

kemampuan komunikasi, serta kesesuaian bidang studi dengan posisi yang dibutuhkan.

1.3.2.5 Penerimaan dan Penugasan Departemen

Peserta yang dinyatakan lolos seleksi akan menerima **surat** penerimaan magang (*internship offer letter*) dari perusahaan. Setelah itu, peserta ditempatkan di *Departemen Sales* untuk melaksanakan kegiatan magang sesuai jadwal yang telah ditentukan.

1.3.2.6 Orientasi dan Penjelasan Tugas

Sebelum mulai bekerja, peserta mengikuti sesi *orientation day* yang berisi pengenalan perusahaan, struktur organisasi, budaya kerja, serta sistem digitalisasi yang digunakan dalam proses administrasi penjualan.

1.3.2.7 Mulai Pelaksanaan Kerja

Setelah tahap orientasi selesai, peserta mulai menjalankan aktivitas kerja harian di bawah bimbingan pembimbing perusahaan. Peserta diberikan akses ke sistem internal dan diarahkan untuk mengikuti alur kerja sesuai dengan ketentuan Departemen Sales *PT. XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia)*.



BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT. XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia) merupakan anak perusahaan dari *PT. XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia)*, sebuah perusahaan otomotif global yang berkantor pusat di Munich, Jerman. Perusahaan ini dikenal sebagai salah satu produsen kendaraan premium terbesar di dunia yang memiliki reputasi kuat dalam hal inovasi teknologi, kualitas produk, serta pengalaman berkendara yang unggul. Kehadiran *PT. XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia)* menjadi bagian dari strategi global dalam memperluas pasar di kawasan Asia Tenggara, khususnya Indonesia yang memiliki potensi pertumbuhan industri otomotif yang sangat besar.

PT. XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia) secara resmi berdiri pada bulan April tahun 2001 sebagai wujud komitmen jangka panjang perusahaan untuk memperkuat eksistensi dan daya saingnya di pasar otomotif Indonesia. Sejak awal berdirinya, perusahaan ini berperan sebagai agen pemegang merek (APM) resmi kendaraan di Indonesia. Dalam perannya tersebut, *PT. XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia)* bertanggung jawab terhadap seluruh aktivitas bisnis utama yang meliputi penjualan grosir (*wholesale*), pengelolaan distribusi kendaraan, pengembangan jaringan dealer resmi, serta pengawasan kualitas layanan purna jual.

Sebagai perusahaan otomotif premium, *PT. XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia)* tidak hanya berfokus pada pencapaian volume penjualan, tetapi juga pada penciptaan nilai jangka panjang melalui kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, serta penerapan standar global. Perusahaan menerapkan berbagai sistem digital terintegrasi untuk mendukung proses

administrasi penjualan, pemesanan kendaraan, pelaporan, dan koordinasi antar-departemen. Pendekatan ini sejalan dengan visi perusahaan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai *enabler* utama dalam transformasi bisnis modern.

Dalam menjalankan operasionalnya, *PT. XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia)* mengelola berbagai lini kegiatan yang saling terintegrasi, mulai dari perencanaan penjualan, manajemen stok kendaraan, pengelolaan data dealer, hingga pelaporan penjualan nasional yang terhubung dengan asosiasi industri otomotif seperti Gaikindo. Seluruh proses tersebut dirancang untuk memastikan akurasi data, transparansi informasi, serta kecepatan pengambilan keputusan manajerial.

Keberadaan *PT. XYZ (Perusahaan Otomotif Internasional di Indonesia)* juga memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan industri otomotif nasional, baik melalui penciptaan lapangan kerja, transfer teknologi, maupun pengembangan sumber daya manusia. Dengan mengusung standar global, *PT. XYZ* menjadi salah satu *benchmark* dalam penerapan tata kelola perusahaan, digitalisasi administrasi, dan manajemen data penjualan di industri otomotif Indonesia.

2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. XYZ didirikan pada tahun 1916 di Munich, Jerman, dengan nama awal *Bayerische Flugzeugwerke AG* yang berfokus pada pembuatan mesin pesawat terbang. Setelah Perang Dunia I, perusahaan bertransformasi menjadi produsen sepeda motor dan mobil, dan secara bertahap menjadi simbol teknologi, presisi, serta gaya hidup premium (PT.XYZ Tunas, n.d.).

Kehadiran *PT.XYZ* di Indonesia dimulai pada 1970-an, ketika mobil diimpor dan dirakit secara lokal melalui PT Gaya Motor, anak perusahaan *Astra International*. Seiring meningkatnya permintaan terhadap kendaraan

premium, PT.XYZ mendirikan Group di Indonesia pada tahun 2001 untuk memperkuat pengawasan langsung terhadap kegiatan bisnis, pemasaran, dan layanan di Indonesia.

Pada tahun 2011, PT.XYZ mengumumkan ekspansi besar di Indonesia dengan meningkatkan fasilitas perakitan dan memperkenalkan model kendaraan baru, termasuk lini *i Series* dan *Plug-in Hybrid Electric Vehicle (PHEV)*. Langkah ini menjadi bagian dari strategi global untuk memperluas inovasi berkelanjutan (PT.XYZ Group Press Release, 2011).

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi PT.XYZ Group secara global adalah menjadi penyedia solusi mobilitas premium terkemuka di dunia. Visi ini tidak hanya berfokus pada produksi kendaraan, tetapi juga pada pengembangan ekosistem mobilitas yang mencakup inovasi teknologi, digitalisasi proses bisnis, serta keberlanjutan lingkungan. PT.XYZ Group memandang mobilitas masa depan sebagai kombinasi antara performa tinggi, kenyamanan, konektivitas digital, dan tanggung jawab terhadap lingkungan.

Misi PT.XYZ Group adalah memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan melalui produk dan layanan berkualitas tinggi. Pengalaman pelanggan (customer experience) menjadi pusat dari seluruh aktivitas bisnis PT.XYZ, mulai dari tahap perencanaan produk, proses penjualan, hingga layanan purna jual. Untuk mendukung misi tersebut, PT.XYZ Group secara konsisten mengembangkan teknologi canggih, meningkatkan efisiensi proses operasional, serta menjaga standar kualitas global di seluruh jaringan bisnisnya.

Di Indonesia, visi dan misi PT.XYZ Group diterjemahkan ke dalam berbagai inisiatif strategis yang menekankan transformasi digital,

pengembangan kendaraan elektrifikasi, serta peningkatan kualitas layanan dealer. PT.XYZ Group Indonesia juga mendukung kebijakan pemerintah terkait transisi energi hijau melalui pengembangan kendaraan listrik dan kerja sama strategis dengan mitra nasional di bidang infrastruktur energi.

2.1.3 Bidang Usaha dan Produk

PT.XYZ Group Indonesia menjalankan kegiatan usaha di bidang distribusi dan pemasaran kendaraan bermotor premium. Perusahaan memasarkan dua merek utama, yaitu PT.XYZ dan *MINI*, yang masing-masing memiliki karakter dan segmentasi pasar yang berbeda. PT.XYZ dikenal sebagai merek kendaraan premium dengan fokus pada performa, kenyamanan, dan teknologi, sedangkan *MINI* menawarkan kendaraan dengan desain ikonik, karakter sporty, dan pengalaman berkendara yang unik.

Produk PT.XYZ yang dipasarkan di Indonesia mencakup berbagai model sedan, SUV, dan kendaraan listrik, antara lain Seri 3, Seri 5, Seri 7, X1, X3, X5, X7, PT.XYZ iX, i4, i5, dan i7. Sebagian besar model tersebut dirakit secara *Completely Knocked Down (CKD)* di fasilitas PT Gaya Motor yang berlokasi di Jakarta Utara. Perakitan lokal ini memungkinkan PT.XYZ Group Indonesia untuk meningkatkan efisiensi biaya, menyesuaikan spesifikasi produk dengan kebutuhan pasar, serta mendukung industri otomotif nasional.

Hingga tahun 2024, PT.XYZ Group Indonesia memiliki sekitar 25 jaringan *dealer* dan *showroom* resmi yang tersebar di berbagai kota besar di Indonesia. Beberapa dealer telah menerapkan konsep Retail.Next, yaitu konsep showroom modern yang mengintegrasikan teknologi digital, desain minimalis, serta pengalaman pelanggan yang lebih personal. Konsep ini

mencerminkan transformasi PT.XYZ dalam menciptakan interaksi yang lebih dekat dan relevan dengan konsumen.

Selain kendaraan bermotor, PT.XYZ Group Indonesia juga mengembangkan layanan pendukung kendaraan listrik, termasuk kerja sama dengan PT PLN (Persero) dan PT Haleyora Power dalam penyediaan infrastruktur pengisian daya (home-charging). Inisiatif ini bertujuan untuk mendukung ekosistem kendaraan listrik di Indonesia dan memberikan kemudahan bagi pelanggan PT.XYZ dalam beralih ke mobilitas ramah lingkungan.

2.1.4 Kinerja dan Posisi Pasar

Dalam menghadapi dinamika dan fluktuasi industri otomotif Indonesia, PT.XYZ Group Indonesia berhasil mempertahankan posisi dominannya di segmen kendaraan premium. Kinerja perusahaan menunjukkan tren positif yang didukung oleh strategi produk yang tepat, inovasi teknologi, serta penguatan sistem digital dalam proses administrasi dan penjualan.

Pada kuartal pertama tahun 2025, PT.XYZ Group Indonesia mencatat peningkatan penjualan sebesar 7,7% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya, dengan total penjualan mencapai sekitar 835 unit. Pencapaian ini memberikan PT.XYZ pangsa pasar sebesar 57,2% di segmen kendaraan mewah di Indonesia. Angka tersebut mencerminkan kepercayaan konsumen terhadap merek PT.XYZ serta efektivitas strategi bisnis yang diterapkan perusahaan.

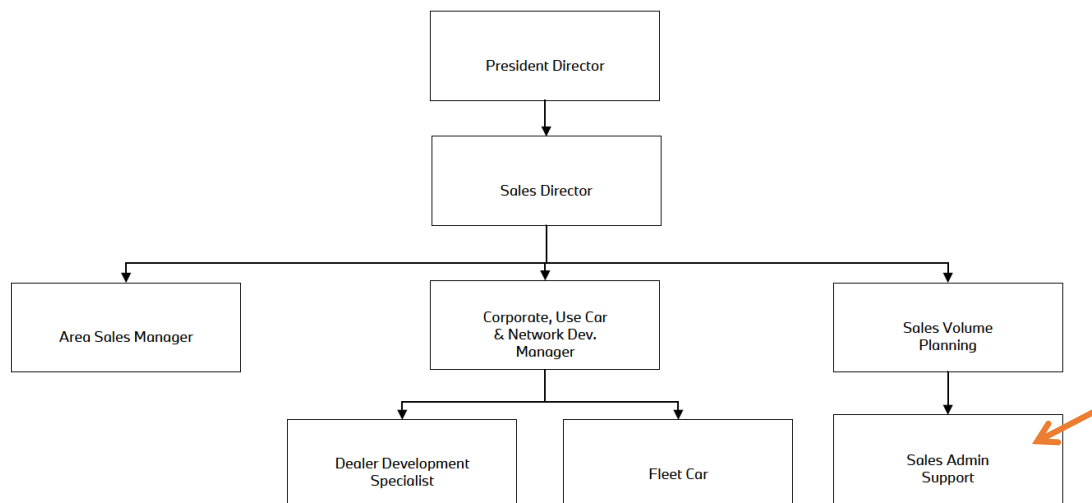
Keberhasilan PT.XYZ Group Indonesia juga didukung oleh konsistensi perusahaan dalam menghadirkan produk inovatif, khususnya kendaraan listrik dan hybrid. Selain itu, pendekatan digital yang diterapkan

dalam proses penjualan dan administrasi memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional, akurasi data, serta kecepatan respon terhadap kebutuhan pasar.

2.1.5 Identitas Merek

PT.XYZ merupakan salah satu identitas merek yang paling dikenal di industri otomotif global. Logo nya berbentuk lingkaran dengan empat kuadran berwarna biru dan putih yang merepresentasikan bendera Bavaria, wilayah asal perusahaan di Jerman. Warna biru melambangkan keandalan, inovasi, dan profesionalisme, sedangkan warna putih mencerminkan kesucian, ketepatan teknik, dan kualitas tinggi.

Tulisan “PT.XYZ” yang terletak di bagian atas logo menunjukkan kesederhanaan, keanggunan, dan konsistensi identitas merek global. Logo ini tidak hanya berfungsi sebagai simbol visual, tetapi juga merepresentasikan filosofi perusahaan yang dikenal dengan slogan “Sheer Driving Pleasure”. Filosofi



tersebut mencerminkan komitmen PT.XYZ dalam menghadirkan kebebasan, performa, dan kenikmatan berkendara bagi setiap penggunanya.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 1.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan – *Sales Department*

Sumber: Harmareta/Dokumentasi Perusahaan (2025)

Sales Department memiliki peran strategis karena menjadi penghubung utama antara perusahaan dengan dealer, sekaligus menjadi sumber utama data penjualan yang digunakan dalam pelaporan dan pengambilan keputusan manajemen. Departemen ini memastikan bahwa setiap aktivitas penjualan, mulai dari perencanaan hingga realisasi distribusi kendaraan, berjalan sesuai dengan standar operasional dan kebijakan perusahaan.

Di dalam *Sales Department*, terdapat beberapa fungsi dan sub-divisi yang memiliki tanggung jawab khusus, antara lain *Sales Planning*, *Sales Operations*, dan *Sales Ordering & Administration*. Masing-masing fungsi tersebut saling berhubungan dan bekerja secara terintegrasi untuk mendukung kelancaran proses penjualan kendaraan secara nasional.

Divisi *Sales Planning* bertanggung jawab dalam menyusun perencanaan penjualan jangka pendek dan jangka panjang. Aktivitas utama divisi ini meliputi analisis tren penjualan, penyusunan target *wholesales*, serta perencanaan alokasi unit kendaraan ke *dealer* berdasarkan permintaan pasar dan kapasitas distribusi. Data historis penjualan dan laporan industri, seperti data Gaikindo, menjadi dasar utama dalam proses perencanaan ini.

Divisi *Sales Operations* berperan dalam mengawasi pelaksanaan proses penjualan agar berjalan sesuai dengan kebijakan perusahaan. Divisi ini melakukan monitoring performa *dealer*, validasi data penjualan, serta koordinasi dengan departemen lain seperti *Finance* dan *After-Sales*. Melalui peran ini, *Sales Operations* memastikan bahwa seluruh transaksi penjualan tercatat secara akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara administratif.

Sementara itu, divisi *Sales Ordering & Administration* berfokus pada pengelolaan pemesanan kendaraan dan administrasi penjualan. Aktivitas yang

dilakukan meliputi penginputan dan pembaruan data pemesanan kendaraan, pembuatan dokumen administratif seperti *VIN Letter* dan SIPB, serta monitoring status distribusi kendaraan. Divisi ini memiliki peran penting dalam menjaga akurasi data dan kelancaran alur distribusi kendaraan dari gudang ke dealer.

Selain Sales Department, struktur organisasi PT.XYZ Group Indonesia juga mencakup *Marketing Department* yang bertanggung jawab terhadap strategi pemasaran, branding, dan pelaksanaan event promosi. *After-Sales Department* berfokus pada layanan purna jual, termasuk servis kendaraan, suku cadang, dan kepuasan pelanggan. *Finance Department* menangani pengelolaan keuangan, pelaporan keuangan, serta proses penagihan dan pembayaran. Sementara itu, *Human Resources* dan *Information Technology* berperan dalam pengelolaan sumber daya manusia serta pengembangan dan pemeliharaan sistem digital perusahaan.

Struktur organisasi PT.XYZ Group Indonesia didukung oleh pemanfaatan sistem digital terintegrasi yang memungkinkan koordinasi antar-departemen berjalan lebih efektif. Melalui sistem ini, data penjualan, pemesanan, dan pelaporan dapat diakses secara *real-time* oleh pihak terkait. Hal ini membantu perusahaan dalam meningkatkan efisiensi administrasi, mengurangi potensi kesalahan manual, serta mempercepat proses pengambilan keputusan.

Dengan struktur organisasi yang jelas, pembagian tugas yang terdefinisi dengan baik, serta dukungan sistem digital yang memadai, PT.XYZ Group Indonesia mampu menjalankan operasional bisnis secara efisien dan profesional. Struktur organisasi ini juga menjadi landasan penting bagi penulis dalam memahami alur kerja, koordinasi antar-divisi, serta peran administrasi penjualan dalam mendukung kinerja perusahaan secara keseluruhan.