

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Penulis melakukan magang di PT Asuransi Astra Buana di Jl. TB Simatupang Kav. 15, Lebak Bulus, Cilandak, Jakarta Selatan, 12440 yang menjadi salah satu perusahaan di Indonesia yang menawarkan berbagai produk asuransi. Perusahaan yang telah berdiri selama 69 tahun ini terus berkembang dalam memberikan jaminan terbaik bagi pelanggannya. Berikut merupakan penjabaran terkait profil dan sejarah dari perusahaan Asuransi Astra.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Asuransi Astra adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang asuransi umum dan berada di bawah naungan PT Astra International Tbk. Perusahaan ini berkantor pusat di Jl. TB Simatupang Kav. 15, Lebak Bulus, Cilandak, Jakarta Selatan dan telah memiliki jaringan distribusi di seluruh Indonesia yang mencakup 27 kantor cabang yang didukung oleh 44 unit layanan serta Garda Center.



Gambar 2.1 Logo Asuransi Astra
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

PT Asuransi Astra memiliki visi yaitu memberikan rasa aman dan tenteram kepada jutaan pelanggan. Kemudian terdapat misi-misinya yaitu:

1. Memberikan rasa aman dan tenteram bagi pelanggan kita
2. Bersama mewujudkan kehidupan bekerja yang mendukung berkembangnya setiap individu
3. Memberikan kepastian kepada para pemegang saham bahwa perusahaan memiliki nilai yang baik untuk investasi jangka panjang
4. Menjadi warga usaha yang melaksanakan tanggung jawab sosial dan mengelola lingkungan hidup secara berkesinambungan.

Selain itu, perusahaan ini juga menerapkan nilai inti yaitu “As a team, we believe in peace & fun in everything we do” (Asuransi Astra, 2025).

PT Asuransi Astra Buana memiliki beberapa kategori produk asuransi yaitu sebagai berikut:

1. Garda Oto

Melindungi secara *comprehensive* dan *total loss only* untuk mobil. Pelanggan dapat memperoleh asuransi ini di *dealer* mobil, agen mitra Garda Oto, aplikasi Garda Mobile Otocare dan situs Gardaoto.com.

2. Garda Motor

Memberikan jaminan atas kerusakan motor tergelincir, kecelakaan, terbalik, benturan, terbalik, terbakar, mengalami pencurian, dan bahkan ketika motor diatas kapal penyeberangan.

3. Garda Home

Melindungi terhadap risiko kerusakan, tertabrak kendaraan, kebakaran, dan pengobatan akibat kebakaran.

4. Garda Trip

Memberikan perlindungan perjalanan secara domestik maupun internasional dari risiko seperti kecelakaan, keterlambatan, pembatalan, serta menjamin bagasi dan barang pribadi.

5. Garda Me

Perlindungan diri terhadap risiko kecelakaan yang berujung pada kematian atau kecacatan, kehilangan penghasilan, dan biaya

pemakaman ketika meninggal.

6. Garda Edu

Menjamin perlindungan biaya pendidikan anak saat bertanggung mengalami kecelakaan sehingga meninggal dunia atau cacat.

7. Asuransi Komersial

Asuransi perlindungan secara umum bagi pelanggan seperti asuransi harta benda, alat berat, pengangkutan, rangka kapal, rekayasa (proyek), energi, tanggung gugat, dan aneka (tanaman, uang, dsb).

8. Garda Medika

Asuransi kesehatan untuk korporasi, terdapat dua jenis yaitu perlindungan rawat inap (*basic product*) dan perlindungan rawat jalan, gigi, persalinan, dan kacamata (*additional product*) menggunakan sistem pembayaran non-tunai.

9. Garda Healthtech

Produk asuransi ini merupakan kerja sama dengan Halodoc dalam menyediakan perlindungan kesehatan menyeluruh untuk rawat jalan perorangan. Produk ini memiliki tiga kategori perlindungan sesuai dengan kebutuhan pelanggan yaitu *Fit*, *Classy*, dan *Ultima*.

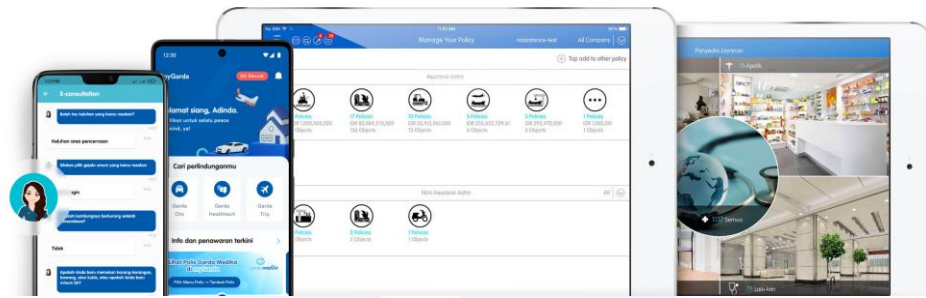
10. Asuransi Astra Syariah

Produk asuransi yang sama namun dengan secara khusus mengikuti prinsip syariah Islam sehingga terdapat perbedaan pada Akad, pengelolaan dana, dan penulisan polisnya.

Komitmen utama yang dipegang oleh Asuransi Astra adalah “peace of mind”. Untuk mewujudkan komitmen tersebut, Asuransi Astra menyediakan berbagai layanan yaitu sebagai berikut.

1. Garda Mobile

Garda Mobile merupakan kumpulan *mobile apps* yang diluncurkan oleh Asuransi Astra untuk memudahkan pelanggan dalam mengakses berbagai layanan asuransi.



Gambar 2.2 Garda Mobile
Sumber: <https://www.asuransiastra.com/service/>

Terdapat tiga *mobile apps* yang tersedia yaitu aplikasi medcare (mengelola asuransi kesehatan), myGarda (mengelola asuransi umum), dan cr-akses (mengelola asuransi komersial).

2. Garda Center

Garda Center adalah layanan *offline* yang mempermudah pelanggan dalam mendapatkan informasi produk asuransi dan pembelian polis serta permintaan klaim asuransi.



Gambar 2.3 Garda Center
Sumber: <https://www.asuransiastra.com/service/Garda...>

Layanan Garda Center ini telah tersedia sebanyak 14 cabang di sejumlah pusat perbelanjaan di kota-kota besar Indonesia dan beroperasi setiap hari sesuai dengan jam operasional dari tempat perbelanjaan tersebut.

3. Garda Siaga

Garda Siaga merupakan salah satu layanan *Emergency Roadside Assistance* (ERA) yang dilengkapi tiga jenis armada yaitu mobil derek, sepeda motor, dan mobil gendong.



Gambar 2.4 Garda Siaga

Sumber: <https://www.asuransiastra.com/service/>

Layanan ini disediakan untuk siap memberikan layanan 24 jam kepada pelanggan Garda Oto yang mengalami masalah terkait kendaraan seperti ban kempis, mogok, mobil terkunci dari dalam, memerlukan layanan derek, dsb.

4. Garda Akses

Garda Akses adalah sebuah layanan telepon yang dapat diakses secara 24 jam melalui Whatsapp maupun telepon reguler, sehingga pelanggan dapat menanyakan terkait informasi produk, klaim asuransi, layanan darurat, dan pembaharuan polis asuransi.

5. Layanan Manajemen Risiko

Layanan ini khusus untuk pelanggan asuransi komersial yaitu mencegah dan meringankan risiko kerusakan akibat masa pemakaian, faktor alam, ataupun kesalahan manusia. Terdapat dua jenis layanan ini yaitu *self program* dan *joint with specialist*.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

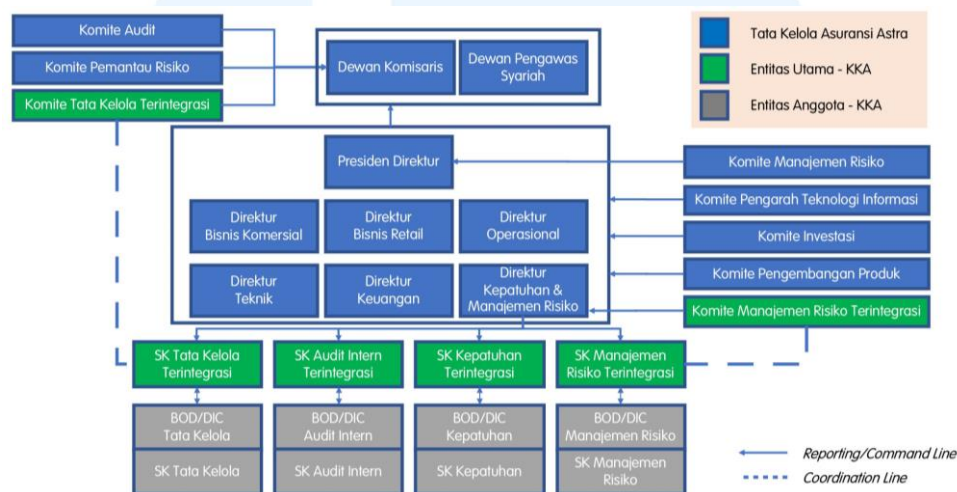
PT Asuransi Astra Buana pertama kali berdiri pada tanggal 12 September 1956 dengan nama PT Maskapai Asuransi. Kemudian pada tahun 1981, PT Astra International mengambil alih sebagian besar saham dari PT Maskapai Asuransi dan pada tahun 1990, dilakukan *rebranding* dengan mengubah nama dan logo menjadi PT Asuransi Astra Buana. Selanjutnya dari tahun ke tahun, Asuransi Astra mengalami perkembangan signifikan. Pada tahun 1995, adanya peluncuran Garda Oto (asuransi mobil) yang kemudian dikembangkan layanannya dengan kehadiran Garda Akses dan Garda Siaga pada tahun 2000.

Pada tahun 2005, Asuransi Astra meluncurkan Asuransi Syariah sebagai lini bisnis yang baru dan pada tahun 2007 adanya penambahan layanan *e-marine* untuk asuransi *commercial*. Pada tahun 2008, Asuransi Astra menambahkan layanan Garda Medika sebagai solusi kesehatan korporat. Pada tahun 2015, diluncurkan Garda Mobile Otocare sebagai *mobile apps* pertama dan fiturnya terus berkembang dengan adanya Otosales, Otosurvey, Craksess, Hraksess, dan Medcare pada tahun 2016.

Pada tahun 2018, asuransi astra meluncurkan fitur asisten virtual terbaru untuk layanan asuransi yaitu GarXia (Garda eXperience Intelligent Assistant) yang tersedia pada *website* HappyOne.id. Selanjutnya pada tahun 2019, terdapat penambahan fitur pada aplikasi Garda Mobile Otocare yaitu Garda Mall memberikan kemudahan bagi pengguna dalam membeli berbagai perlengkapan otomotif, mengakses layanan keuangan dari Astra Financial, serta melakukan transaksi jual beli mobil bekas. Pada tahun 2021, Asuransi Astra kemudian melakukan kerjasama bersama Halodoc untuk meluncurkan produk Garda Healthtech yang memberikan jaminan dalam pelayanan medis jika mengalami suatu penyakit, tanpa rawat inap, atau mengalami kecelakaan. Pada tahun 2023, Asuransi Astra meluncurkan Garda M-Klinik dan Express Appointment untuk membantu memudahkan akses terhadap Garda Medika. (Asuransi Astra, 2024)

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam setiap perusahaan dibutuhkan sebuah struktur perusahaan yang mendeskripsikan peran dan posisi dari masing-masing individu dalam perusahaan tersebut. Struktur perusahaan memiliki peran yang penting dalam memperjelas tugas dan tanggung jawab serta alur kerja dalam perusahaan tersebut. Berikut merupakan bagan struktur keseluruhan perusahaan Asuransi Astra.



Gambar 2.5 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Asuransi Astra
Sumber: Laporan Tahunan Tata Kelola 2024

Pada bagan tersebut, perusahaan Asuransi Astra dipimpin oleh Dewan Komisaris yang mengawasi dan memberikan saran terkait keberlangsungan perusahaan. Terdapat juga Dewan Pengawas Syariah yang mengawasi kepatuhan terhadap prinsip syariah. Dalam melaksanakan tanggung jawabnya, Dewan Komisaris dibantu oleh Komite Audit, Komite Pemantau Risiko, Komite Tata Kelola Terintegrasi. Selanjutnya terdapat Presiden Direktur yang berperan dalam mengkoordinasikan, mengambil keputusan, dan eksekutor. Presiden Direktur membawahi Direktur Bisnis Komersial, Direktur Bisnis Retail, Direktur Operasional, Direktur Teknik, Direktur Keuangan, Direktur Kepatuhan & Manajemen Risiko. Para Direktur tersebut, dibantu oleh Komite Manajemen Risiko, Komite Pengarah Teknologi Informasi, Komite Investasi, Komite Pengembangan Produk, Komite Manajemen Risiko Terintegrasi. Direktur Kepatuhan & Manajemen Membawahi SK (Satuan Kerja) Tata Kelola Terintegrasi,

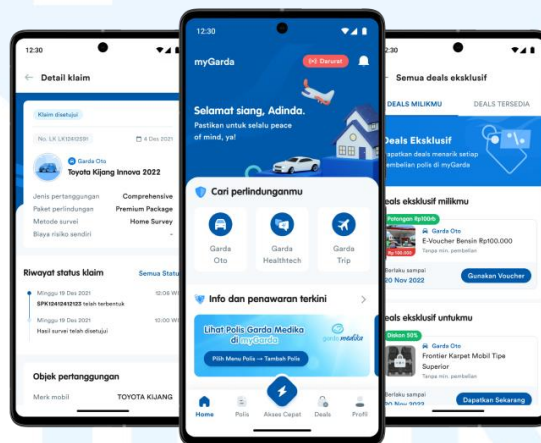
SK Audit Internal Terintegrasi, SK Kepatuhan Terintegrasi, Dan SK Manajemen Risiko Terintegrasi. Masing-masing dari Satuan Kerja tersebut juga bekerjasama dengan BOD (*Board of Directors*) atau DIC (*Director in Charge*).

2.3 Portofolio Perusahaan

Selama beroperasi sebagai perusahaan asuransi, Asuransi Astra memiliki tim desain yang bertugas dalam menangani seluruh keperluan identitas, informasi, dan promosi dari *brand* secara eksternal maupun internal. Berikut merupakan beberapa portofolio desain perusahaan Asuransi Astra.

1. Aplikasi myGarda

Aplikasi myGarda merupakan aplikasi yang memudahkan pelanggan dalam mengakses layanan Asuransi Astra khususnya Garda Oto, Garda Trip, Garda Healthtech, dan Garda Home.



Gambar 2.6 Aplikasi myGarda

Sumber: <https://www.asuransiastra.com/service/Garda-mobile/>

Dengan adanya aplikasi tersebut, pelanggan dari Asuransi Astra sekaligus pengguna dapat membeli polis asuransi, proses klaim asuransi, memohon bantuan darurat, mendapatkan *deals* khusus, dsb. Aplikasi ini dapat diunduh secara gratis melalui Playstore dan App Store.

2. Brand Rejuvenation

Pada tahun 2024, Asuransi Astra melakukan *brand rejuvenation* yaitu dengan menambahkan konsep dan elemen desain yang baru. Konsep baru yang diluncurkan adalah riang. Riang merupakan *core value Customer First* yang

diterapkan dengan mengutamakan rasa aman dan tenteram kepada pelanggan sebagai landasan utama dalam setiap tindakan. Kata “riang” sendiri adalah singkatan dari kata ringkas, andal, dan mengesankan. Ringkas berarti membuat segala sesuatu menjadi lebih mudah dan memastikan proses berlangsung cepat dan efektif. Andal artinya melakukan pekerjaan dengan benar dan bertanggung jawab, serta memberikan hasil yang dapat dipercaya kualitas dan keandalannya. Mengesankan artinya senantiasa memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan sehingga hubungan baik akan selalu terjaga.



Gambar 2.7 Logo Riangan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Untuk mengusung konsep tersebut, tim desain Asuransi Astra merancang desain logo untuk riangan yang berupa *wordmark* dengan kombinasi warna identitas Asuransi Astra yaitu *sustainable blue* dan *joyous blue*. *Wordmark* dirancang menggunakan *font* VAG Rounded sesuai dengan identitas *brand*. Huruf i dalam kata riangan digambarkan dengan sebuah ikon manusia di atas tangan sehingga menggambarkan bahwa memberikan dukungan atau kepedulian kepada *customer*.



Gambar 2.8 Seragam Asuransi Astra
Sumber: <https://www.asuransiastra.com/prosedur-pengaduan-pelanggan/>

Selain logo untuk konsep riang tersebut, terdapat juga pembaharuan desain seragam karyawan Asuransi Astra. Seragam sebelumnya memiliki warna dasar *sustainable blue* dengan logo berwarna putih. Untuk mengusung konsep riang, seragam karyawan yang baru memiliki warna dasar putih untuk melambangkan kesederhanaan, kerapian, kesederhanaan. Kemudian terdapat elemen 3 garis dengan warna *sustainable blue* dan *joyous blue* pada bagian lengan yang melambangkan keandalan dan komitmen dalam menyediakan layanan Asuransi Astra yang riang.

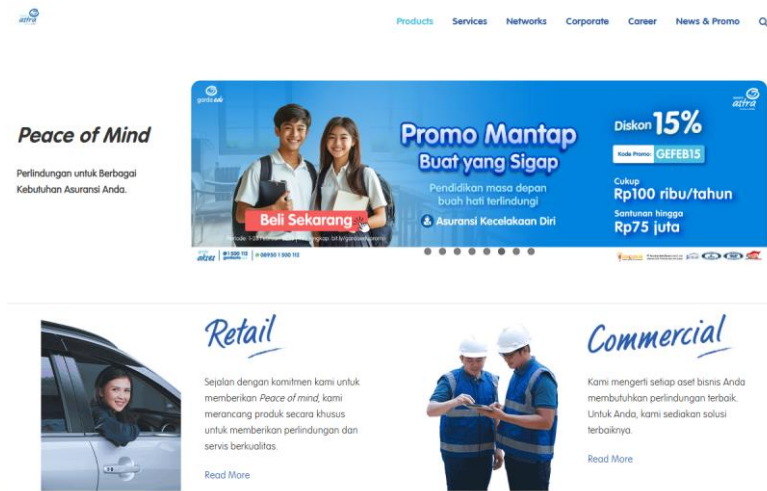


Gambar 2.9 *Brand Collateral* Asuransi Astra
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Selain pada seragam karyawan, desain dengan elemen yang baru tersebut juga berlaku pada media *collateral* lainnya seperti mobil, jaket, topi, dsb sehingga mencerminkan konsistensi dalam menunjukkan *brand rejuvenation*.

3. *Website* Asuransi Astra

Asuransi Astra juga memiliki sebuah *website* yang dapat diakses melalui link <https://www.asuransiastra.com/>. *Website* ini menampung seluruh informasi terkait perusahaan tersebut secara lengkap. Pada tanggal 22 April 2016, Asuransi Astra meluncurkan kembali *website* ini dengan perubahan pada tampilannya sehingga menjadi lebih simpel dan dinamis.



Gambar 2.10 Website Asuransi Astra
Sumber: <https://www.asuransiastra.com/>

Website ini berisi seluruh informasi terkait perusahaan Asuransi Astra. Terdapat beberapa *button* utama yaitu *Products*, *Services*, *Networks*, *Corporate*, *Career*, *News & Promo*. Dengan menekan *button* tersebut, pengguna akan masuk ke halaman tertentu yaitu pada halaman *Products* menyediakan informasi terkait kategori produk Asuransi Astra yaitu *retail*, *commercial*, *health*, dan syariah. Pada halaman *Services* tersedia informasi terkait layanan Garda mobile, Garda center, Garda siaga. Untuk halaman *Networks* terdapat daftar seluruh cabang Asuransi Astra. Pada halaman *Corporate*, tersedia informasi sejarah, struktur, penghargaan, laporan keuangan dari perusahaan. Untuk halaman *Career*, tersedia informasi lowongan pekerjaan di Asuransi Astra. Terakhir, pada halaman *News & Promo* terdapat artikel terkait perusahaan Asuransi Astra.

Website dari Asuransi Astra memiliki desain *User Interface* yang baik dengan latar berwarna putih dan *button* berwarna *sustainable blue* sehingga memberikan kontras yang memudahkan pengguna dalam mengidentifikasinya. Desain *website* memiliki kesan yang minimalis sehingga tidak membuat pengguna merasa lelah dalam membaca informasi yang tertera. Kemudian untuk *User Experience* dari *website* tersebut juga baik dimana menu utama dapat dengan mudah ditemukan, seluruh *button* dapat ditekan, dan juga cepat dalam memuat sebuah halaman.

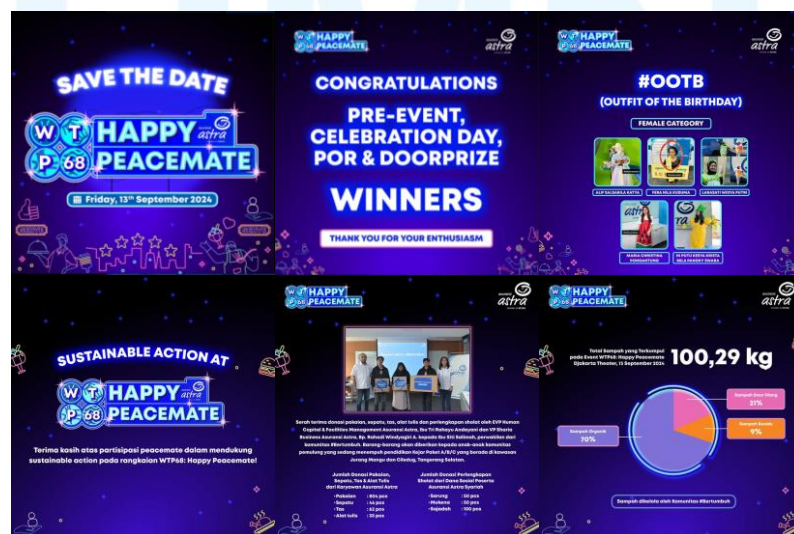
4. HUT Asuransi Astra ke-68

Untuk merayakan ulang tahun Asuransi Astra ke-68 pada tanggal 12 September 2024, terdapat desain logo berupa penggabungan *letterform mark* WTP 68 (We The Peacemate) dan *wordmark* HAPPY PEACEMATE. Konsep yang digunakan adalah neon untuk memberikan kesan yang dengan tetap memadukan warna identitas perusahaan yaitu *sustainable blue* dan *joyous blue*.



Gambar 2.11 Logo HUT ke-68 Asuransi Astra
Sumber: Dokumentasi Perusahaan

Terdapat juga desain *feeds* yang di tampilkan pada akun Instagram @lifeatasuransiastra yang menginformasikan terkait acara ulang tahun, lomba, dan donasi. Desain *feeds* menggunakan konsep yang sama dengan *background* gelap yang menciptakan kontras terhadap logonya yang neon sehingga terkesan menyala. Terdapat elemen grafis berupa *outline* yang bertemakan makanan dengan *style* desain yang sama sehingga menciptakan sebuah kesatuan dengan logo. Elemen grafis berupa jenis-jenis makanan digunakan dengan tujuan agar sesuai dengan tema acara yang berhubungan dengan makanan.



Gambar 2.12 Desain *Feeds* HUT ke-68 Asuransi Astra
Sumber: <https://www.Instagram.com/lifeatasuransiastra/>