

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Mitra Lestari Motorindo atau yang biasa dikenal Mitra 2000 adalah perusahaan yang menyediakan produk dan jasa yang berkaitan dengan sepeda motor. PT Mitra Lestari Motorindo didirikan pada tahun 2000 oleh Direktur PT Mitra Lestari Motorindo, Teddy Hartono. Berawal dari ruko kecil, bisnis PT Mitra Lestari Motorindo sekarang sudah meluas bahkan sampai ke global.

PT Mitra Lestari Motorindo memiliki fokus utama untuk menjadi pilihan utama bagi para pengendara motor, baik di Indonesia maupun di pasar global. Perusahaan ini tidak hanya menawarkan produk aftermarket untuk motor, tetapi juga menyediakan berbagai aksesoris pendukung, seperti pakaian yang melengkapi gaya berkendara. Selain itu, PT Mitra Lestari Motorindo juga menghadirkan layanan jasa pemasangan dan perbaikan produk aftermarket, memastikan pelanggan mendapatkan pengalaman terbaik dalam meningkatkan performa dan estetika motor mereka.



Gambar 2. 1 Logo PT Mitra Lestari Motorindo

(Sumber : Data Internal Perusahaan)

PT Mitra Lestari Motorindo memiliki beberapa *brand* yang dibentuk oleh PT Mitra Lestari Motorindo, seperti TDR, RPD, dan MDLK. Ada beberapa *brand* lokal bahkan luar negeri yang bekerja sama dengan PT Mitra Lestari Motorindo sebagai distributor utama di Indonesia seperti Koso dan YSS.

YSS adalah merek aftermarket asal Thailand yang dikenal sebagai produsen suspensi sepeda motor berkualitas tinggi. Produk suspensi YSS dirancang untuk memberikan performa dan kenyamanan yang superior dibandingkan dengan suspensi OEM (*Original Equipment Manufacturer*). YSS menawarkan berbagai jenis suspensi yang dapat memenuhi kebutuhan berkendara sehari-hari, touring jarak jauh, hingga keperluan balap, menjadikannya pilihan terpercaya bagi pengendara motor di berbagai kondisi.



Gambar 2. 2 Logo YSS Suspension
Sumber : Daya Internal Perusahaan

2.1.1 Visi PT Mitra Lestari Motorindo

Visi PT Mitra Lestari Motorindo adalah “menjadi pilihan nomor satu pengendara motor di Indonesia dan luar negeri”.

2.1.2 Misi

- a. Tim Kami
 - i. Tim kami selalu berupaya mencapai keunggulan.
 - ii. Tim kami adalah orang-orang yang setia, jujur, dan berintegritas.
 - iii. Tim kami inovatif dan produktif.
- b. Pelanggan Kami

- i. Pelanggan kami menghargai produk berkualitas, layanan yang telaten, agresif terhadap pasar, memiliki jaringan penjualan yang kuat, dan ketekunan.
- ii. Memberikan masukan serta bersedia bekerja sama dengan kami untuk memberikan yang terbaik bagi pengendara motor.
- iii. Para pengendara menghargai produk berkualitas, keamanan dan performa, memiliki semangat muda, dengan rentang usia 15-25 tahun, serta setia pada merek produk dan layanan kami.

c. USP (*Unit Selling Point*) Kami

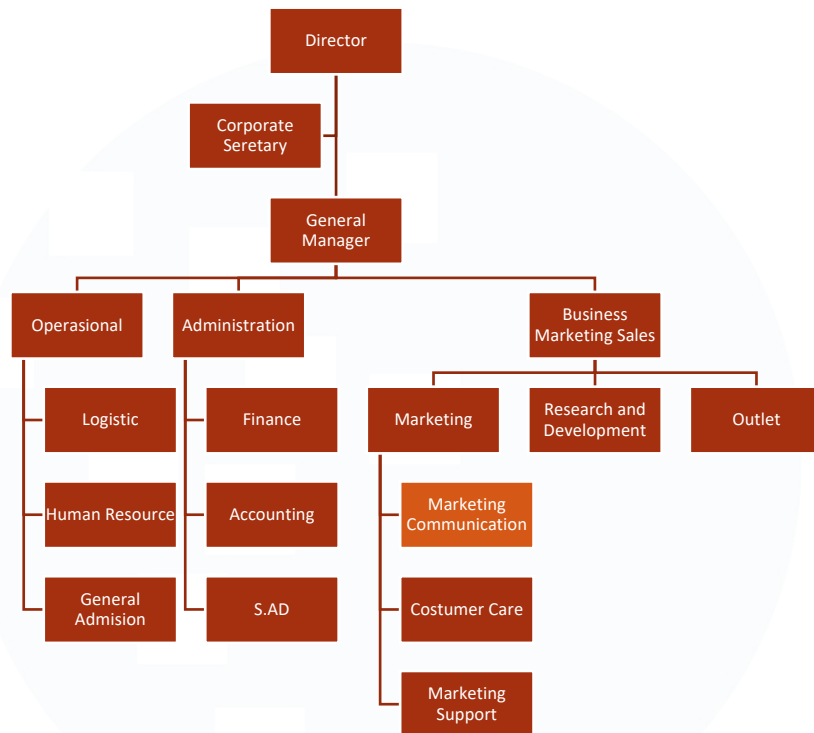
Produk berkualitas tinggi, layanan yang dapat diandalkan, harga bersaing, performa tinggi, berbagai macam produk, responsif terhadap kebutuhan pasar, inovatif, semangat kemitraan.

d. Bisnis Kami

- i. Menyediakan dan mendistribusi suku cadang motor, aksesoris, dan produk lain yang terkait dengan pengendara sepeda motor di Indonesia dan luar negeri.
- ii. Memberikan layanan sepeda motor
- iii. Perizinan dan Waralaba
- iv. Perakitan Sepeda Motor
- v. Ekspansi dunia bisnis ke dunia otomotif

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

2.2.1 Struktur Organisasi PT Mitra Lestari Motorindo



Gambar 2. 3 Struktur Organisasi PT Mitra Lestari Motorindo
Sumber : Data Internal (2024)

2.2.2 Struktur Organisasi Divisi Marketing Communication

Marketing dalam PT Mitra Lestari Motorindo terdapat tiga divisi utama, yaitu divisi *Business Marketing Sales*, *Operasional*, dan *Administration*. *Business Marketing Sales* bertugas untuk Pemegang berada dalam divisi *marketing communication*, dimana divisi ini berfokus pada pemasaran produk. Berikut adalah struktur beserta dengan tugas setiap posisi tim *marketing communication*:



Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Divisi *Marketing Communication*
 Sumber : Data Internal (2024)

- a) *Marketing Manager* : bertugas untuk mengawasi kinerja divisi *marketing communication* dan divisi marketing lainnya.
- b) *Supervisor* : Bertugas untuk mengatur alur komunikasi pemasaran dari arahan Marketing Manager dan membuat jadwal konten sesuai dengan *brand* yang dipegang.
- c) Video Editor : Bertugas untuk membuat konten video pemasaran.
- d) Photo Editor : Bertugas untuk membuat konten foto pemasaran.
- e) Social Media Intern : Bertugas untuk membuat rencana konten berdasarkan arahan supervisor.