

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Astra Internasional Tbk – Honda atau yang lebih dikenal sebagai Astra Motor merupakan sebuah perusahaan dibawah PT Astra Internasional Tbk. Hadir di Indonesia sejak tahun 1970, Astra Motor berperan besar dalam bidang pendistribusian serta penjualan sepeda motor Honda. Berikut ini merupakan penjabaran mengenai profil serta sejarah perusahaan PT Astra Internasional Tbk – Honda sebagai tempat penulis melakukan kegiatan magang.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Astra Internasional Tbk – Honda atau yang lebih dikenal sebagai Astra Motor merupakan perusahaan yang berorientasi pada kegiatan distribusi serta penjualan kendaraan merek Honda, khususnya kendaraan roda dua di Indonesia. Perusahaan ini sudah berdiri lebih dari 50 tahun di 21 provinsi dengan 12 *Main Dealer* serta 600 *Dealer*, 1.200 AHASS, dan 2.500 outlet *spareparts* yang tersebar di seluruh Indonesia.

Dikutip dari *website* motorkux.id (2025) perusahaan ini memiliki visi untuk menjadi *main dealer* terbaik dan *retailer* pilihan yang memberikan solusi melebihi harapan semua pihak. Adapun untuk mencapai tujuan tersebut terdapat misi yang dilaksanakan yaitu dengan memberikan nilai tambah bagi pemangku kepentingan serta menjadi perusahaan yang bertanggungjawab dan ramah lingkungan. Adapun, perusahaan berkomitmen untuk mewujudkan impian pelanggan dengan mengembangkan jaringan dan menawarkan pengalaman serta layanan yang mengesankan.

Logo perusahaan memiliki warna utama yaitu, biru dan merah. Warna biru hadir mewakili warna PT Astra Internasional Tbk sebagai induk perusahaan. Adapun warna biru mencerminkan nilai kepercayaan,

dynamisme, loyaltas, serta kreativitas. Sedangkan warna merah identik dengan logo sepeda motor Honda yang merupakan fokus utama penjualan *retail* Astra Motor. Adapun bentuk logo menyerupai pesawat. Bentuk ini menggambarkan fleksibilitas dan kesederhanaan perusahaan yang berkembang dan siap melesat cepat.



Gambar 2.1 Logo Astra Motor
Sumber: Arsip Perusahaan

Dengan kurang lebih 11.272 tenaga kerja PT Astra Internasional Tbk – Honda menjunjung nilai perusahaan yang dikenal nilai BEST (*Business Sense, Excellent Service, Synergetic Teamwork, Trustworthiness*). Adapun sebagai *dealer* kendaraan bermotor, Astra Motor gencar melakukan edukasi mengenai *safety riding* untuk mengajak masyarakat Indonesia berkendara dengan aman. Serta Astra Motor memiliki komitmen untuk mendukung keberlanjutan dengan menggunakan energi terbarukan, mengurangi efek rumah kaca serta melakukan pengolahan limbah. Astra motor juga memiliki empat pilar program sosial yaitu, kesehatan, pendidikan, lingkungan, dan kewirausahaan.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

PT Astra Internasional Tbk – Honda pertama kali hadir di Indonesia dengan nama *Honda division* pada tahun 1970. Perusahaan ini bertumbuh sebagai distributor utama untuk motor Honda di Indonesia. Untuk memperluas jangkauan pasar penjualan dan distribusi motor Honda, perusahaan ini melebarkan sayapnya dengan membuka kantor di Jawa Tengah pada tahun 1983. Dilanjutkan dengan pembukaan kantor di wilayah Bali dan

Jakarta pada tahun 1984. Adapun pada tahun 1986 Astra Motor membuka kantor baru untuk pendistribusian di wilayah Sumatera Selatan.

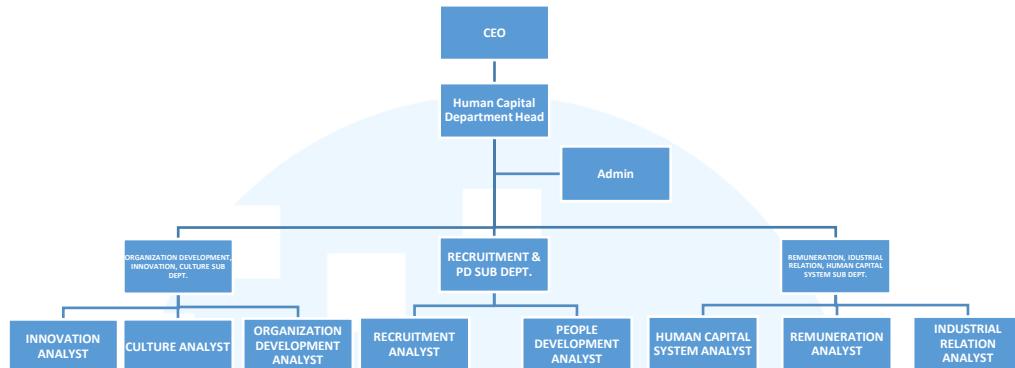
Berlanjut pada tahun 1991 PT Astra Motor kembali membuka kantor untuk 2 wilayah yaitu Sulawesi disusul dengan wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta pada 1992. Serta pembukaan *dealer* di wilayah Kudus pada 1996. Mulai tahun 2000 setelah mengalami perubahan status kepemilikan, PT Astra International Tbk – *Honda Sales Operation* (HSO) yang sebelumnya berperan sebagai *main distributor* kini bertransformasi menjadi *main dealer*, dan terus berkembang dan melakukan ekspansi dengan membuka *dealer* resmi baru di beberapa kota di Indonesia.

Di tahun 2016, perusahaan menghadirkan *dealer big wing*. Dealer ini dikhurasukan untuk konsumen yang ingin memiliki motor Honda dengan kapasitas mesin 500cc. Di tahun 2017, Astra Motor kembali kantor perwakilan baru untuk wilayah Kalimantan Timur dan Utara. Sampai pada tahun 2025 sudah terhitung 55 tahun PT Astra Internasional Tbk – Honda berdiri dan memberikan pelayan bagi para konsumennya.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi perusahaan merupakan sebuah bentuk hierarki yang menggambarkan jabatan serta tugas setiap individu di dalamnya. Susunan ini diperlukan oleh setiap perusahaan untuk menunjukkan kejelasan pembagian tugas serta alur koordinasi dalam operasional perusahaan. Dengan struktur yang jelas, operasional perusahaan akan berjalan dengan teratur dan efektif. Tentunya PT. Astra Internasional Tbk – Honda turut memiliki struktur organisasi yang tersusun dengan baik sebagai berikut:

MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Arsip Perusahaan Perusahaan (2025)

Seperti perusahaan pada umumnya, PT Astra Internasional Tbk – Honda dipimpin oleh seorang CEO. Adapun pada divisi *Human Capital* dipimpin oleh *Department Head* yang memiliki tanggung jawab untuk mengkoordinir keseluruhan sistem, kebijakan serta aktivitas di dalam divisi Human Capital adapun *administrator* yang membantu *Department Head* dalam proses administrasi. Kemudian *Human Capital Department* terbagi menjadi 3 sub-divisi yaitu *Recruitment & People Development Sub Dept*, *Organization Development, Innovation, and Culture Sub Dept*, dan *Remuneration, Industrial Relation, and Human Capital System Sub Dept*.

Di bawah *Recruitment & People Development Sub Dept* terdapat *Recruitment Analyst* yang memiliki tanggung jawab untuk mencari dan melakukan seleksi calon karyawan baru kemudian, terdapat *People Development Analyst* yang memiliki tanggung jawab untuk mengukur kompetensi serta menyusun *career path* karyawan Astra Motor. Di bawah naungan *Organization Development, Innovation, and Culture Sub Dept* terdapat *Organization Development Analyst* yang memiliki tanggungjawab untuk mengatur business process, struktur organisasi, dan serta membentuk standar kompetensi yang dimiliki karyawan. Adapun *Innovation Analyst* sebagai penanggungjawab berjalannya inovasi baru dalam Astra Motor,

dan *Culture Analyst* yang bertanggung jawab terhadap keberlangsungan *core value* yang diterapkan oleh karyawan Astra Motor.

Yang terakhir dibawah *Remuneration, Industrial Relation, dan Human Capital System Sub Dept* terdapat *Remuneration Analyst* yang memiliki tanggung jawab dalam proses pemberhentian karyawan serta mengatur *payroll* karyawan. *Industrial Relation Analyst* yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan sesuai dengan ketentuan pemerintah. Adapun, *Human Capital System Analyst* yang bertanggung jawab dalam melakukan monitoring serta mengelola sistem *Human Capital*.

2.3 Portofolio Perusahaan/ Badan Usaha

PT. Astra Internasional Tbk – Honda merupakan sebuah perusahaan *retail* sepeda motor yang sudah berdiri selama 55 tahun. Banyak produk serta layanan yang berhasil diberikan kepada masyarakat. Kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tidak terlepas dari bagaimana cara perusahaan memvisualisasikan citranya kepada publik. Hal ini dapat dilihat melalui media promosi, identitas perusahaan dan program-program yang dihadirkan oleh perusahaan. Berikut ini merupakan beberapa portofolio milik PT. Astra Internasional Tbk – Honda:

2.3.1 Redesain Logo *Core Value* BEST

Astra Motor memiliki nilai perusahaan yang dikenal dengan nilai BEST. *Core Value* ini terdiri atas nilai *Business Sense, Excellent Services, Synergetic Teamwork, dan Trustworthiness*. Nilai – nilai ini merupakan pedoman dasar bagi karyawan Astra Motor dalam menjalankan tugasnya.



Gambar 2.3 Logo Best lama
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Logo sebelumnya didominasi oleh warna merah. Hal ini membuat logo ini dianggap kurang merepresentasikan identitas setiap nilai – nilai dengan seimbang. Maka dari itu dilakukan proses redesain terhadap logo BEST.



Gambar 2.4 Hasil Redesain Logo Best
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Pembaharuan logo yang dihasilkan menjadi wajah baru dari *Core Value* BEST. Jika pada logo sebelumnya di dominasi oleh warna merah, maka pada logo ini setiap *core value* dipastikan mendapat warna representatifnya dimana warna merah merepresentasikan nilai *Business Sense*, kuning merepresentasikan nilai *Excellent Services*, hijau merepresentasikan nilai *Synergetic Teamwork*, dan biru yang merepresentasikan nilai *Trustworthiness*. Adapun bentuk logo BEST sendiri merupakan kesatuan dari logo turunan masing-masing *Core Value* BEST.

2.3.2 Astra Motor *Branch Head Academy*

Astra Motor memiliki program rutin tahunan. Salah satu program unggulannya adalah *Branch Head Academy*. Program ini merupakan salah satu sarana Astra Motor dalam melakukan *recruitment*. Program ini memastikan bahwa seluruh calon karyawan Astra Motor memiliki keterampilan serta pengetahuan yang memumpuni dan berkompeten. *Branch Head Academy* 2024 diselenggarakan pada tanggal 19 April 2024 secara daring dengan mengusung tema “*Level up Astra Motor*”.



Gambar 2.5 Media Promosi Astra Motor Branch Head Academy
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Untuk mendukung jalannya program ini dibuatlah sarana promosi agar program ini mudah dikenali dan diketahui banyak orang. Media yang digunakan dibuat dalam bentuk poster media sosial seperti *story instagram* dan *feeds instagram*. Di dalam poster memuat penjelasan mengenai tata cara berjalannya kegiatan, dokumentasi kegiatan, serta informasi – informasi penting yang menunjang berjalannya kegiatan. Warna yang digunakan dalam poster merupakan dominasi warna merah yang menyesuaikan dengan warna logo dari program *Branch Head Academy*. Adapun desain yang dihasilkan dibuat lebih modern namun tetap menunjukkan kesan profesional di dalamnya.

2.3.3 Konten Promosi Media Sosial

Bergerak di bidang *retail* dan penjualan motor tentunya Astra Motor membutuhkan media-media promosi yang meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap *brand*. Maka dari itu, Astra Motor *Head Office* menyediakan konten-konten yang dapat digunakan oleh kantor cabang untuk tetap menjaga keaktifan media sosialnya. Penyediaan media ini juga dilakukan untuk mendukung kantor-kantor cabang yang belum dapat menghasilkan konten untuk media sosialnya sendiri.



Gambar 2.6 Konten Promosi Media Sosial Astra Motor
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Konten yang dihasilkan cukup beragam mulai dari pengetahuan mengenai keamanan berkendara, cara merawat kendaraan, hingga promo-promo yang diberikan oleh Astra Motor. Konten yang dihasilkan kebanyakan dalam bentuk *feeds* dan *story* Instagram yang akan didistribusikan melalui Instagram, Facebook, dan tiktok cabang – cabang *Sales Office* yang tersebar di seluruh Indonesia. Gaya desain yang dipilih memiliki kesan *modern* namun tetap menarik baik dari segi visual maupun *copywritting*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA