

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Tempat penulis melaksanakan magang, yaitu PT Astra Otoparts Tbk yang merupakan bagian dari Astra Internasional. PT Astra Otoparts Tbk didirikan pada tahun 1976 yang bergerak di perdagangan otomotif, perakitan mesin, dan konstruksi. Sebagai produsen, PT Astra Otoparts Tbk memproduksi berbagai kategori suku cadang otomotif baik roda dua maupun roda empat melalui anak usahanya.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Astra Otoparts Tbk adalah perusahaan yang bergerak di bidang komponen otomotif dan menjadi yang terbesar dan terkemuka di Indonesia, dengan memproduksi dan mendistribusikan suku cadang kendaraan bermotor roda dua maupun roda empat. Beberapa produk kebanggaannya seperti GS Astra, Aspira, Shell Helix Astra, KYB, Federal Parts, Incoe, Shop & Drive, Akimono dan Pirelli. Kualitas produk-produk dari merek ini telah diakui secara luas, baik nasional maupun internasional. Produk-produk Astra Otoparts telah menembus pasar internasional dan dapat ditemukan di berbagai negara lainnya (PT Astra Otoparts, 2025). Berikut merupakan logo PT Astra Otoparts Tbk.



Gambar 2.1 Logo Astra Otoparts

Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Visi dari perusahaan Astra Otoparts adalah menjadi *supplier* komponen otomotif kelas dunia, sebagai mitra usaha pilihan utama di Indonesia dengan didukung kemampuan *engineering* yang handal. Sedangkan misi perusahaan ini adalah untuk mengembangkan industri komponen otomotif yang handal dan kompetitif, serta menjadi mitra strategis bagi pada pemain industri otomotif di Indonesia dan dunia. Lalu menjadi warga usaha yang bertanggung jawab dan memberikan kontribusi positif kepada para pemangku kepentingan. Astra Otoparts juga memiliki *core value*, yakni:

- a. Terpercaya dan Handal (Bertekad dan mampu membuktikan pada yang diucapkan)
- b. Fokus Pada Pelanggan (Memberikan lebih dari yang diharapkan pelanggan)
- c. Semangat Keprimaan (Ambisius mencapai hasil melebihi target)
- d. Kerja Sama (Saling membantu untuk mencapai keberhasilan)

2.1.2 Sejarah Perusahaan

PT Astra Otoparts Tbk (AOP) merupakan anak perusahaan dari PT Astra Internasional yang berfokus pada segmen otomotif. PT Astra Otoparts Tbk merupakan grup perusahaan komponen otomotif terbesar di Indonesia yang memproduksi dan mendistribusikan suku cadang baik roda dua maupun empat (PT Astra Otoparts Tbk, 2025).

Sejarah PT Astra Otoparts berawal sejak 1976 dengan nama perusahaan PT Alfa Delta Motor yang bergerak di bidang perdagangan otomotif, perakitan mesin, dan konstruksi. Dikarenakan terjadi pembelian saham perusahaan lain, terjadi *merger* antara beberapa perusahaan dan mengalami pergantian nama sebelum akhirnya berubah menjadi PT Astra Otoparts pada tahun 1997. Setahun setelahnya PT Astra Otoparts mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dengan kode transaksi AUTO. Oleh sebab itu PT Astra Otoparts menjadi

perusahaan publik dengan nama PT Astra Otoparts Tbk (PT Astra Otoparts Tbk, 2025).

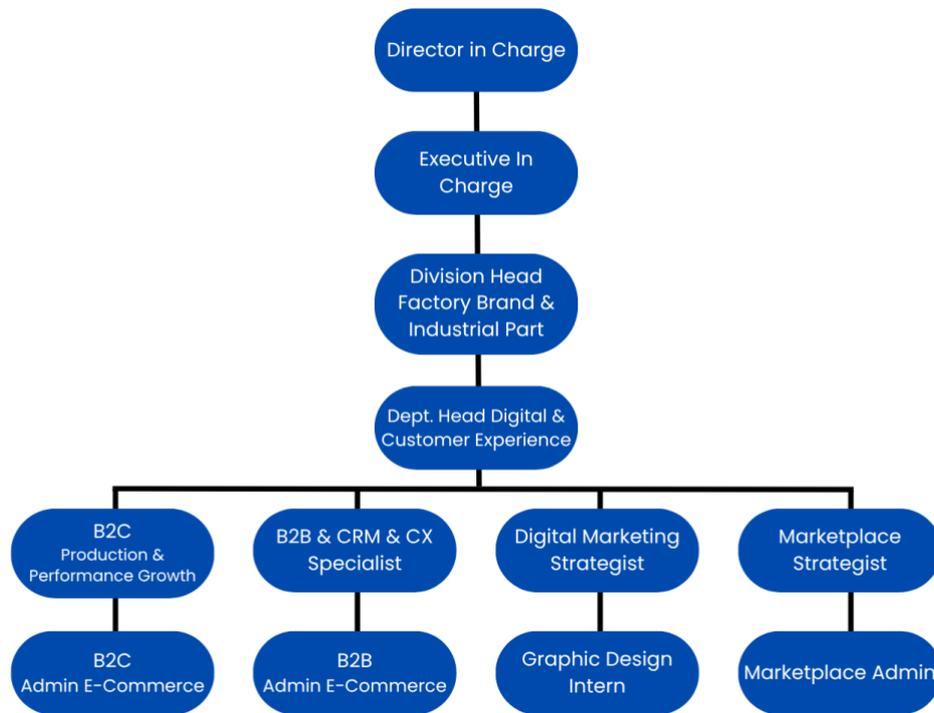
Secara umum, Astra Otoparts terbagi menjadi dua, yaitu bidang manufaktur dan perdagangan. Saat ini grup Astra Otoparts telah memiliki total 4 unit bisnis, 38 perusahaan afiliasi, 20 entitas asosiasi dan ventura bersama, 11 perusahaan konsolidasi, 1 penyertaan saham perusahaan, dan 13 cucu perusahaan yang di terdiri atas 31.984 orang karyawan (PT Astra Otoparts Tbk, 2025).

Suku cadang kendaraan yang diproduksi oleh Astra Otoparts telah didistribusikan secara luas dan langsung ke pasar pabrikan otomotif dan pasar suku cadang pengganti baik domestik maupun internasional. Beberapa pabrikan otomotif menjadi pelanggan Astra Otoparts adalah Toyota, Daihatsu, Isuzu, UD Trucks, Hino, Honda, Hyundai, Kia, dan lainnya. Sedangkan untuk pasar suku cadang pengganti didistribusikan melalui unit bisnis domestik, internasional, maupun retail. Jaringan distribusi mencakup 52 *main dealers*, 24 kantor penjualan, 12.000 toko suku cadang yang tersebar di wilayah Indonesia. Untuk distribusi Internasional, Astra Otoparts juga memperluas jaringan ke lebih dari 40 negara di seluruh dunia. (PT Astra Otoparts Tbk, 2025).

Pada tahun 1998, Astra Otoparts mendirikan. Shop&Drive, sebuah bisnis retail *modern* otomotif pertama di Indonesia yang berfokus pada *fast moving parts*, *quick service*, dan *related service*. Shop&Drive berkembang dan sudah memiliki lebih dari 370 *outlet* di Indonesia (PT Astra otoparts Tbk, 2025).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

PT Astra Otoparts (AOP) sebagai produsen dari berbagai produk memiliki departemen *digital marketing* yang berfokus pada *marketplace* maupun *e-commerce* yang bertujuan untuk menjangkau calon konsumen secara luas. Berikut merupakan struktur organisasi dari departemen *Digital Marketing* yang bertanggung jawab untuk melakukan pemasaran melalui *digital*:



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi *Digital & Customer Experience* PT Astra Otoparts

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Struktur organisasi pada departemen *Digital & Customer Experience* dimulai dari *Director in Charge* yang bertanggung jawab atas semua keputusan dan pengawasan operasional secara keseluruhan. Selanjutnya, divisi *Factory Brand & Industrial Part* yang bertanggung jawab untuk mendistribusikan produk dari produsen rekanan Astra Otoparts kepada pasar. Di bawah itu terdapat departemen *Digital & Customer Experience* yang bertanggung jawab untuk segala keperluan marketing yang bersifat *digital* yang terbagi menjadi 4 kelompok: *B2C Production & Performance Growth*, *B2B & Customer Relation Management & Customer Experience Specialist*, *Digital Marketing Strategist*, dan *Marketplace Strategist*.

Masing-masing kelompok memiliki tugasnya masing-masing, *B2C Production & Performance Growth* berfokus pada pemantauan area distribusi dan angka penjualan langsung dan berfokus untuk melakukan riset serta mengembangkan produk baru. *B2B & Customer Relation Management & Customer Experience Specialist* berfokus pada penjualan kepada distributor. Lalu *Digital*

Marketing Strategist membuat perancangan untuk marketing pada media *digital* yang dimiliki Astra Otoparts, dan *Marketplace Strategist* berfokus pada perancangan promosi pada *marketplace* yang dimiliki oleh Astra Otoparts. Perbedaan antara *Digital Marketing Strategist* dan *Marketplace Strategist* adalah *Digital Marketing* berfokus pada meningkatkan *brand awareness*, melakukan promosi, kampanye agar Astra Otoparts lebih dikenal secara luas. Sedangkan *Marketplace Strategist* berfokus pada penjualan secara *online* melalui *marketplace* yang dimiliki Astra Otoparts. Dalam struktur organisasi, semakin tinggi posisi jabatan seseorang, maka semakin besar tanggung jawab yang diberikan dan tingkat kesulitan tugasnya semakin tinggi.

2.3 Portofolio Perusahaan

Berikut merupakan portofolio desain perusahaan yang telah dilakukan oleh departemen *Digital Marketing Specialist* dalam beberapa waktu terakhir. Proyek-proyek yang telah dilakukan beraneka macam, mulai dari meningkatkan *brand awareness* saat berlangsungnya sebuah *event*, *launching* produk, dan berbagai promosi maupun kampanye lainnya.

2.3.1 Indonesia Motorcycle Show 2024





Gambar 2.3 Desain untuk Acara Indonesia Motorcycle Show 2024

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (n.d.)

Pada akhir bulan Oktober hingga awal bulan November 2024, Astra Otoparts mengikuti acara Indonesia Motorcycle Show (IMOS) 2024 yang diselenggarakan di ICE BSD. IMOS sendiri dilaksanakan setiap tahun yang merupakan pameran otomotif untuk roda dua dan terbesar di Indonesia. Astra Otoparts melihat peluang untuk meningkatkan *brand awareness* dan tentunya untuk menjual produk lebih banyak di pasaran. Gambar diatas merupakan beberapa desain untuk keperluan acara Indonesia Motorcycle Show (IMOS) 2024 yang dipublikasikan melalui media sosial Astra Otoparts.

2.3.2 Hari Belanja *Online* Nasional 2024



Gambar 2.4 Desain untuk Hari Belanja *Online* Nasional Desember 2024

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (n.d.)

Marketplace di Indonesia melaksanakan hari belanja *online* nasional yang diselenggarakan saat tanggal dan bulan memiliki angka yang sama, dan dimulai saat pertengahan tahun hingga akhir tahun. Astra Otoparts memiliki sebuah *platform online* untuk memudahkan calon konsumen untuk belanja dan mengikuti promo yang disediakan saat Hari Belanja *Online* Nasional ini, oleh sebab itu Astra Otoparts melalui *platform* nya yaitu Astra Otoparts ikut serta memeriahkan Hari Belanja *Online* Nasional khususnya pada tanggal 12 Desember 2024 yang berlangsung dari 12-22 Desember 2024. Adapun promo terdiri atas barang-barang produksi dari Astra Otoparts seperti GS Astra, KYB, Shell Helix Astra, dan juga produk lainnya.

2.3.3 Astra Otoparts Ramadan 2024

Gambar 2.5 Desain untuk Ramadan 2024

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (n.d.)

Bulan Ramadan tentunya sangat dinanti oleh masyarakat Muslim khususnya di Indonesia. Bulan yang dinanti untuk bersilaturahmi dengan keluarga, mudik, dan menghabiskan waktu bersama sanak saudara. Oleh sebab itu, Astra Otoparts tentunya turut memeriahkan hari raya umat Muslim yang diadakan tiap tahunnya serta Astra Otoparts ingin ikut memeriahkan dalam mempersiapkan pemudik untuk menyiapkan kendaraannya agar aman dan selamat di tujuannya. Gambar di atas merupakan desain untuk memeriahkan Ramadan oleh Astra Otoparts dengan memberikan diskon bagi pemudik yang ingin keadaan kendaraan pemudik prima.

