

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Penta Artha Impresi atau yang lebih dikenal dengan publik dengan nama Bengkel BOS secara resmi didirikan pada tahun 2011. PT Penta Artha Impresi merupakan induk dari Bengkel BOS (Ban Oli Service) yang memprioritaskan usahanya pada bidang penjualan ban, oli dan service mobil yang sudah memiliki banyak cabang di Jabodetabek, Yogyakarta, Serang dan beberapa kota besar lainnya di Indonesia (Bengkel BOS 2024). Bengkel BOS bertekad untuk menjadi bengkel otomotif terkemuka di Indonesia yang memberikan pelanggan pengalaman yang memuaskan dalam perawatan dan kepemilikan kendaraan.

2.1.1 Profil Perusahaan

Bengkel BOS yang merupakan brand yang bergerak dalam industri otomotif ini memiliki visi untuk menjadi bengkel otomotif digital yang terkemuka, tumbuh bersama dengan semua mitra bisnis dari Bengkel BOS, dan juga untuk memberikan layanan yang terbaik kepada para pelanggan. Dilansir dari data resmi Bengkel BOS.

Misi yang dipegang teguh oleh Bengkel BOS adalah untuk memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pelanggan dalam perawatan otomotif, selalu tumbuh dan memberikan manfaat bagi pemegang saham melalui operasi yang unggul dan bisnis yang inovatif, Membentuk suasana kerja yang kolaboratif, produktif, apresiatif, dan inovatif. Mengembangkan bersama mitra bisnis melalui hubungan yang saling menguntungkan, dan juga untuk berpartisipasi aktif dan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan.

Bengkel BOS memiliki enam nilai utama yang menjadikan alasan untuk memilih Bengkel BOS. Tujuh nilai tersebut, yakni:

1. *Targeting the largest car segment*

Dengan menargetkan segmen mobil terbesar yang mencakup mobil tingkat rendah, menengah dan mewah, Bengkel BOS juga berencana untuk memperluas jangkauan pasarnya dan meningkatkan penjualan dengan menawarkan berbagai pilihan menarik untuk konsumen dalam berbagai lapisan ekonomi.

2. *Using online system to integrate all of the outlets*

Dengan menggunakan sistem online kepada semua outlet, Bengkel BOS dapat memastikan bahwa setiap cabang memiliki akses terhadap informasi terbaru, memudahkan dalam pengelolaan inventaris dan penjualan, dan dapat meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan, yang pada gilirannya akan memberikan layanan lebih baik kepada pelanggan.

3. *Most of the products are directly from principle*

Sebagian besar produk yang ditawarkan bengkel BOS berasal langsung dari prinsipal, yang memungkinkan untuk menjamin kualitas dan keaslian setiap barang yang dijual atau dalam arti lain berasal dari produsen langsungnya.

4. *All of the engineers are ATPM standards*

Semua mekanik telah memenuhi standar ATPM, yang dapat dipastikan pengetahuan dan keterampilan tinggi.

5. *All of the machine and equipments are ATPM standards*

Semua alat dan mesin memenuhi standar ATPM, yang dapat menjamin kualitas dari alat dan daya tahan alat.

6. *Owned a training centre*

Bengkel BOS memiliki tempat pelatihan sendiri yang dapat menjamin kualitas dari mekanik dan juga tempat untuk uji coba alat yang digunakan pada setiap cabang bengkel.

Filosofi dibalik logo Bengkel BOS yang menampilkan sayap berpusat pada pembentukan *brand identity* yang kuat dan konsisten, yang mencerminkan keandalan, profesionalisme, dan orientasi pelanggan dalam industri otomotif.



Gambar 2. 1 Logo Bengkel BOS

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Menggunakan warna putih dan biru yang melambangkan kebersihan dan profesionalisme, logo tersebut menyampaikan bahwa komitmen Bengkel BOS untuk memberikan layanan berkualitas tinggi dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Sayap dalam logo tersebut melambangkan kebebasan dan kecepatan, sementara desainnya yang mudah diingat menciptakan ikatan emosional dengan pelanggan, memastikan bahwa bengkel BOS selalu dikenali dan diingat sebagai penyedia layanan mekanik yang dapat dipercaya, dengan dedikasi pada kepuasan pelanggan.

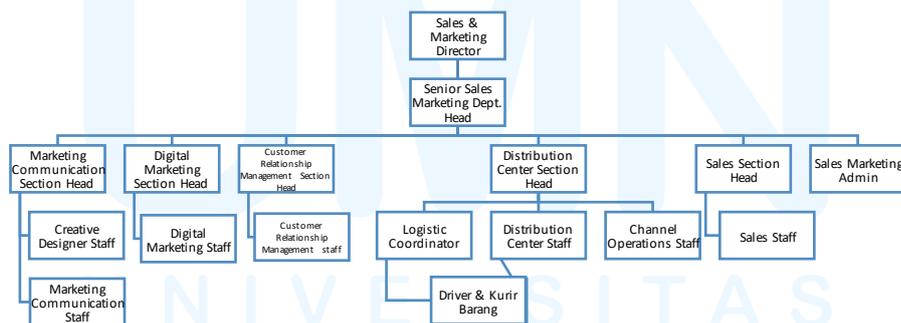
2.1.2 Sejarah Perusahaan

Pada tahun 2011 PT Penta Artha Impresi pada awalnya didirikan dengan toko ban bernama *speed tyre shop* yang mempunyai 1 bengkel sebagai tempat uji coba menjual ban mobil. tahun 2012-2014, *speed tyre shop* dikembangkan oleh PT Penta Artha Impresi hingga menjadi 16 cabang yang fokusnya pada wilayah khususnya Jabodetabek. Tahun 2015 *speed type shop* mulai memperkenalkan layanan baru yaitu pemeliharaan oli dan servis oli. Pada Tahun 2016 *speed tyre shop* melakukan rebranding menjadi Bengkel BOS yang memiliki kepanjangan dari Ban, Oli Dan Service. Tahun 2017 PT Multistrada

pun bergabung dengan PT Penta Artha Impresi dengan total cabang Bengkel BOS ada 19 cabang dan merambah ke dunia digital dengan menerima pesanaan servis melalui E-Commerce.. Tahun 2018 Cabang Bengkel BOS menjadi 29 cabang di seluruh indonesia. Tahun 2019 Bengkel BOS memiliki *franchise* pertamanya. Tahun 2020-2021 Bengkel Bos memiliki *franchise* keduanya, dan pada tahun 2022-2024 cabang bengkel bos totalnya menjadi 28 karena salah satu cabang sedang tidak aktif.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Bentuk struktur organisasi perusahaan Bengkel BOS pada bagian marketing yang dikoordinasikan oleh *Sales & Marketing Director* yang kemudian dibawahnya ada *Senior Sales Marketing Dept. Head* yang kemudiaN bertanggung jawab atas 6 departemen di antaranya, *Marketing Communication Section Head*, *Digital Marketing Section Head*, *Customer Relationship Management Section Head*, *Distribution Center Section Head*, *Sales Section Head*, *Sales Marketing Admin*. Penulis terletak di departemen *Digital Marketing Section Head* yang dibawahnya oleh *Digital Marketing staff* yang dimana penulis sebagai *graphic designer internship* terletak dibawah naungan divisi *Digital Marketing Staff* dan koordinasi langsung diarahkan pada *Digital Marketing section head*.



Gambar 2. 2 Bagan Struktur Divisi Marketing Bengkel BOS (PT Penta Artha Impresi)

Sumber: Brief HRD (2024)

2.3 Portofolio Perusahaan

Bengkel BOS, telah meraih membagikan kiat sukses untuk ratusan bengkel se-indonesia di salah satu *press conference*. Bengkel BOS memiliki misi untuk memberikan pelayanan terbaik dan ternyaman bagi pelanggan, fasilitas yang lengkap dan mekanik profesional yang setara dengan bengkel resmi. Sehingga bengkel bos mendapatkan hasil retention customer BOS mencapai 60% setiap bulannya.



Sumber: Instagram Bengkel BOS (2024)

Bengkel BOS telah menjalin kerja sama dengan beberapa brand salah satunya adalah kopi kenangan. Kerja sama ini merupakan langkah strategis untuk kedua belah pihak untuk saling mendukung dalam memperluas jangkauan bisnis dan memperkuat *brand identity* masing-masing. Dengan kolaborasi ini, Bengkel BOS dapat menawarkan nilai tambah untuk pelanggan mereka.



Gambar 2. 4 Bengkel BOS x Indogrosir

Sumber: Instagram Bengkel BOS (2024)

Bengkel BOS telah menjalin kerja sama dengan beberapa brand salah satunya adalah Bengkel BOS x Indogrosir. Kolaborasi ini membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkenalkan layanan bengkel kepada pelanggan indogrosir yang tersebar di berbagai lokasi. Sehingga Bengkel BOS dapat meningkatkan visibilitas merek dan menarik lebih banyaknya pelanggan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2. 5 Bengkel BOS x MyPertamina

Sumber: Instagram Bengkel BOS (2024)

Bengkel BOS telah menjalin kerja sama dengan beberapa brand salah satunya adalah Bengkel BOS x MyPertamina. Kerja sama antara Bengkel BOS dan MyPertamina memberikan banyak keuntungan bagi Bengkel BOS. Terutama mereka yang sudah menjadi pengguna setia MyPertamina. Lewat kolaborasi ini, Bengkel BOS bisa menawarkan promo menarik seperti diskon layanan atau paket servis yang bisa dibayar menggunakan poin MyPertamina, sehingga memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Selain itu, kemudahan dalam pembayaran dan akses ke program loyalitas MyPertamina membuat pengalaman pelanggan menjadi lebih praktis dan nyaman, sekaligus memperkuat posisi Bengkel BOS di pasar