

## BAB II

### GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

#### 2.1 Tentang Persada Lampung Raya

Persada Lampung Raya merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang otomotif yang mendistribusikan dan memproduksi truk dan bus bermerek Hino. PT. Persada Lampung Raya sendiri didirikan pada tahun 1982. PT Persada Lampung Raya banyak menyediakan produk dan layanan kendaraan berkualitas tinggi. Produk premiumnya terkenal dengan kualitas, keandalan, dan inovasinya, menjadikannya pilihan utama di pasar.

Hino Persada Lampung Raya sendiri telah menjadi salah satu pemimpin industri otomotif di wilayah Lampung dan sekitarnya. Sebagai bagian dari Hino Motors, perusahaan ini mewakili merek terkenal secara global dalam produksi truk dan bus berkualitas tinggi. Produk-produk tersebut dirancang untuk berbagai keperluan, mulai dari pengangkutan barang hingga pengangkutan penumpang. Hino Persada Lampung Raya juga memberikan layanan purna jual seperti pemeliharaan, perbaikan dan penyediaan suku cadang untuk menjamin kepuasan pelanggan.



**Gambar 2.1** Perusahaan Hino  
(Sumber Hino Persada Lampung Raya, 2023)



**Gambar 2.2** Logo Perusahaan Hino  
(Sumber Hino Persada Lampung Raya, 2023)



**Gambar 2.3** Logo Persada Lampung Raya  
(Sumber hino-persada-lampung-raya, 2024)

Hino Persada Lampung Raya sendiri masih berada dibawah naungan dari Hino Motors Sales Indonesia (HMSI). Pada 1 Februari 2020, PT Hino Motors Sales Indonesia (HMSI), distributor utama Kendaraan Hino di Indonesia, mengumumkan pergantian kepemimpinan. Masato Uchida menjabat sebagai Presiden Direktur HMSI yang baru, menggantikan Hiroo Kayanoki yang sukses membimbing HMSI selama 6 tahun terakhir.

Di bawah kepemimpinan Kayanoki, Hino muncul sebagai penyedia truk *medium duty* terkemuka di Indonesia, posisi yang dipegangnya selama dua dekade terakhir. Selain itu, Hino mengalami pertumbuhan signifikan dalam pangsa pasar truk ringan, dengan Hino Dutro mencapai pangsa pasar sebesar 22% pada akhir tahun 2019. Sepanjang periode ini, Hino tetap berkomitmen untuk meningkatkan layanan dukungannya, memastikan bahwa bisnis konsumen menerima tingkat layanan tertinggi.

Hino sendiri berusaha menyediakan nilai ke pelanggan dan masyarakat luas dengan memenuhi misi yaitu “Kami membuat dunia dan masa depan yang lebih baik dengan menolong orang dan barang mencapai tempat yang mereka tuju.” Di tengah kondisi perubahan sarana transportasi dan logistik secara drastis, Hino menghadapi bermacam-macam tantangan seperti karbon netral, Teknologi CASE (*connected - autonomous - shared & electric*), dan *digitalisasi*, yang menuntut Hino untuk berpikir kembali bagaimana caranya menyediakan nilai sebagai sebuah perusahaan.

Hino pada akhirnya merubah prinsip mereka yang pada awalnya merupakan perusahaan pembuat truk/bis menjadi perusahaan yang menyelesaikan masalah pelanggan dan masyarakat luas. Dalam ketergesaan untuk berkembang, Hino kehilangan arah akan apa yang penting, sehingga terjadi praktik pemalsuan identifikasi yang menyebabkan tidak nyaman untuk pelanggan dan pemangku kepentingan lainnya.

Pemilik Hino sendiri percaya bahwa penting bagi masing-masing dari kita untuk mengenali nilai dan aspirasi kita bersama dan berpikir dan bertindak secara mandiri dengan mengikuti prinsip berdirinya kita, yaitu “berguna baik untuk pelanggan individu dan masyarakat,” di posisi terdepan pikiran kita. Dengan melakukan ini akan mengarahkan kita ke praktik dan kepatuhan kerja yang benar, dan tempat kerja di mana karyawan dapat bekerja dengan penuh semangat dan memberikan manfaat untuk pelanggan dan masyarakat.

Supaya semua anggota Grup Hino dapat bekerja sama sebagai “Tim Hino” bersatu dengan tujuan yang sama, Perusahaan Hino telah merevisi dan mengatur ulang kebijakan dasar kami untuk merumuskan Prinsip Dasar HINO, Kebijakan Keberlanjutan HINO, dan Pedoman Perilaku HINO. Ini secara kolektif dinamai “HINO Way.”

Prinsip Dasar HINO adalah batu landasan untuk keputusan dan tindakan, sedangkan Kebijakan keberlanjutan HINO adalah janji kita untuk mewujudkan masyarakat berkelanjutan, dan Pedoman Perilaku HINO berisikan standar spesifik untuk perilaku karyawan.

HINO Way menggabungkan 3 nilai Hino yang unik yaitu:

Nilai yang pertama adalah integritas. Premis utama dari kegiatan perusahaan adalah kepatuhan, tanpanya kita tidak dapat bertahan hidup sebagai seorang anggota masyarakat. Dengan dasar itu, Perusahaan akan proaktif berusaha mencapai tanggung jawab sosial dan mematuhi standar etik perusahaan. “Integritas” berarti bertindak dengan tulus, jujur, dan terhormat.

Nilai yang kedua adalah kontribusi, yang merupakan tujuan utama dari eksistensi perusahaan kita. Hino mendukung transportasi dan bisnis logistik pelanggan melalui produk dan layanan, dan dengan itu memberikan kontribusi untuk masyarakat luas. Selain memberikan produk dan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan, kami menangani masalah dan keraguan pelanggan dengan serius, dan bekerja dengan mereka untuk menyelesaikannya dengan kesadaran, tanggung jawab dan kebanggaan sebagai profesional.

Kegiatan perusahaan secara umum, termasuk manufaktur dan menjual produk dan menyediakan layanan, mempunyai dampak langsung ke keselamatan manusia dan lingkungan sekarang dan masa depan. Maka dari itu, menyelesaikan masalah sosial dan berkontribusi untuk mewujudkan masyarakat berkelanjutan adalah misi yang penting bagi kami sebagai sebuah perusahaan.

Nilai yang ketiga adalah budaya perusahaan yang menekankan empati. Hino melakukan hal tersebut bertujuan menciptakan budaya perusahaan di mana karyawan dapat bekerja penuh semangat dengan rekan kerjanya dalam sebuah lingkungan yang terbuka, aman (baik pikiran maupun fisik) dan dapat dipercaya.

Kami menghargai empati sebagai langkah pertama dalam menciptakan budaya seperti itu, yang berarti kami menghormati satu sama lain dan mengerti serta menghargai pemikiran dan pendapat satu sama lain.

Setiap dari Perusahaan bersatu di bawah tujuan yang sama berdasarkan HINO Way, berkomitmen untuk bekerja dengan semangat kuat untuk terus memperbaiki diri. Hino yang baru akan menjadi sebuah perusahaan yang penting dan dihargai oleh pelanggan dan masyarakat. Dan juga, melalui kontribusi Hino untuk pelanggan dan masyarakat, maka karyawan dapat melihat makna pekerjaan mereka dan mengalami pertumbuhan pribadi, dan dengan itu menjadi bangga akan nilai di Hino.

Bukan hanya itu saja, Hino memiliki kebijakan keberlanjutan yaitu Prinsip Dasar Hino menyatakan “Kami membuat dunia dan masa depan yang lebih baik dengan menolong orang dan barang mencapai tempat yang mereka tuju” sebagai misi perusahaan. Grup HINO bertekad untuk berkontribusi dalam mewujudkan masyarakat berkelanjutan melalui pemecahan masalah dan tantangan yang berhubungan dengan pergerakan orang dan barang. Untuk mencapai itu Grup HINO akan bertindak dengan integritas sesuai dengan semangat Kebijakan Keberlanjutan

Persada Lampung raya sendiri telah mendapatkan beberapa penghargaan dari awal perusahaan tersebut berdiri hingga sekarang ini. Penghargaan tersebut didapatkan sebagai bentuk pengakuan atas prestasi atau kontribusi perusahaan dalam berbagai aspek, seperti mutu produk, tanggung jawab sosial, keberlanjutan, dan keunggulan dalam industri. Penghargaan ini memberikan manfaat yang besar kepada perusahaan, seperti meningkatkan reputasi dan kepercayaan di mata konsumen, investor, dan rekan bisnis.

Penghargaan juga memiliki potensi untuk meningkatkan semangat dan rasa bangga karyawan, mendorong mereka untuk terus mengembangkan ide-ide baru dan memberikan kinerja yang optimal. Dari segi strategi, penghargaan juga bisa digunakan sebagai alat pemasaran yang efisien, menarik perhatian media dan masyarakat, serta membuka potensi baru untuk pertumbuhan bisnis.

Dengan menerima penghargaan, perusahaan menunjukkan keseriusan mereka terhadap mutu dan prestasi, yang pada akhirnya dapat memperkuat posisi mereka di pasar dan meningkatkan daya saing mereka. Penghargaan juga bisa menjadi daya tarik bagi para *investor* karena perusahaan yang diakui atas pencapaian-pencapaiannya dianggap memiliki prospek yang cerah dan dikelola dengan efisien.

Penerimaan penghargaan juga mendorong perusahaan untuk terus meningkatkan standar operasional dan etika bisnis mereka. Ini memberi mereka motivasi tambahan untuk terus berusaha lebih baik. Sangat penting dalam situasi keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, ketika perusahaan diharapkan tidak hanya meraih laba, melainkan juga ikut memberikan manfaat yang positif bagi masyarakat dan alam sekitarnya.

Pengakuan dalam *kategori Corporate Social Responsibility (CSR)* atau keberlanjutan, sebagai contoh, mencerminkan komitmen perusahaan terhadap prinsip-prinsip bisnis yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Mendapatkan pengakuan yang diberikan kepada perusahaan membawa banyak keuntungan yang penting.

Penghargaan yang didapatkan oleh Hino Persada Lampung Raya yaitu:

- Sebagai 3S Dealer Terbaik Regional Sumatera periode Januari – Juni 2011
- Sebagai Service Dealer Terbaik Regional Sumatera periode Januari – Juni 2011
- Sebagai 3S Dealer Terbaik Regional Sumatera periode Januari – Juni 2012
- *The Best Dealer for Performance Sales Cat III Region Sumatera period Januari – May 2015*
- *The Best Dealer Performance for Ranger Sales Region Sumatera period Januari – May 2016*
- *The Best Dealer for Hoyu Region Sumatera period 2021*
- *The 3RD Best Dealer for EURO4 Region Sumatera period 2022*

- *The Best Dealer for Dutro Sales Region Sumatera period 2022*
- *The Best Dealer for Ranger Sales Region Sumatera period 2022*
- *Juara 3 Kategori Dealer Kaizen Sales 10 November 2022*
- *Telematics Awarding 2022 Best Dealer Area Sumatera*
- *Hino Dealer Quality Award Gold 2023*



MULTIMEDIA  
 NUSANTARA







**Gambar 2.4** Penghargaan Hino Persada Lampung Raya

## 2.2 Visi dan Misi

Visi dan misi merupakan dua unsur mendasar yang menentukan arah dan tujuan suatu organisasi atau perusahaan. Visi adalah gambaran ideal masa depan yang ingin dicapai suatu organisasi, yang mencerminkan aspirasi jangka panjang dan memberikan panduan untuk pengambilan keputusan strategis. Misi itu sendiri menggambarkan alasan keberadaan organisasi dan menjelaskan apa yang dilakukannya, siapa yang dilayaninya, dan bagaimana cara mencapainya. Maka dari itu, perusahaan tentunya akan memiliki Visi Misi untuk menjadi pedoman, yang nantinya dapat dijunjung tinggi oleh pemangku kepentingan pada perusahaan tersebut dan juga para karyawan.

### Visi

Menjadi perusahaan yang dapat diandalkan, terpercaya, dan terus berkembang seiring dengan tidak terbatasnya pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat di sekitar kita.

## Misi

- Memahami dan memenuhi kebutuhan pasar
- Mendahului melalui produk dan layanan bernilai tambah
- Mengembangkan dan memaksimalkan potensi karyawan kami
- Memuaskan harapan pelanggan melalui peningkatan layanan yang berkelanjutan
- Berkontribusi pada perkembangan masyarakat dan lingkungan kita

Melalui visi misi, perusahaan memastikan bahwa strategi komunikasi ke *internal* dan *eksternal* berjalan efektif dan konsisten. Dengan tujuan untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang positif Tujuan utamanya adalah untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang positif dengan semua pemangku kepentingan seperti karyawan, pelanggan, mitra bisnis, dan juga masyarakat umum.

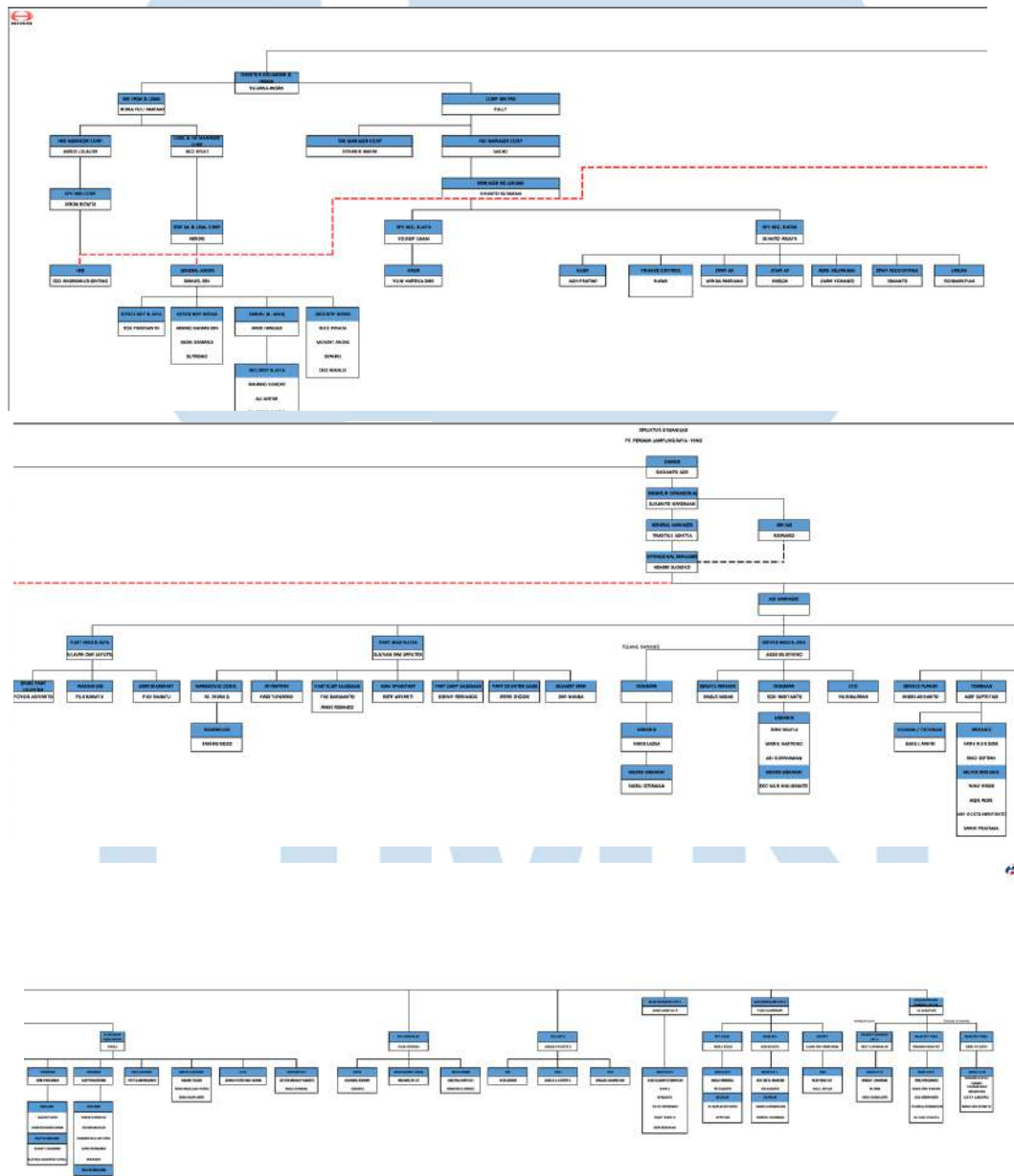
Dengan menerapkan strategi komunikasi yang baik, perusahaan dapat memastikan bahwa semua pihak yang berkepentingan sudah mendapatkan pesan yang tepat pada waktu yang telah ditentukan, membantu membangun hubungan yang kuat dan positif serta mendukung pencapaian tujuan bisnis. Berikut adalah beberapa elemen utama dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan:

1. Memiliki tujuan komunikasi seperti:
  - Membangun Merek: perusahaan Menetapkan dan memperkuat identitas perusahaan.
  - Menginformasikan: Menyediakan informasi yang relevan dan berguna kepada *audience internal* dan *eksternal*.
  - Mempengaruhi: Mengarahkan perilaku dan persepsi pemangku kepentingan.
  - Mengelola Krisis: Menyampaikan informasi selama situasi krisis untuk mengurangi dampak negatif.

## 2. Memiliki Saluran Komunikasi

- Internal: Email perusahaan, intranet, bulletin *board*, rapat, dan *newsletter*.
- Eksternal: *Website*, media sosial, *press release*, iklan, dan *event* perusahaan

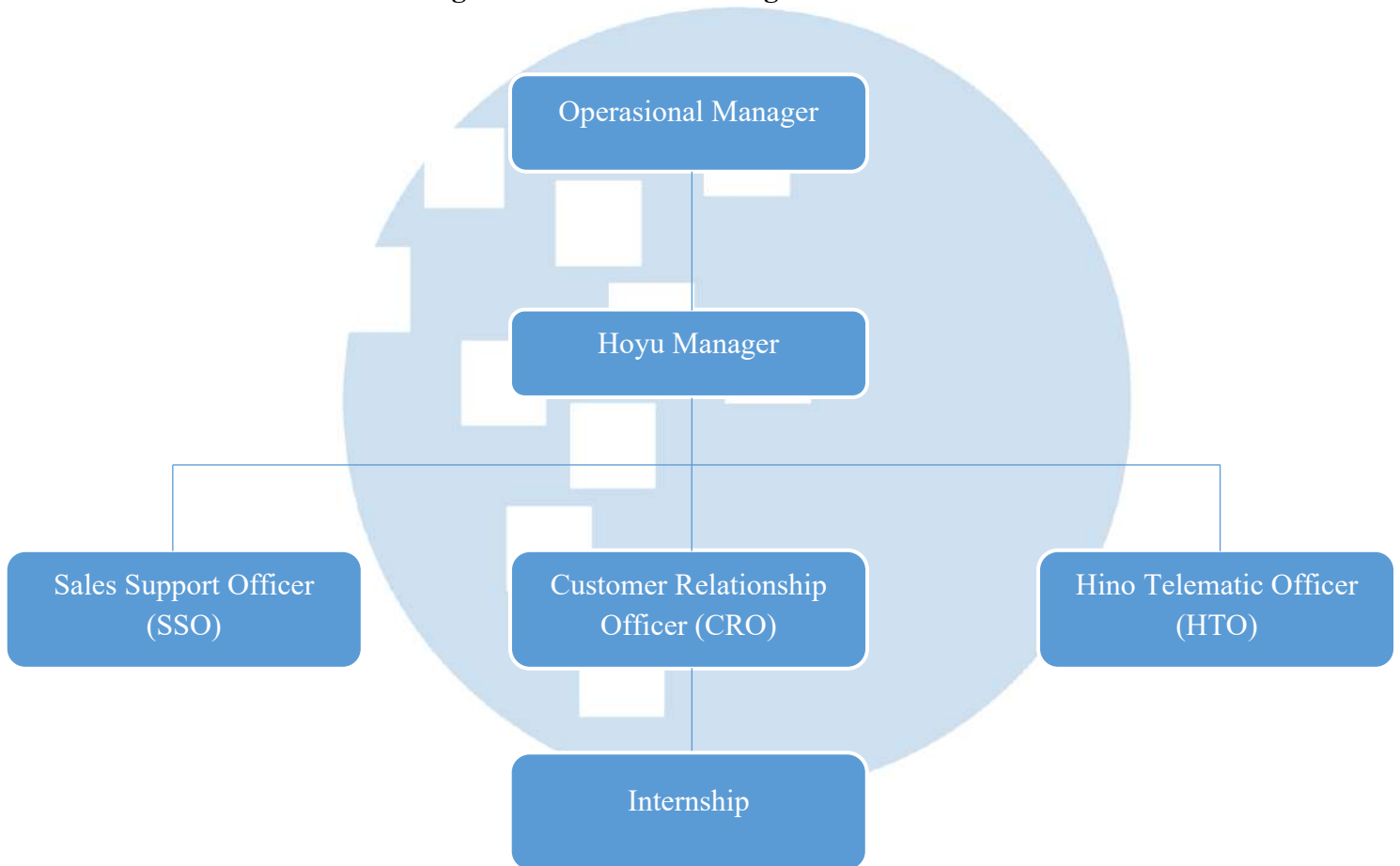
### 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan PT. Persada Lampung Raya



**Gambar 2.5** Struktur organisasi PT Persada Lampung Raya

(sumber Data Internal Perusahaan, 2024)

## 2.4 Struktur Organisasi Divisi Marketing



**Gambar 2.6** Struktur Departemen Kreatif

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

## 2.5 Ruang Lingkup Kerja Divisi *Digital Marketing*

Divisi *Digital Marketing* pada perusahaan Hino Persada Lampung Raya memiliki nama divisi yaitu Hoyu yang berada di bawah naungan operasional manager. Operasional Manager merupakan divisi yang bertugas untuk merencanakan kegiatan operasional dalam jangka pendek dan jangka panjang, mengatur struktur organisasi dan mengalokasikan sumber daya secara efisien untuk memastikan kelancaran operasi, dan pengembangan &

penerapan sistem dan prosedur operasi yang efektif untuk meningkatkan produktivitas.

Hoyu sendiri memiliki seorang Supervisi yaitu Angga Prasetyo yang memiliki jabatan sebagai Hoyu Manager dan memiliki 3 staff dari divisi *Sales Support Officer*, *Customer Relationship Officer*, dan *Hino Telematic Officer*. Hoyu Manager bertugas untuk mengelola database *customer* dan mengimplementasi strategi HOYU *Marketing*, membuat program penjualan terkait Sales maupun After Sales dan klasifikasi berdasarkan database *customer* sebagai dasar HOYU *Business Activity Sales team* dan mengatur peranan SSO & CRO dalam pengelolaan database.

Sedangkan *Sales Support Officer* sendiri bertanggung jawab untuk melakukan analisis pasar berdasarkan data yang diperoleh dari *dealer* internal dan sumber eksternal, menghasilkan laporan aktivitas penjualan, dan melaksanakan event yang diadakan dealer. Selanjutnya tugas dari *Customer Relationship Officer* adalah menjaga hubungan baik dengan *customer* dengan memastikan bahwa keseluruhan prosedur penyerahan unit telah dilaksanakan dan mengkomunikasikan dengan internal perusahaan bila ada keluhan *customer*.

Dan yang terakhir tugas dari *Hino Telematic Officer* yaitu menjaga hubungan baik dengan *customer* dengan cara memastikan bahwa *telematic* dalam kendaraan tersebut berfungsi dengan baik sehingga para *customer* akan merasa nyaman. Karena *telematic* sendiri merupakan hal yang penting bagi pembisnis karena mereka dapat melakukan pemantauan terhadap kendaraan yang mereka miliki.

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