

BAB II TENTANG PERUSAHAAN

2.1. Gambaran Umum Perusahaan PT Astra Otoparts Tbk

PT Astra Otoparts Tbk (AOP) adalah anak perusahaan dari PT Astra International Tbk yang bergerak di bidang manufaktur dan distribusi komponen otomotif. Didirikan pada tahun 1976, Astra Otoparts telah berkembang menjadi grup perusahaan komponen otomotif terbesar dan terkemuka di Indonesia. Perusahaan ini memproduksi serta mendistribusikan berbagai suku cadang untuk kendaraan bermotor roda dua dan roda empat, baik untuk pasar domestik maupun ekspor ke berbagai negara.

Sebagai pemain utama dalam industri otomotif, Astra Otoparts memiliki struktur bisnis yang luas, dengan membawahi total 54 anak perusahaan yang tersebar dalam beberapa kategori, yaitu 7 divisi manufaktur dan distribusi, 13 perusahaan konsolidasi, 20 ventura bersama dan entitas asosiasi, serta 14 entitas investasi tidak langsung.

Dengan jaringan bisnis yang luas, Astra Otoparts terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pasar otomotif melalui produk berkualitas tinggi dan layanan terbaik bagi pelanggan.

2.2. Profil Perusahaan

PT Astra Otoparts Tbk (AOP) merupakan anak perusahaan dari PT Astra International Tbk yang bergerak di bidang manufaktur, perdagangan, dan jasa komponen otomotif. Perusahaan ini didirikan pada 20 September 1991 dan telah berkembang menjadi salah satu produsen dan distributor suku cadang kendaraan bermotor terbesar di Indonesia. Astra Otoparts tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham AUTO, di mana mayoritas sahamnya (80%) dimiliki oleh PT Astra *International* Tbk, sementara sisanya (20%) dimiliki oleh publik.

Saat ini dicatat dalam Laporan Tahunan (2024), Astra Otoparts memiliki modal dasar sebesar 10 miliar saham, dengan modal ditempatkan dan disetor penuh

sebanyak 4,82 miliar saham. Perusahaan ini berkantor pusat di Jl. Raya Pegangsaan Dua Km 2,2, Kelapa Gading, Jakarta 14250, dengan kontak yang dapat dihubungi melalui telepon (62-21) 460-3550, 460-7025 atau melalui situs web resmi www.astra-otoparts.com.



Gambar 2.1. Logo Perusahaan
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

2.2.1. Sejarah Perusahaan

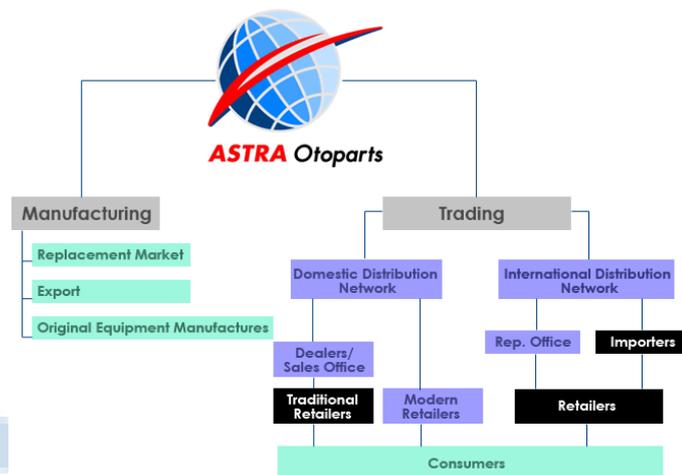
Berikut sejarah PT Astra Otoparts Tbk

- 1976 – Didirikan sebagai PT Alfa Delta Motor, bergerak di bidang perdagangan otomotif, perakitan mesin, dan konstruksi.
- 1977 – Berubah nama menjadi PT Pacific Western.
- 1981 – Berubah nama menjadi PT Menara Alam Teknik, dengan kepemilikan baru dari PT Summa Surya, PT Windu Tri Nusantara, dan PT Multinvest.
- 1983 – Astra membeli saham PT Summa Surya di PT Menara Alam Teknik.
- 1993 – Astra mengambil alih seluruh saham PT Menara Alam Teknik dan mengubah namanya menjadi PT Menara Alam Pradipta.
- 1996 – Berubah nama menjadi PT Astra Pradipta *Internusa*; Merger dengan beberapa produsen komponen Grup Astra, termasuk PT Federal Adiwira Serasi, yang tetap bertahan dan berubah nama menjadi PT Astra Dian Lestari.
- 1997 – PT Astra Dian Lestari berubah nama menjadi PT Astra Otoparts Tbk.
- 1998 – Resmi menjadi perusahaan publik dengan mencatatkan saham di Bursa Efek Jakarta dengan kode AUTO.

- 2011-2014 – Mendirikan Engineering Development Centre (EDC) untuk pengembangan produk otomotif; Melakukan pemecahan saham dengan rasio 1:5; Menerbitkan saham baru melalui right issue dengan dukungan Astra.
- 2015-2019 – Mengimplementasikan Strategi LEAP; Meluncurkan platform e-commerce www.astraotoshop.com.
- 2020-2023 – 2020 – Mendirikan Astra Otoservice, layanan bengkel servis berkala untuk kendaraan roda empat; 2020 – Diversifikasi ke industri alat kesehatan sebagai strategi menghadapi *pandemi*; 2022 – Meluncurkan Astra Otopower, jaringan pengisian daya listrik untuk kendaraan roda empat menggunakan charging machine bermerek ALTRO.

2.2.3. Lingkup Bisnis Perusahaan

PT Astra Otoparts Tbk beroperasi dalam dua sektor utama, yaitu Manufaktur dan Perdagangan (*Trading*).



Gambar 2.2. Lingkup Bisnis Perusahaan
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

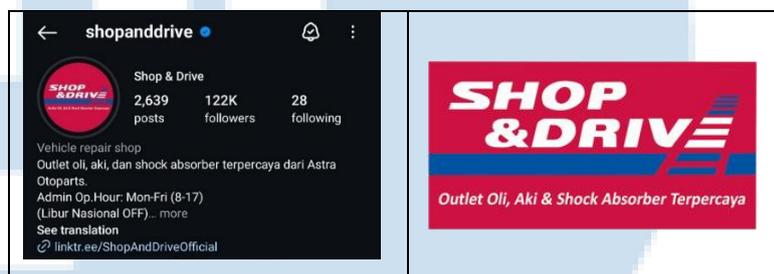
Dalam **sektor manufaktur**, perusahaan memiliki 4 unit bisnis, 11 anak perusahaan konsolidasi, 20 entitas asosiasi dan ventura bersama, serta 13 cucu perusahaan. Astra Otoparts memproduksi berbagai komponen otomotif untuk pasar *Original Equipment Manufacturer* (OEM) dan

Replacement Market (REM). Komponen yang diproduksi meliputi *engine parts, body & chassis parts, electronic & electrical parts*, serta *drive & train transmission* untuk kendaraan roda empat dan roda dua. Produk-produk ini digunakan oleh berbagai merek otomotif global, seperti Toyota, Daihatsu, Honda, Mitsubishi, Nissan, Yamaha, Suzuki, dan banyak lainnya. Selain itu, Astra Otoparts juga mengembangkan produk untuk sektor industri lainnya.

Dalam **sektor perdagangan (*trading*)**, perusahaan memiliki 3 unit bisnis, 2 anak perusahaan terkonsolidasi, dan 1 cucu perusahaan yang mencakup unit bisnis domestik, internasional, dan ritel. Astra Otoparts memiliki 46 diler utama, 26 kantor penjualan, 387 toko ritel modern, dan 15.000 toko suku cadang pengecer di Indonesia. Perusahaan juga mengekspor produknya ke lebih dari 50 negara di Afrika, Amerika, Asia Oseania, Eropa, dan Timur Tengah (PT Astra Otoparts Tbk., n.d.). Untuk mendukung bisnis ini, Astra Otoparts memiliki beberapa divisi utama:

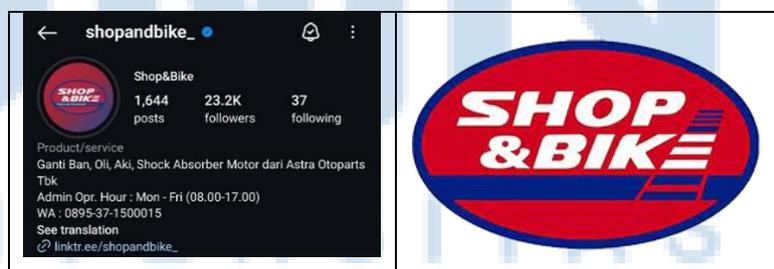
- Divisi Domestik – Bertanggung jawab atas pemasaran, penjualan, dan distribusi suku cadang di Indonesia melalui 52 diler Utama dan 24 Kantor Penjualan, serta jaringan 12.000 pengecer.
- Divisi Internasional – Mengekspor baterai dan suku cadang kendaraan ke lebih dari 40 negara melalui platform <https://international.astraotoshop.com/>.
- **Divisi Ritel** – Mengelola jaringan ritel otomotif *The Trusted Parts Workshop* yang berfokus pada penyediaan suku cadang asli dan berkualitas tinggi. Divisi ini membawahi beberapa jaringan layanan ritel terkemuka seperti;
 - **Shop&Drive** merupakan jaringan ritel otomotif milik Astra Otoparts yang fokus pada penyediaan *fast moving general parts* untuk kendaraan roda empat (4W), seperti aki, oli, dan shock, serta layanan cepat yang berkaitan langsung dengan kebutuhan dasar kendaraan. Hingga saat ini, Shop&Drive

telah memiliki 390 gerai yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia. Selain versi standarnya, terdapat juga 7 gerai **Super Shop&Drive** yang menghadirkan layanan lebih lengkap, termasuk *spooring*, *balancing*, dan penggantian ban. Seluruh jaringan ini menerapkan sistem waralaba (*franchise*), memungkinkan ekspansi nasional yang konsisten dengan standar pelayanan yang seragam.



Tabel 2.1. Profile & Logo Shop&Drive
 Sumber: Instagram, Dokumen Perusahaan (2025)

- o **Shop&Bike** merupakan jaringan ritel otomotif yang dikembangkan oleh Astra Otoparts untuk menjangkau segmen pengguna kendaraan roda dua (2W). Dengan jumlah gerai mencapai 70 lokasi di seluruh Indonesia, Shop&Bike menawarkan berbagai *fast moving general parts* seperti oli, aki motor, dan ban, serta layanan cepat (*quick services*) dan layanan terkait lainnya yang dirancang khusus untuk menjawab kebutuhan harian para pengendara motor.



Tabel 2.2. Profile & Logo Shop&Bike
 Sumber: Instagram, Dokumen Perusahaan (2025)

- o **Motoquick dan Aspira Motoquick** merupakan layanan ritel otomotif yang dirancang khusus untuk kendaraan roda dua, dengan menasar segmen pasar menengah ke bawah yang mengutamakan kecepatan dan kemudahan layanan. Hingga saat ini, Motoquick telah hadir di 99 titik layanan dan Aspira Motoquick di 12 gerai, seluruhnya tersebar di wilayah Jabodetabek. Kedua format layanan ini menawarkan *fast moving general parts*, seperti oli dan ban motor, serta *express services* yang memungkinkan konsumen melakukan perawatan ringan secara cepat tanpa antri panjang. Keunggulan utamanya adalah lokasi yang strategis dan mudah diakses, karena umumnya berada di depan minimarket seperti Alfamart atau Lawson.



Tabel 2.3. Profile & Logo Aspira Motoquick & Motoquick
Sumber: Instagram, Dokumen Perusahaan (2025)

- o Astra Otoservice saat ini telah memiliki 27 gerai di berbagai wilayah Indonesia. Berbeda dengan format layanan lainnya, Astra Otoservice hadir dengan konsep gerai yang lebih luas dan lengkap, menyediakan layanan *full service* untuk kendaraan roda empat, termasuk penggantian ban, *sporing balancing*, serta menjadi spesialis perawatan kaki-kaki mobil. Fokus utamanya adalah pada *periodic service* kendaraan 4W, dengan menyediakan *fast moving general parts*, layanan cepat (*quick services*), serta layanan pendukung lainnya yang menasar kenyamanan, kecepatan, dan keandalan dalam perawatan kendaraan konsumen.



Tabel 2.4. Profile & Logo Astra Otoservice
 Sumber: Instagram, Dokumen Perusahaan (2025)

2.2.4. Visi Misi & Nilai Perusahaan

Visi Perusahaan

- Menjadi pemasok komponen otomotif kelas dunia serta mitra usaha pilihan utama di Indonesia dengan dukungan kapabilitas *engineering* yang handal.

Misi Perusahaan

- Mengembangkan industri komponen otomotif yang handal dan kompetitif, serta menjadi mitra strategis bagi para pemain industri otomotif di Indonesia dan dunia.
- Menjadi warga usaha yang bertanggung jawab, serta memberikan kontribusi positif kepada para pemangku kepentingan.

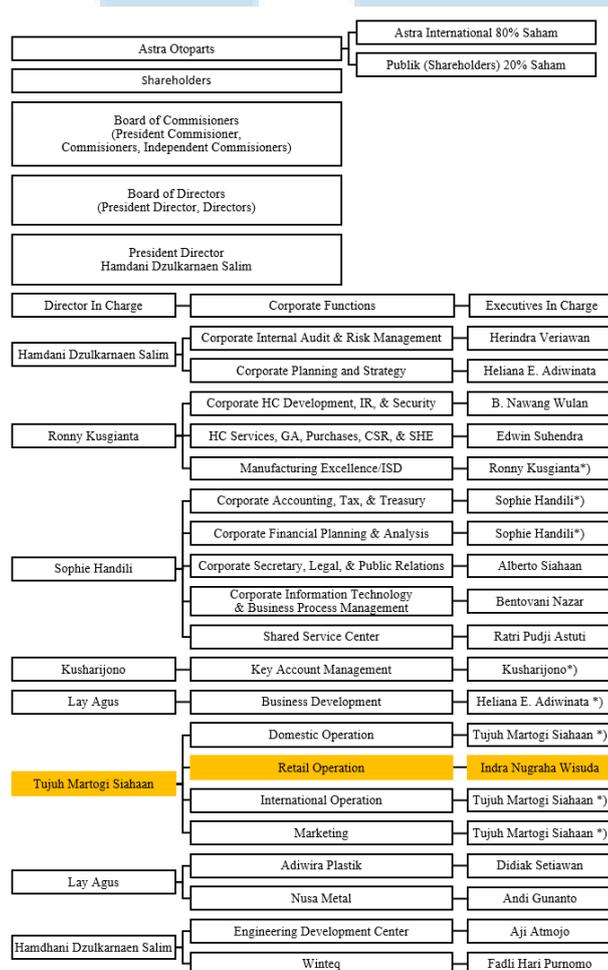
Nilai-nilai Perusahaan (*Corporate Values*)

Sebagai landasan dalam menjalankan bisnis yang beretika dan berintegritas, PT Astra Otoparts Tbk memiliki serangkaian tata nilai yang terus disosialisasikan ke seluruh jajaran manajemen dan karyawan melalui Komite Core Value. Setiap area kerja memiliki penanggung jawab khusus untuk memastikan implementasi nilai-nilai ini secara konsisten dalam karakter dan kinerja karyawan.

1. Terpercaya dan Handal (*Trustworthy and Reliable*) Berkomitmen dan mampu membuktikan apa yang diucapkan dan diamanatkan sesuai dengan tugas serta prinsip *Good Corporate Governance*.

2. Fokus pada Pelanggan (*Customer Focus*) Selalu mencari peluang untuk memberikan lebih dari yang diharapkan pelanggan melalui usaha terbaik dan inovasi berkelanjutan di segala bidang.
3. Semangat Keprimaan (*Passion for Excellence*) Memiliki hasrat yang kuat untuk mencapai hasil lebih baik dari yang dituntut dalam pekerjaan.
4. Kerja Sama (*Teamwork*) Bangga menjadi bagian dari Astra Otoparts dan berkomitmen untuk bertukar pikiran serta saling membantu dalam mencapai keberhasilan bersama.

2.3. Struktur Perusahaan



Gambar 2.3. Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Astra Otoparts Tbk adalah Perusahaan manufaktur dan *trading* spareparts terbesar di Indonesia, Perusahaan ini memiliki berbagai fungsi korporat dengan susunan seperti berikut.

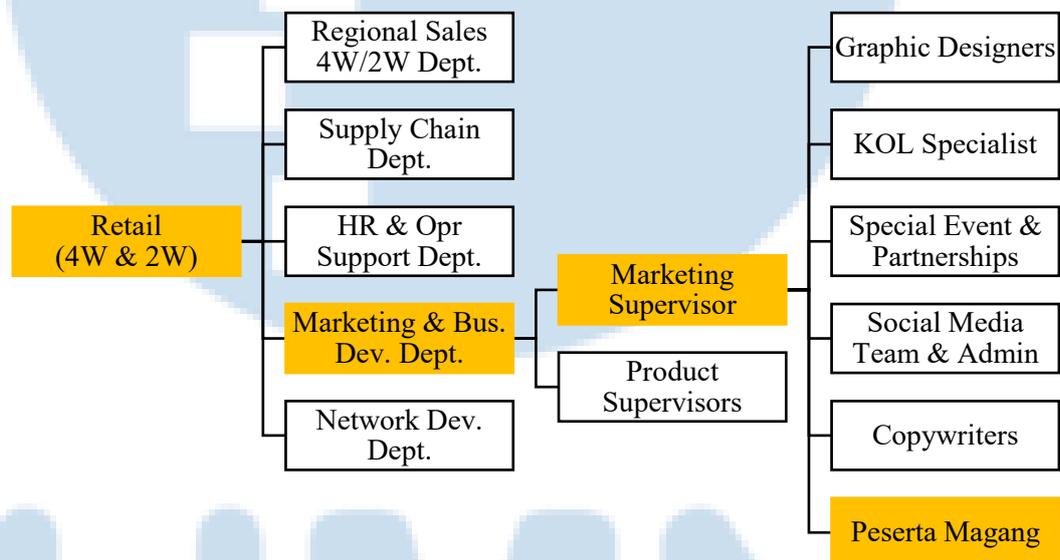
Adapun Adiwira Plastik, Nusametal, Engineering Development Center, dan Winteq adalah divisi milik Astra Otoparts yang beroperasi Independen dalam bidang Produksi (Manufaktur).

Peserta magang sendiri berada di *Corporate Function Retail Operation*. *Retail Operation* bergerak dalam bidang persebaran dan operational gerai Retail milik Astra Otoparts. Dengan merek

Shop&Drive, Shop&Bike, AstraOtoservice, dan Aspira Motoquick di level nasional.

2.3.1. Struktur Retail & Marketing

Peserta magang melakukan aktivitas *branding* dan *marketing* di divisi Retail, dibawah *Marketing and Business Development Department Head*. Divisi Retail memiliki dua sub-divisions, yaitu *4Wheels & 2Wheels*, masing-masing divisi ini memiliki 2 merek masing-masing, dengan pembedaan department hanya di Regional Sales Department, selain dari itu semua departemen bertanggung jawab untuk kedua sub-divisions.



Gambar 2.4. Struktur Fungsi Retail Perusahaan
Sumber: Data Olahan Pribadi (2025)

Departemen *Marketing & Business Development* memiliki dua divisi *marketing* utama, yaitu *Product Marketing* dan *Marketing Communication*. Divisi *Marketing Communication* ini bertanggung jawab terhadap segala kegiatan *Promotional* untuk seluruh jaringan ritel dari perencanaan, eksekusi, hingga evaluasinya. Kegiatan *marketing communication* di jaringan ritel Astra Otoparts memiliki banyak fungsi, berikut jobdesc masing-masing jabatan dan hubungannya.

- Head of *Marketing & Business Development*

Bertanggung jawab atas pengembangan strategi pemasaran dan bisnis ritel. Mengawasi perencanaan dan eksekusi kampanye serta memastikan pencapaian target.

- *Marketing Supervisor*

Mengelola dan mengoordinasikan eksekusi strategi pemasaran, mengawasi tim dalam menjalankan kampanye promosi, serta melakukan evaluasi efektivitas program *marketing*.

- *Product Supervisors*

Berperan sebagai supervisi dari jenis-jenis lini produk yang ada di retail. Supervisi produk juga bertanggung jawab atas aktivasi atau promo yang berhubungan dengan lini produk mereka.

- *Graphic Designers*

Mendesain materi visual seperti poster, banner, dan konten digital untuk kebutuhan promosi, *branding*, serta komunikasi pemasaran di berbagai platform.

- *KOL Specialists*

Membangun kerja sama dengan Key Opinion Leaders (KOL) dan influencer, merancang strategi endorsement, serta memonitor efektivitas kampanye berbasis KOL.

- *Event & Partnerships*

Mengelola perencanaan dan eksekusi event promosi, menjalin kemitraan dengan pihak eksternal, serta memastikan event berjalan sesuai dengan strategi *branding* perusahaan.

- *Social Media Team (Content Planner, Creators, Admins)*

Merancang strategi konten media sosial, menciptakan materi kreatif (foto, video, copywriting), mengelola akun media sosial, serta berinteraksi dengan audiens untuk meningkatkan *engagement*.

- *Copywriters*

Membuat teks promosi, mulai dari *caption* media sosial, artikel, hingga materi pemasaran lainnya yang menarik dan sesuai dengan strategi komunikasi.