

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Mitra Sendang Kemakmuran (MSK) adalah perusahaan yang berdiri sejak tahun 1976 yang dipimpin oleh Ibu Dewi Soenarta. Sebelumnya bernama PD Kemakmuran dan bergerak dalam bidang penjualan Vespa. Beranjak dari kebutuhan otomotif di daerah sekitar, pada tahun 1980 berubah menjadi PT Mitra Sendang Kemakmuran menyediakan solusi sebagai *dealer* utama sepeda motor Honda untuk wilayah Banten, minus Tangerang.



Gambar 2.1. Logo PT MSK
Sumber: Dokumen kantor, (2024)

Filosofi logo perusahaan:

Logo terbuat dari gabungan huruf M, S dan K.

M yaitu Mitra dengan arti *partner*/kerjasama, S yaitu Sendang yang memiliki arti sumber mata air, dan K yaitu Kemakmuran yang memiliki arti makmur dan sukses terus. Warna merah memiliki arti berani karena benar, dan warna putih menyimbolkan ketulusan. Paduan warna merah putih mencerminkan lambang negara Indonesia dan Honda. Huruf “M” membuat lengkungan seperti bentuk hati, melambangkan “ONE HEART”. Lingkaran yang mengelilingi logo merepresentasikan “bersatu”.

Analisis SWOT perusahaan PT MSK:

Tabel 2.1 SWOT analysis perusahaan PT MSK

<p>Strength:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Market share penjualan motor terbesar di Banten - Menang penjualan all segment motor di Banten - Jumlah <i>dealer</i> lebih banyak dibandingkan kompetitor - Jaringan <i>dealer</i> dan pos tersebar diseluruh wilayah 	<p>Weakness:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Indent produk masih banyak yang belum terpenuhi - Masih ada BTL <i>dealer</i> yang belum produktif
<p>Opportunity:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengembangan infrastruktur di area Serang, Pandeglang, Lebak - Pembelian melalui media virtual 	<p>Threats:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peluncuran produk baru kompetitor di segmen AT High - Penurunan penjualan ketika peringatan, Idul Adha, Maulid Nabi, bulan Safar di Banten - Aktivitas kompetitor mulai ramai

PT MSK memiliki market share penjualan motor terbesar di Banten, dengan turut menang penjualan all segment motor di provinsi Banten. Jaringan *dealer* dan pos yang tersebar diseluruh wilayah membuat akses kepada produk lebih terjangkau dan servis tersebar luas. Terdapat kekuatan dengan jumlah *dealer* yang lebih banyak dibandingkan kompetitor, perusahaan menjadi lebih dikenal. Namun, terdapat kelemahan dengan adanya indent produk yang masih belum terpenuhi, membuat pelanggan kurang puas dengan waktu menunggu dan terdapat juga isu dengan BTL *dealer* yang belum produktif, menjadi kurang efektif dalam memasarkan produk.

Peluang yang dapat dibenahi terdapat pengembangan infrastruktur di area Serang, Pandeglang, Cilegon dan Lebak yang dapat membuat pelanggan dapat menikmati berkendara. Dengan pembelian melalui media virtual, dapat

menjangkau lebih banyak pelanggan dan membuat proses pembelian lebih mudah. Ancaman yang dihadapi terdapat peluncuran produk baru oleh kompetitor yang mengancam penjualan produk dalam segmen tersebut, penurunan penjualan ketika hari-hari peringatan membuat penjualan, dan aktivitas kompetitor yang mulai ramai dengan setiap area memiliki 3-6 aktivitas membuat *dealer* harus turut lebih aktif untuk mendorong aktivitas.

2.2 Visi Misi

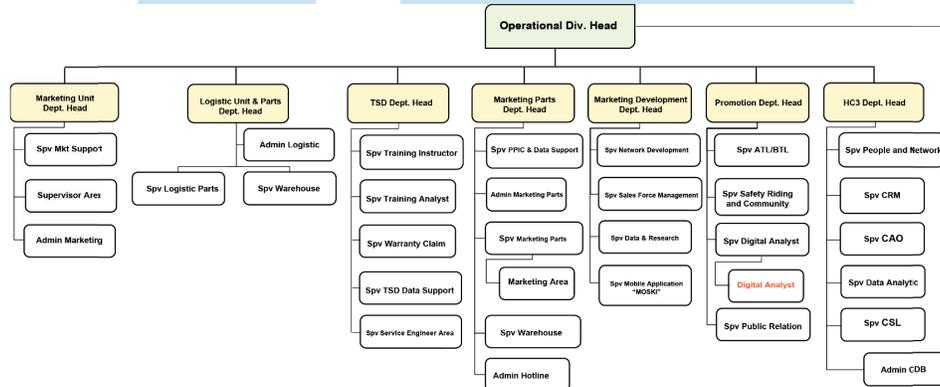
PT MSK memiliki visi menjadi distributor otomotif terbesar di Banten, dengan *dealer* dan pos yang tersebar luas. Mereka juga bertekad untuk mendistribusikan otomotif terbaik di Banten. Misi perusahaan adalah untuk menyediakan jaringan pelayanan produk terlengkap, PT MSK menawarkan berbagai produk otomotif dari segmen/kelas cub, matic, sport, premium dan EV. Menyediakan jasa terbaik bagi masyarakat Banten dengan pelayanan yang terstandarisasi dan after sales service. Memberikan pengalaman pelayanan yang berkesan kepada konsumen. Memberikan kemudahan dalam mendapatkan informasi terkait produk sepeda motor Honda serta after sales service.

Perusahaan PT MSK mengikuti core value I.K.H.L.A.S, yaitu: Integritas, Kekeluargaan, Handal, Loyalitas, Amanah, dan Saling Menghargai. Integritas memiliki arti untuk memberikan pelayanan dengan penuh integritas, Kekeluargaan yaitu untuk memperlakukan selayaknya keluarga, Handal yaitu hanya menyediakan servis dari pekerja dan profesional yang handal dalam bidangnya, Loyalitas yaitu menjunjung tinggi loyalitas dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan, Amanah yaitu menjadi perusahaan yang amanah dan mampu memberikan dampak yang besar kepada lingkungan sekitar, dan Saling Menghargai yaitu berfokus pada pengalaman pelanggan dan saling menghargai sesama.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Jabatan tertinggi dipegang oleh *operational division head* dan *support division head*. Kemudian, terbagi berdasarkan departemen. Penulis bertugas di departemen promosi, di bawah *supervisor digital analyst*.

Berikut adalah struktur organisasi perusahaan PT MSK:



Gambar 2.2. Struktur organisasi perusahaan (Dokumen kantor, 2024)

