

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

Scooterjam Scooter Workshop memiliki sejarah perusahaan sebagai berikut (Y. Yunita, komunikasi pribadi, 14 Juli 2022)

2.1.1 Profile Scooterjam Scooter Workshop



Gambar 2.1 Logo ScooterJam

Sumber: Dokumen Internal Perusahaan (Google Drive)

Scooterjam Scooter Workshop mulai berdiri pada tahun 2016 sebagai salah satu bengkel Vespa Matic di Indonesia. Dengan semakin banyaknya peminat Vespa Matic di Indonesia, pastinya banyak yang memanfaatkan peluang untuk terjun sebagai spesialis Vespa Matic. Scooterjam hadir sebagai salah satu bengkel spesialis Vespa Matic khususnya bagi masyarakat Jakarta dan sekitarnya. Scooterjam menawarkan konsep bengkel yang menarik dengan fasilitas lengkap di dalamnya. Fasilitas yang dihadirkan meliputi ruang bengkel yang terjaga kebersihannya, ruang tunggu lengkap dengan AC, Wi-fi, TV dengan tayangan YouTube, dan juga toilet. Scooterjam juga menyediakan layanan lengkap untuk Vespa Matic yaitu Service, Sparepart, Repair dan Repaint.

Scooterjam juga menyediakan beberapa paket mulai dari paket *service* ringan hingga modifikasi mesin yaitu *tune up* dan *bore up*. Paket *service* andalan dari Scooterjam adalah Paket *Service* Ekonomis yang memiliki harga terjangkau

dengan *treatment* lengkap didalamnya. Paket yang satu ini cukup laku dalam penjualan karena dinilai sangat murah namun berkualitas.

Sebagai spesialis Vespa Matic, Scooterjam juga menyediakan berbagai macam *sparepart* yang dibutuhkan oleh Vespa Matic. Scooterjam juga akan selalu melakukan *assessment* setiap motor masuk guna untuk memastikan apakah komponen *sparepart* yang menempel pada motor masih aman untuk digunakan atau tidak. *Sparepart* yang sudah tidak layak pakai akan selalu disarankan Scooterjam untuk diganti agar motor tetap enak dan aman ketika digunakan dalam berkendara.

Banyak dari konsumen juga datang dengan kondisi motor yang terdapat penyok ataupun cat yang sudah kusam. Dari sini Scooterjam juga menghadirkan *treatment repair* dan *repaint* agar konsumen dapat meremajakan dan memanjakan motor mereka. Biasanya, konsumen akan berkonsultasi terlebih dahulu mengenai harga dengan marketing jika ingin memperbaiki bagian motor yang penyok atau ingin melakukan *repaint*.

Scooterjam Scooter Workshop tidak hanya berhenti melayani hanya untuk konsumen di wilayah Jakarta saja. Karena melonjaknya angka pengguna Vespa Matic di Indonesia, Scooterjam memutuskan untuk melebarkan sayap di seluruh wilayah di Indonesia. Kini, Scooterjam sudah memiliki beberapa cabang yang tersebar di Indonesia yaitu Scooterjam Tangerang, Scooterjam Jakarta Timur, Scooterjam Bogor, Scooterjam Serang, dan Scooterjam Jogja. Kedepannya, Scooterjam juga ingin melebarkan sayap mereka ke wilayah Bali.

Visi dan Misi Scooterjam Scooter Workshop

Scooterjam Scooter Workshop memiliki visi dan misi perusahaan sebagai berikut (Y. Yunita, komunikasi pribadi, 14 Juli 2022)

1. Visi

Menjadi bengkel spesialis Vespa Matic yang unggul dalam menangani berbagai permasalahan yang dialami oleh Vespa Matic serta hadir sebagai bengkel spesialis Vespa Matic yang memiliki beragam *treatment* lengkap dengan harga terjangkau dan dicintai oleh masyarakat Indonesia.

2. Misi

1. Menyediakan paket *service* Vespa Matic dengan harga murah dan kualitas terbaik.

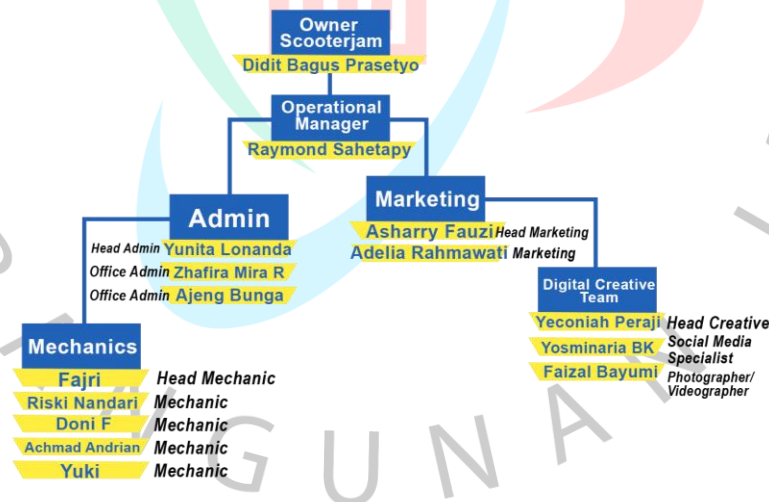
2. Menyajikan *sparepart* lengkap Vespa Matic dengan harga terjangkau.
3. Memberikan kemudahan dan pelayanan dengan fasilitas terbaik bagi konsumen dengan menjangkau seluruh Indonesia.
4. Memberikan kualitas jasa dan produk tertinggi.
5. Memberikan solusi bagi setiap masalah yang tengah dihadapi konsumen mengenai Vespa Matic.
6. Ikut aktif dalam mengikuti event-event yang diselenggarakan berkaitan dengan Vespa Matic.

Tujuan Scooterjam Scooter Workshop

Menyediakan layanan perbaikan dan perawatan Vespa Matic agar selalu memiliki performa yang baik sesuai dengan harapan dari konsumen di seluruh Indonesia.

2.2 Stuktur Organisasi

2.2.1 Struktur Organisasi Scooterjam



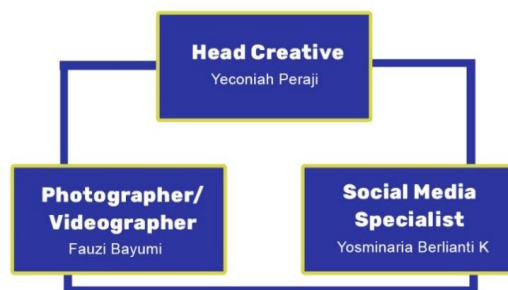
Gambar 2.2 Stuktur Organisasi Scooterjam
Sumber: Dokumen Internal Perusahaan (Google Drive)

Struktur organisasi di atas merupakan struktur dari Scooterjam Scooter Workshop. Pastiya didalam sebuah perusahaan ada struktur organisasi yang menjelaskan tentang pekerjaan dari setiap jabatan yang ada. Berikut merupakan penjelasan dari masing-masing jabatan dan juga pekerjaannya:

1. Owner Scooterjam Scooter Workshop, diketahui bahwa pada urutan teratas terdapat *owner* dari Scooterjam sendiri yaitu Didit Bagus Prasetyo selaku pencetus dan pemimpin dari Scooterjam Scooter Workshop. Owner bertanggung jawab atas pengaturan keuangan, melakukan kegiatan administrasi, dan memberikan tugas pada masing-masing divisi yang ada. Owner juga bertanggung jawab menjadi seorang pemimpin yang bisa memastikan bahwa usaha ini bisa berjalan dengan lancar dan baik. Wewenang owner juga membuat peraturan atau SOP yang adil dan bijak demi keberlangsungan lingkungan kerja yang sehat.
2. *Operational Manager*, bertanggung jawab untuk menjalin komunikasi dengan Divisi *Marketing* yang mana bertugas untuk membuat *planning* untuk Scooterjam kedepannya, membuat strategi penjualan seperti promosi, dan juga menaikkan angka penjualan baik itu dari segi jasa ataupun produk. Disamping itu, *Operational Manager* juga bertanggung jawab untuk selalu memotivasi setiap divisi agar dapat selalu berinovasi dan berkembang demi kemajuan Scooterjam. *Operational Manager* juga harus bisa selalu berproses dan mengeluarkan improvisasi agar perusahaan selalu bisa berjalan dengan baik dan maksimal.
3. *Marketing*, bertugas untuk menjalin komunikasi secara baik dengan konsumen, dengan memberikan solusi di setiap permasalahan motor agar Scooterjam memiliki citra yang baik sebagai bengkel Vespa Matic. Salah satu tugas penting dari *Marketing* adalah memperkenalkan dan mempromosikan setiap produk yang dikeluarkan oleh perusahaan. Mereka harus berusaha agar Scooterjam bisa dikenal oleh masyarakat luas dan meningkatkan jumlah peminat untuk produknya. Tanggung jawab utama dari divisi *Marketing* adalah mendengarkan keluhan pelanggan juga kebutuhan pelanggan. Dari usaha itu, *Marketing* dapat menjadikannya sebuah peluang agar selalu dapat *feedback* positif dari pelanggan.
4. Admin, bertanggung jawab dalam meningkatkan angka penjualan jasa dan produk, dari itu maka divisi *Marketing* harus bekerja sama dengan tim *Admin*. Tim *Admin* bekerja secara tim untuk membantu meningkatkan penjualan dengan cara memberikan *assessment* pada setiap motor yang

- masuk. Setiap motor yang masuk akan di data secara lengkap dan juga pendataan setiap *sparepart* yang sudah tidak layak serta harus diganti.
5. Mekanik, memiliki tanggung jawab penting atas motor pelanggan yang masuk ke dalam bengkel Scooterjam. Mekanik harus membangun komunikasi dengan pelanggan disaat pelanggan mulai menceritakan keluhan atas motornya. Mekanik bertanggung jawab untuk memperbaiki dan merawat mesin motor pelanggan. Mekanik juga harus menguji coba motor milik pelanggan agar mengetahui kualitas dan performa dari motor pelanggan.
 6. *Digital Creative Team* bekerja sama dengan Divisi *Marketing* dan *Admin* untuk meningkatkan penjualan produk dan jasa di Media Digital. Di setiap bulannya terdapat *Content Plan* yang akan selalu dikerjakan dan berisikan konten-konten bernilai untuk *upselling*. Divisi ini juga bertanggung jawab atas hidupnya media sosial dari Scooterjam All Branch dengan membagikan foto aktivitas bengkel dan konten menarik di setiap harinya.

2.2.2 Peran Divisi Digital Creative Team Dalam Scooterjam Scooter Workshop



Gambar 2.3 Struktur Divisi *Digital Creative Team* Scooterjam
Sumber: Dokumen Internal Perusahaan (Google Drive)

1. Head Creative

Head Creative merupakan seseorang yang bertanggung jawab atas berjalannya *Platform Social Media* yang dimiliki oleh Scooterjam seluruh cabang. *Head Creative* bertugas merangkai *Content Plan* di setiap bulannya dan mengatur konten-konten yang akan ditampilkan di *Social Media*. *Head Creative* juga aktif dalam memberikan referensi kepada anggotanya agar dapat dikemas menjadi konten menarik sesuai karakter

Scooterjam. *Head Creative* mengawasi dan mengoreksi setiap konten yang telah dibuat sebelum akhirnya di *sharing* melalui *Platform Social Media* Scooterjam seluruh cabang.

2. Social Media Specialist

Social Media Specialist merupakan seseorang yang bertanggung jawab atas isi dari konten-konten Platform Social Media yang bertujuan untuk membangun dan memperkuat identitas Scooterjam seluruh cabang. Tugas utama dari seorang *Social Media Specialist* mengelola social media dari Scooterjam. Konten-konten yang dieksekusi pun harus konten yang memiliki nilai jual agar dapat menarik customer ataupun sekedar berinteraksi dengan customer. Konten-konten yang diolah oleh Social Media Specialist telah diatur setiap bulannya di dalam *content plan*. Bukan hanya mengelola social media, namun Social Media Specialist harus bisa mengevaluasi setiap konten dan menilai apakah konten tersebut efektif untuk menarik customer atau tidak. Social Media Specialist juga harus bisa mengikuti trend yang tengah trend di media social agar Platform media sosial dari Scooterjam selalu Up To Date atau tidak ketinggalan zaman.

3. Photographer/Videographer

Photographer disini merupakan seseorang yang bertanggung jawab atas stock foto dan video untuk Scooterjam seluruh cabang. *Photographer* memiliki tugas untuk mengambil stock foto atau video sesuai dengan content plan yang sudah ada yang mana nantinya akan di eksekusi menjadi sebuah konten bernilai oleh *Social Media Specialist*. *Photographer* juga aktif mengambil stock foto dan video dari setiap event-event yang berkaitan dengan Vespa Matic, seperti riding ataupun event gathering.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Kegiatan umum yang dilakukan oleh Scooterjam Scooter Workshop adalah melayani customer dengan menawarkan jasa dan produk sebagai solusi bagi setiap permasalahan yang dialami dengan Vespa Matic. Scooterjam memiliki komitmen untuk menciptakan bengkel Vespa Matic dengan suasana yang nyaman dan bersih. Scooterjam juga hadir dengan peralatan lengkap dengan kualitas yang sangat baik dikelasnya. Dengan ini, Scooterjam siap menanggung semua keluhan pelanggan baik dari segi mesin dan perawatan motor.

Disini, Scooterjam juga memberikan pelayanan semaksimal mungkin dengan menyediakan perawatan dan sparepart lengkap dan memiliki harga yang terjangkau bagi masyarakat. Scooterjam Scooter Workshop juga selalu mendukung dalam pengembangan staff yang mana di setiap bulannya akan ada briefing mengenai evaluasi kinerja setiap divisi. Hal ini dilakukan agar Scooterjam menjadi bengkel Vespa Matic yang selalu memiliki tujuan dan arah yang ingin dicapai bersama. Membangun sebuah bengkel Vespa Matic bukanlah hal yang mudah bagi Scooterjam, mengetahui bahwa kini banyak juga bengkel Vespa Matic di Indonesia. Dengan adanya berbagai divisi ini, pastinya merupakan tanggung jawab Bersama agar selalu dapat mengembangkan jga meningkatkan kualitas dari Scooterjam.

2.3.1 Kegiatan Umum *Digital Creative Team*

Kegiatan umum yang dilakukan oleh anggota divisi Digital Creative Team adalah membuat perencanaan konten, produksi konten, dan penyaluran konten ke ranah social media Scooterjam seluruh cabang. Konten yang diproduksi merupakan konten-konten yang memiliki nilai jual dan dapat memancing customer untuk berinteraksi. Platform Social Media yang digunakan oleh Scooterjam adalah Instagram, Tik-Tok, dan juga YouTube. Konten-konten Instagram dari Scooterjam terbagi menjadi beberapa konten, yaitu Konten Edukasi, Konten Fun, FYI JAMMERS, Konten Paket, Konten Sparepart, Reels Aktivitas Bengkel, dan juga Konten interaksi. Di beberapa moment tertentu, tim digital juga diminta untuk membuat flyer untuk informasi bengkel, riding, ataupun event yang diadakan oleh Scooterjam.

Divisi *Digital Creative Team* juga bertanggung jawab atas dokumentasi aktivitas bengkel di setiap harinya. Dokumentasi yang wajib diambil yaitu berupa foto dan video yang kemudian di olah menjadi sebuah postingan *feeds* dan juga *reels* Instagram. Perlunya pengetahuan seputar Vespa Matic juga dibutuhkan oleh divisi *Digital Creative Team*, karena harus memuat postingan yang memiliki nilai edukatif dan juga informatif. *Digital Creative Team* harus memiliki dan terus mengembangkan ide kreatif.