

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT Toyota Astra Financial Services (TAF) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pembiayaan kendaraan bermotor di Indonesia. Perusahaan ini didirikan sebagai hasil kerja sama (*joint venture*) antara PT Astra International Tbk dan Toyota Financial Services Corporation (TFSC), yang masing-masing memiliki kepemilikan saham sebesar 50%. Kerja sama tersebut ditandatangani pada tahun 2005 dan mulai beroperasi secara resmi pada tahun 2006 dengan tujuan menyediakan solusi pembiayaan yang mendukung kepemilikan kendaraan Toyota di Indonesia.

Sebagai bagian dari ekosistem Astra Financial, PT Toyota Astra Financial Services berperan dalam memberikan berbagai layanan pembiayaan kendaraan, baik secara konvensional maupun syariah. Seiring dengan perkembangan bisnis, TAF tidak hanya menyediakan pembiayaan kendaraan baru merek Toyota, tetapi juga memperluas layanan ke pembiayaan kendaraan Daihatsu, Lexus, kendaraan bekas Toyota, forklift Toyota, serta berbagai produk pembiayaan multiguna yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Perluasan layanan tersebut merupakan bentuk komitmen perusahaan dalam memberikan solusi keuangan yang lebih lengkap dan fleksibel bagi masyarakat Indonesia.

Sejak berdiri, TAF terus mengalami pertumbuhan yang ditandai dengan pembukaan jaringan kantor cabang di berbagai wilayah Indonesia, pengembangan layanan digital, serta inovasi pada produk dan layanan pembiayaan. Perusahaan juga secara konsisten mengembangkan transformasi digital melalui berbagai platform digital untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, seperti layanan simulasi kredit, pembayaran digital, aplikasi pelanggan, hingga penyediaan informasi melalui website dan media sosial perusahaan. Transformasi tersebut menjadi bagian

dari strategi perusahaan dalam meningkatkan pengalaman pelanggan (*customer experience*) sekaligus memperkuat daya saing di industri pembiayaan nasional.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, PT Toyota Astra Financial Services mengusung semangat "Make It Yours", yang mencerminkan komitmen perusahaan untuk membantu pelanggan mewujudkan kepemilikan kendaraan impian melalui layanan pembiayaan yang mudah, fleksibel, serta didukung oleh pelayanan yang profesional. Dengan dukungan jaringan Astra dan Toyota yang kuat, TAF terus berupaya menjadi perusahaan pembiayaan pilihan masyarakat melalui inovasi layanan, penerapan teknologi digital, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia.

2.1.1. Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan PT Toyota Astra Finance

Sumber: taf.co.id

Logo PT Toyota Astra Financial Services menggunakan identitas visual yang menggabungkan logo Toyota dengan identitas perusahaan sebagai bagian dari kelompok usaha Astra Financial. Logo Toyota berbentuk tiga buah elips yang saling bertaut membentuk huruf "T" sebagai simbol Toyota. Menurut Toyota Motor Corporation, tiga elips tersebut memiliki makna hubungan yang harmonis antara pelanggan dan perusahaan, sedangkan elips terluar melambangkan

perkembangan global serta komitmen Toyota terhadap inovasi yang berkelanjutan.

Pada identitas perusahaan, logo Toyota dipadukan dengan tulisan Toyota Astra Financial Services yang menggunakan jenis huruf sederhana (sans serif) sehingga memberikan kesan profesional, modern, dan mudah dikenali. Penggunaan warna merah pada logo Toyota melambangkan semangat, energi, kepercayaan diri, dan komitmen perusahaan dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan. Sementara itu, warna hitam pada nama perusahaan mencerminkan profesionalisme, stabilitas, dan kredibilitas sebagai perusahaan jasa keuangan yang terpercaya.

Secara keseluruhan, identitas visual PT Toyota Astra Financial Services mencerminkan sinergi antara kekuatan merek Toyota sebagai produsen otomotif global dengan pengalaman Astra sebagai salah satu grup bisnis terbesar di Indonesia. Logo tersebut menjadi representasi komitmen perusahaan dalam menyediakan solusi pembiayaan yang terpercaya, inovatif, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

2.1.2. Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan

PT Toyota Astra Finance menetapkan visi, misi dan nilai perusahaan sebagai dasar serta arah dalam menjalankan kegiatan bisnis dan operasional perusahaan.

2.1.2.1. Visi Perusahaan

Visi PT Toyota Astra Financial Services (TAF) adalah "Menjadi pilihan utama dalam solusi pembiayaan kendaraan Toyota dengan pelayanan yang prima."

Visi tersebut mencerminkan komitmen TAF untuk menjadi perusahaan pembiayaan yang paling dipercaya dan dipilih oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pembiayaan kendaraan Toyota. Frasa "pilihan utama" menunjukkan target perusahaan untuk membangun keunggulan kompetitif melalui kualitas layanan, inovasi produk, serta hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Sementara itu, frasa "solusi pembiayaan kendaraan Toyota" menegaskan fokus

bisnis TAF sebagai perusahaan pembiayaan yang mendukung kepemilikan kendaraan Toyota melalui berbagai pilihan produk pembiayaan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.

Selanjutnya, frasa "pelayanan yang prima" mencerminkan komitmen perusahaan dalam memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan melalui pelayanan yang profesional, cepat, mudah, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Komitmen tersebut diwujudkan melalui pengembangan layanan digital, inovasi produk pembiayaan, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta penerapan standar pelayanan yang mengutamakan kenyamanan pelanggan. Upaya tersebut sejalan dengan strategi transformasi digital perusahaan yang terus mengembangkan berbagai layanan berbasis teknologi guna meningkatkan kemudahan akses dan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Visi tersebut juga menjadi pedoman bagi seluruh karyawan dalam menjalankan aktivitas operasional perusahaan. Melalui visi tersebut, setiap divisi, termasuk Divisi Marketing Communication tempat penulis melaksanakan program magang, berperan dalam mendukung tercapainya tujuan perusahaan melalui penyusunan strategi komunikasi pemasaran, pengelolaan media digital, serta penyampaian informasi yang mampu memperkuat citra perusahaan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap PT Toyota Astra Financial Services.

2.1.2.2. Misi Perusahaan

Dalam rangka mencapai visi di atas, PT Toyota Astra Finance menetapkan lima misi yang menjadi pedoman dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Masing-masing misi memiliki makna sebagai berikut:

1) Memberi yang terbaik bagi pelanggan

Misi ini menunjukkan komitmen TAF untuk memberikan layanan pembiayaan yang berkualitas, mudah diakses, dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Perusahaan terus berupaya meningkatkan kualitas produk dan

layanan melalui inovasi, pemanfaatan teknologi digital, serta pelayanan yang cepat, profesional, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, pelanggan dapat memperoleh pengalaman layanan yang nyaman dan terpercaya.

2) Menjadi mitra Toyota dalam mencapai keberhasilan jangka panjang

Sebagai perusahaan hasil kerja sama antara PT Astra International Tbk. dan Toyota Financial Services Corporation, TAF memiliki peran strategis dalam mendukung penjualan kendaraan Toyota di Indonesia melalui penyediaan solusi pembiayaan yang kompetitif. Misi ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk membangun hubungan kemitraan yang berkelanjutan dengan Toyota, dealer, dan seluruh mitra bisnis guna menciptakan pertumbuhan bisnis yang berkesinambungan.

3) Memberi manfaat yang berkelanjutan bagi pemegang saham

Misi ini menegaskan komitmen perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi para pemegang saham melalui pertumbuhan bisnis yang sehat, pengelolaan risiko yang baik, serta penerapan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG). Dengan menjaga kinerja perusahaan secara berkelanjutan, TAF berupaya memberikan keuntungan jangka panjang sekaligus mempertahankan kepercayaan para investor.

4) Menjadi perusahaan pilihan untuk berkarya

TAF berkomitmen menciptakan lingkungan kerja yang profesional, inklusif, dan mendukung pengembangan kompetensi karyawan. Perusahaan memberikan kesempatan kepada setiap karyawan untuk berkembang melalui berbagai program pelatihan, pengembangan karier, serta budaya kerja yang mengedepankan kolaborasi, integritas, dan inovasi. Misi ini bertujuan agar TAF menjadi tempat kerja yang mampu menarik dan mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas.

5) Membawa kemakmuran bagi masyarakat

Misi ini mencerminkan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Selain menjalankan bisnis secara berkelanjutan, TAF juga berkontribusi melalui berbagai program Corporate Social Responsibility (CSR), edukasi literasi keuangan, kegiatan sosial, dan pelestarian lingkungan. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan bisnis, tetapi juga berupaya memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat dan mendukung pembangunan yang berkelanjutan.

2.1.2.3. Nilai Perusahaan

PT Toyota Astra Financial Services (TAF) memiliki empat nilai inti (*core values*) yang menjadi landasan dalam menjalankan kegiatan operasional perusahaan. Nilai-nilai tersebut tidak hanya menjadi pedoman dalam bekerja, tetapi juga membentuk budaya perusahaan yang mendukung terciptanya pelayanan berkualitas, hubungan kerja yang harmonis, serta pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

1) Professionalism (Profesionalisme)

Professionalism merupakan komitmen setiap karyawan untuk bekerja secara profesional dengan menjunjung tinggi integritas, kompetensi, tanggung jawab, dan etika kerja. Nilai ini mendorong setiap individu untuk memberikan hasil kerja terbaik, mematuhi standar operasional perusahaan, serta terus meningkatkan kemampuan agar mampu menghadapi perkembangan industri dan kebutuhan pelanggan yang terus berubah.

2) Good Relations (Hubungan yang Baik)

Good Relations menekankan pentingnya membangun hubungan yang harmonis dengan seluruh pemangku kepentingan, baik pelanggan, rekan kerja, mitra bisnis, maupun masyarakat. Nilai ini diwujudkan melalui komunikasi yang terbuka, sikap saling menghargai, kerja sama tim yang

solid, serta membangun kepercayaan dalam setiap hubungan bisnis sehingga tercipta kolaborasi yang saling menguntungkan.

3) **Excellence (Keunggulan)**

Excellence mencerminkan semangat perusahaan untuk selalu memberikan hasil terbaik melalui inovasi, peningkatan kualitas, dan perbaikan yang berkelanjutan (*continuous improvement*). Nilai ini mendorong setiap karyawan agar tidak hanya memenuhi target pekerjaan, tetapi juga terus mencari cara yang lebih efektif dan efisien dalam memberikan layanan kepada pelanggan serta meningkatkan kinerja perusahaan.

4) **Customer Focus (Berorientasi pada Pelanggan)**

Customer Focus menunjukkan bahwa pelanggan merupakan prioritas utama perusahaan. Oleh karena itu, setiap produk, layanan, maupun proses bisnis dirancang untuk memberikan kemudahan, kenyamanan, dan pengalaman terbaik bagi pelanggan. Nilai ini mendorong seluruh karyawan untuk memahami kebutuhan pelanggan, memberikan solusi yang tepat, serta membangun hubungan jangka panjang melalui pelayanan yang cepat, ramah, dan berkualitas.

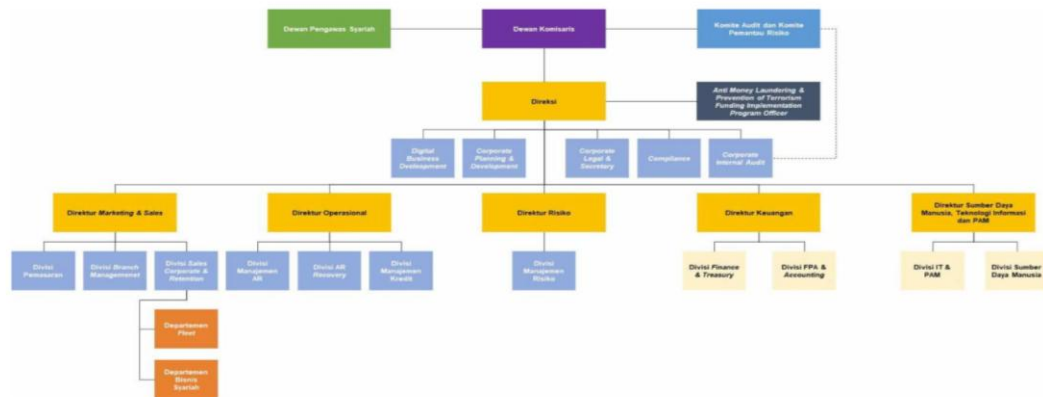
Keempat nilai tersebut saling melengkapi dalam membentuk budaya kerja PT Toyota Astra Financial Services. Melalui penerapan profesionalisme, hubungan yang baik, keunggulan, dan fokus kepada pelanggan, TAF berupaya mempertahankan reputasinya sebagai perusahaan pembiayaan yang terpercaya sekaligus mendukung pencapaian visi dan misi perusahaan.

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

PT Toyota Astra Financial Services (TAF) menerapkan struktur organisasi yang tersusun secara hierarkis untuk memastikan setiap fungsi perusahaan dapat berjalan secara efektif, terkoordinasi, dan sesuai dengan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG). Struktur organisasi ini dirancang dengan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas pada setiap tingkatan organisasi, sehingga setiap divisi dapat bekerja secara

sinergis dalam mendukung pencapaian visi perusahaan sebagai perusahaan pembiayaan pilihan utama di Indonesia. Berikut merupakan struktur organisasi PT Toyota Astra Financial Services (TAF).

5. STRUKTUR ORGANISASI PERSEROAN



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Toyota Astra Finance

Sumber: HRD Perusahaan

Struktur organisasi PT Toyota Astra Financial Services diawali oleh Dewan Pengawas Syariah yang bertugas mengawasi kepatuhan operasional pembiayaan syariah terhadap prinsip-prinsip syariah. Selanjutnya terdapat Dewan Komisaris yang menjalankan fungsi pengawasan terhadap kinerja Direksi serta memastikan tata kelola perusahaan berjalan dengan baik. Dalam menjalankan fungsi pengawasan tersebut, Dewan Komisaris didukung oleh Komite Audit dan Komite Pemantau Risiko, yang berperan dalam mengawasi pelaksanaan audit, pengendalian internal, serta manajemen risiko perusahaan.

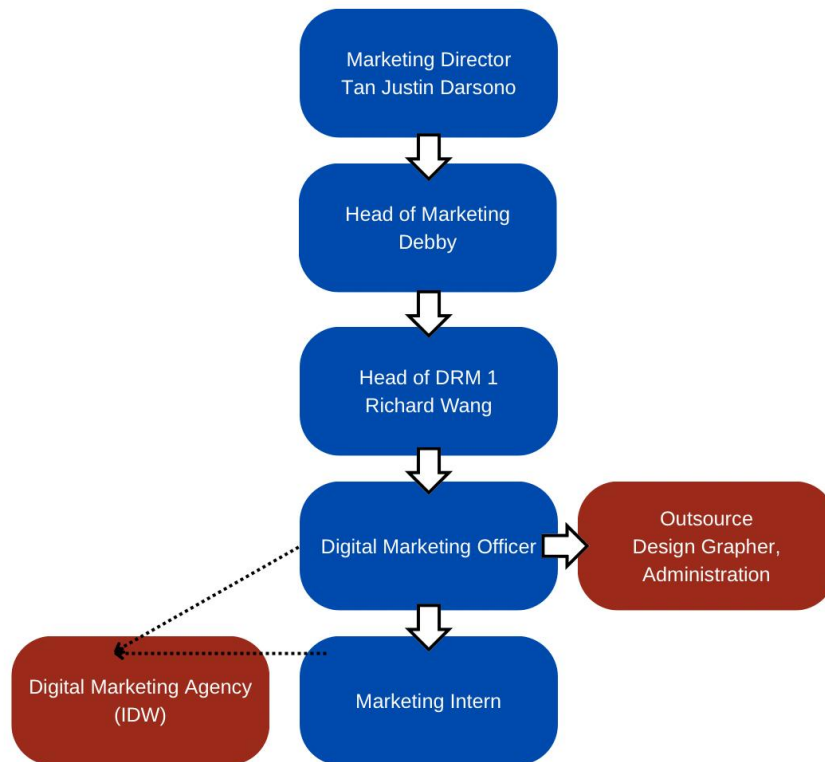
Di bawah Dewan Komisaris terdapat Direksi yang bertanggung jawab atas pengelolaan operasional perusahaan secara keseluruhan serta penyusunan strategi bisnis PT Toyota Astra Financial Services. Direksi juga didukung oleh beberapa fungsi strategis yang melapor secara langsung, yaitu Digital Business Development, Corporate Planning & Development, Corporate Legal & Secretary, Compliance,

Corporate Internal Audit, serta Anti Money Laundering & Prevention of Terrorism Funding Implementation Program Officer. Unit-unit tersebut berperan dalam mendukung transformasi digital perusahaan, perencanaan bisnis, kepatuhan hukum, pengawasan internal, serta penerapan tata kelola perusahaan dan manajemen risiko sesuai dengan ketentuan regulator.

Dalam menjalankan kegiatan operasional, Direksi membawahi lima direktorat utama. Pertama, Direktur Marketing & Sales yang mengkoordinasikan Divisi Pemasaran, Divisi Branch Management, serta Divisi Sales Corporate & Retention. Di bawah Divisi Sales Corporate & Retention juga terdapat Departemen Fleet dan Departemen Bisnis Syariah yang menangani layanan pembiayaan kendaraan operasional perusahaan dan pembiayaan berbasis syariah.

Kedua, Direktur Operasional yang bertanggung jawab atas proses operasional pembiayaan melalui Divisi Manajemen AR, Divisi AR Recovery, dan Divisi Manajemen Kredit. Ketiga, Direktur Risiko yang membawahi Divisi Manajemen Risiko untuk mengidentifikasi, mengendalikan, serta memitigasi berbagai risiko yang dihadapi perusahaan. Keempat, Direktur Keuangan yang mengelola aspek keuangan perusahaan melalui Divisi Finance & Treasury serta Divisi FPA & Accounting, sehingga kondisi keuangan perusahaan tetap sehat dan berkelanjutan. Kelima, Direktur Sumber Daya Manusia, Teknologi Informasi, dan PAM yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan sumber daya manusia serta pengembangan teknologi informasi melalui Divisi IT & PAM dan Divisi Sumber Daya Manusia.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.3 Struktur Organisasi DRM 1

Sumber: Olahan Pribadi

Divisi Marketing merupakan salah satu divisi strategis di PT Toyota Astra Financial Services (TAF) yang bertanggung jawab dalam merancang, mengelola, dan mengimplementasikan berbagai strategi pemasaran perusahaan. Divisi ini berperan dalam membangun citra perusahaan (*brand image*), meningkatkan *brand awareness*, mendukung penjualan melalui aktivitas pemasaran, serta mengelola komunikasi perusahaan kepada pelanggan melalui berbagai media, baik digital maupun konvensional. Selain itu, divisi Marketing juga menjalin koordinasi dengan berbagai pihak eksternal, seperti *creative agency* dan *digital agency*, untuk mendukung

pelaksanaan kegiatan komunikasi pemasaran perusahaan. Berikut merupakan struktur organisasi Divisi Marketing PT Toyota Astra Financial Services.

Struktur Divisi Marketing PT Toyota Astra Financial Services (TAF) disusun secara hierarkis sehingga setiap posisi memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas dalam mendukung pelaksanaan strategi pemasaran perusahaan. Berikut merupakan uraian tugas dari masing-masing posisi pada struktur Divisi Marketing:

1. **Marketing Director (Tan Justin Darsono)**

Marketing Director merupakan pimpinan tertinggi pada Divisi Marketing yang bertanggung jawab dalam menetapkan arah strategis pemasaran perusahaan. Posisi ini berperan dalam merumuskan kebijakan pemasaran, mengawasi pencapaian target bisnis, serta memastikan seluruh aktivitas pemasaran berjalan sesuai dengan visi, misi, dan strategi perusahaan.

2. **Head of Marketing (Debby)**

Head of Marketing bertugas mengkoordinasikan seluruh kegiatan pemasaran yang berada di bawah Divisi Marketing. Posisi ini menerjemahkan strategi yang telah ditetapkan oleh Marketing Director ke dalam program kerja operasional, melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kegiatan pemasaran, serta memastikan setiap aktivitas berjalan secara efektif dan sesuai dengan target perusahaan.

3. **Head of DRM 1 (Richard Wang)**

Head of Digital Relationship Management (DRM) 1 bertanggung jawab mengelola aktivitas pemasaran digital yang berkaitan dengan hubungan perusahaan dan pelanggan melalui berbagai kanal digital. Posisi ini mengawasi pelaksanaan strategi digital marketing, memastikan koordinasi antar anggota tim berjalan dengan baik, serta melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan program komunikasi digital perusahaan.

4. **Digital Marketing Officer**

Digital Marketing Officer bertanggung jawab dalam pelaksanaan operasional digital marketing sehari-hari. Tugasnya meliputi menyusun *content planning*,

mengelola media sosial perusahaan, melakukan koordinasi dengan IDW sebagai *Digital Marketing Agency*, memberikan arahan kepada tenaga *outsorce* pada bidang desain grafis dan administrasi, melakukan monitoring terhadap website perusahaan, serta melakukan proses *content review* dan *approval* sebelum materi komunikasi dipublikasikan.

5. Digital Marketing Agency (IDW)

IDW merupakan *Digital Marketing Agency* yang menjadi mitra eksternal PT Toyota Astra Financial Services dalam pengelolaan media digital perusahaan. Agency ini bertugas memproduksi desain visual, video, konten media sosial, caption, serta materi komunikasi digital lainnya berdasarkan *brief* yang diberikan oleh tim Marketing. Selain itu, IDW juga melakukan revisi terhadap materi komunikasi berdasarkan *feedback* yang diberikan oleh tim Marketing Communication.

6. Outsource (Design Grapher & Administration)

Tenaga *outsorce* bertugas mendukung aktivitas operasional Divisi Marketing, khususnya pada bidang desain grafis dan administrasi. Posisi ini membantu proses produksi materi visual, pengelolaan dokumen administrasi, serta berbagai pekerjaan operasional yang mendukung kelancaran kegiatan pemasaran perusahaan.

7. Marketing Intern

Marketing Intern merupakan posisi yang ditempati oleh penulis selama pelaksanaan program magang. Dalam struktur organisasi ini, penulis berada di bawah supervisi langsung Digital Marketing Officer. Penulis bertugas mendukung berbagai aktivitas digital marketing, seperti melakukan *campaign and content planning*, *editorial review and content feedback*, *content review and approval*, *website monitoring*, serta memberikan ide konten untuk berbagai kegiatan pemasaran perusahaan, seperti GAIKINDO Indonesia International Auto Show (GIIAS), Astra Auto Fest, dan berbagai kampanye digital lainnya. Selain itu, penulis juga berkoordinasi dengan IDW sebagai *Digital Marketing*

Agency dalam proses pemberian *feedback*, revisi, hingga persetujuan (*approval*) terhadap materi komunikasi yang akan dipublikasikan.

