

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang PT Terang Dunia Internusa Tbk

PT Terang Dunia Internusa Tbk merupakan perusahaan sepeda asal Indonesia yang berdiri pada tahun 1991. PT Terang Dunia Internusa Tbk bergerak dalam bidang industri manufaktur sepeda dan kendaraan yang dikenal dengan brand United Bike dan United E-Motor. PT Terang Dunia Internusa Tbk memiliki motto yaitu menghadirkan produk terbaik yang inovatif dan ramah lingkungan (unitedbike.com, n.d.).

Gambar 2.1 merupakan logo United Bike, brand yang dikategorikan khusus sepeda seperti sepeda gunung, BMX, *road bike*, *folding*, *touring*, *kids bike*, serta sepeda listrik. United Bike selalu berusaha untuk mengembangkan produk-produknya dengan kemajuan teknologi dengan melakukan riset terhadap apa yang di perlukan para pesepeda di Indonesia. Salah satu sepeda yang di kembangkan berdasarkan perkembangan teknologi yaitu sepeda *E-Series*, yang merupakan sepeda bertenaga listrik dengan mengabungkan teknologi listrik dengan tenaga pesepeda yang mendayungkan pedal sepeda, seperti *Pedal Assist*, *Throttle* dan *Walk Assist*, sehingga dapat memberikan tenaga yang lebih besar kepada sepeda membuat sepeda melaju lebih kencang tanpa pengguna mengeluarkan *effort* yang besar. Selain itu United Bike juga mendukung serta mengikuti *event-event* tingkat nasional dan internasional membuat United Bike menjadi salah satu *brand* sepeda yang dikenal masyarakat di Indonesia.



Gambar 2. 1 Logo United Bike
Source : UnitedBike.com (2024)

Pada Gambar 2.2, Genio Bike merupakan salah satu anak perusahaan PT Terang Dunia Internusa yang berdiri pada tahun 1999 (genio.bike, n.d.). Genio Bike menjual sepeda dengan harga lebih terjangkau serta kualitas terbaik untuk lapisan masyarakat menengah ke bawah dengan segmen SES B-C.



Gambar 2. 2 Logo Genio Bike
Source : ATRCycling.com (2024)

Pada Gambar 2.3, PT Terang Dunia Internusa Tbk memiliki *offline & online store* yang bernama *Above the Race Cycling* (ATR Cycling) yang berlokasi di Pluit dan PIK 2, Jakarta. ATR Cycling menjual berbagai jenis varian sepeda United Bike sehingga pembeli dapat langsung mengunjungi toko untuk melihat serta mencoba sepeda yang yang diminati.



Gambar 2. 3 Logo ATR Cycling
Source : ATRCycling.com (2024)

PT Terang Dunia Internusa Tbk merupakan Agen Pemegang Merk (APM) dan berkomitmen dalam mendukung program pemerintah dalam mengendalikan pencemaran udara serta mencegah polusi dalam memberikan kesadaran masyarakat Indonesia akan lingkungan sekitar.

Gambar 2.4 merupakan logo United E-Motor, *brand* dari PT Terang Dunia Internusa Tbk yang dikhususkan menjual produk motor listrik. Saat ini telah di produksi berbagai varian motor listrik yang telah di produksi dengan harga yang bervariasi yaitu, MX-1200 , T-1800, TX-1800 dan TX-3000 yang merupakan motor

listrik varian tertinggi dengan kecepatan maksimal 90km/jam, jarak tempuh 120km per *charge* yang di kapasitas oleh 2 baterai lithium 3000Watt. TX-3000 telah menggunakan *Combi Brake System* (CBS) dikedua rem depan dan belakang serta di lengkapi dengan fitur *Fast Charging*. United E-Motor Terus berinovasi dalam mengembangkan produk motor listrik di Indonesia dalam bentuk penampilan serta perfoma agar dapat memenuhi kebutuhan untuk berbagai peruntukan masyarakat Indonesia. United E-Motor sendiri menargetkan untuk memproduksi singga 500 ribu unit motor listrik di Indonesia setiap tahunnya. Saat ini PT Terang Dunia Internusa Tbk telah mempersiapkan pabrik di Kawasan Curug, Jawa Barat yang memiliki kapasitas produksi hingga 150 ribu unit per tahunnya dan akan terus meningkatkan kapasitas produksi serta memperkuat jaringan distribusi untuk memenuhi permintaan yang terus meningkat.



Gambar 2. 4 Logo United E-Motor
Source : UnitedMotor.co.id (2024)

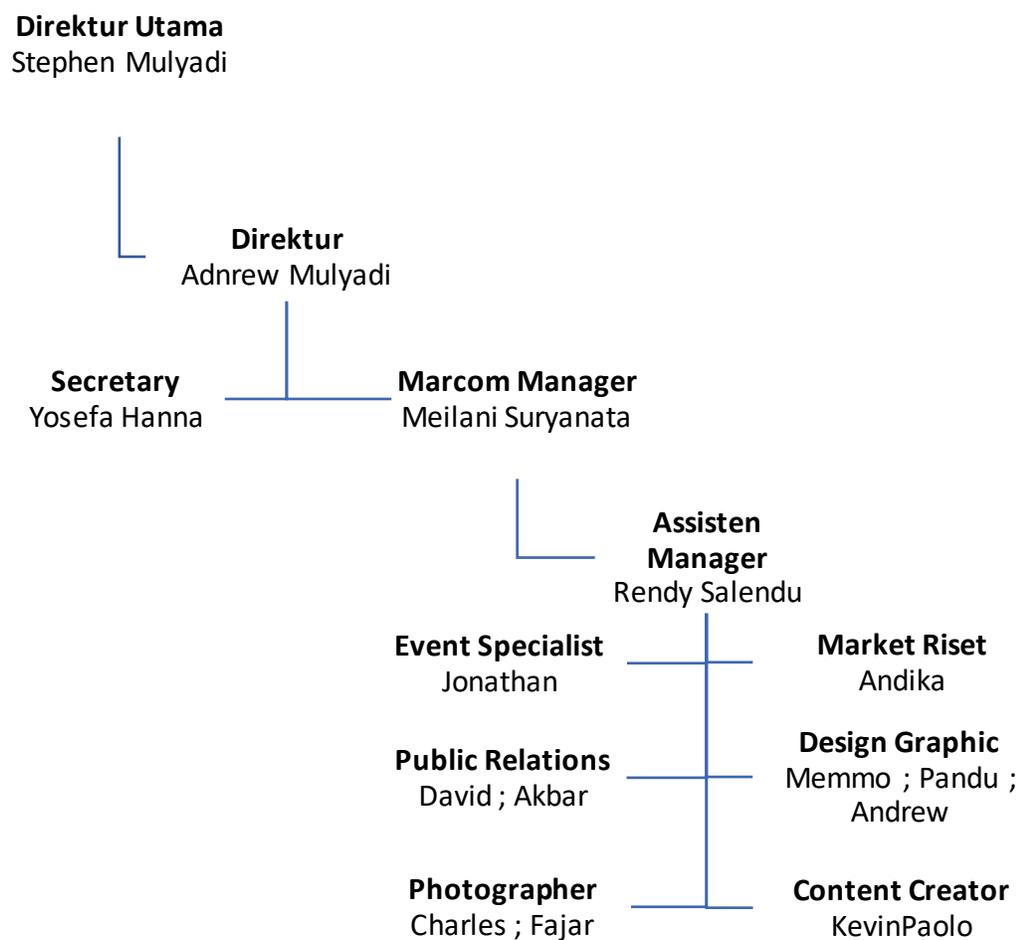
2.2 Visi Misi PT Terang Dunia Internusa Tbk

PT Terang Dunia Internusa Tbk memiliki visi misi sebagai berikut

VISI : Berkomitmen untuk menjadi pemimpin di industri sepeda dan kendaraan, baik tingkat nasional maupun internasional dengan memfokuskan pada inovasi teknologi, kualitas produk serta keberlanjutan lingkungan.

MISI : Meghadirkan kendaraan yang berfokus pada kepuasan pelanggan, inovasi desain dan teknologi, dan memperluas jangkauan pasar dengan standar internasional dan tepat sasaran (unitedbike.com, n.d.).

2.3 Struktur Organisasi PT Terang Dunia Internusa Tbk



Gambar 2. 5 Struktur Organisasi Marcom PT Terang Dunia Internusa Tbk

Source : Penulis (2024)

Pada Gambar 2.3 menunjukkan struktur organisasi *Marketing Communication* bahwa penulis berada pada posisi di bawah Asisten Manager sebagai *Content Creator*. Departemen *marketing communication* memiliki tanggung jawab dalam Menyusun strategi pemasaran, *brand awareness*, mengembangkan ide-ide *event*, serta menjaga hubungan dengan pelanggan. Pada departemen marketing, penulis berada di posisi *Content Creator*.

Berikut *job desk* masing-masing posisi pada *marketing communication* :

1. Event Specialist

- Merencanakan dan melaksanakan acara sesuai dengan strategi pemasaran perusahaan.
- Mengatur koordinasi tim internal serta eksternal.
- Mengelola anggaran *event*, untuk memastikan bahwa anggaran sesuai dengan yang di terapkan.
- Melakukan evaluasi dan laporan *event*.
- Merancang pengalaman yang menarik untuk peserta *event*.

2. Market Riset

- Analisis strategi pemasaran.
- Melakukan riset untuk memahami perubahan pasar dan perilaku konsumen.
- Mengidentifikasi tren pasar dan peluang.
- Menerapkan tujuan yang jelas untuk kampanye pemasaran.
- Mengukur efektif tidaknya kampanye pemasaran dan menyusun laporan.
- Berkomunikasi dengan tim akan penjualan dan produk untuk memastikan konsistensi pesanan.

3. Public Relations

- Merencanakan dan melaksanakan strategi untuk mendukung tujuan pemasaran
- Membangun hubungan dengan jurnalis dan media

- Menyusun rencana komunikasi dan respon cepat terhadap isu-isu yang negatif
- Membuat dan mempublikasikan konten-konten seperti artikel
- Memantau berita dan media sosial untuk memahami persepsi publik terhadap konten atau perusahaan.

4. Design Graphic

- Membuat desain visual untuk brosur, poster, spanduk dan konten sosial media.
- Bekerjasama dengan tim riset untuk memenuhi kebutuhan desain.
- Mengedit konten visual dengan kualitas tinggi.
- Membantu konten visual untuk website dan media sosial.

5. Photographer

- Mengambil foto produk, *event*, dan konten untuk strategi pemasaran.
- Bekerja dengan tim untuk memahami kebutuhan fotografi dan memastikan sesuai dengan yang di rencanakan.
- Merekam dan mendokumentasikan *event* perusahaan yang digunakan keperluan internal maupun external
- Mengikuti pengembangan tren fotografi agar terlihat menarik untuk sosial media.

6. Content Creator

- Melakukan riset dalam memahami tren dan target audiens agar konten yang di produksi relevan.
- Membantu merumuskan strategi konten yang sejalan dengan tujuan pemasaran dan branding perusahaan.
- Memikirkan dan merancang ide-ide konten yang menarik.
- Berkoordinasi dengan tim visual agar dapat menghasilkan konten seperti yang telah di rencanakan.

- Melakukan eksekusi dari ide-ide yang sudah di buat.
- Meningkatkan *awareness* dan *engagement* media sosial perusahaan.