

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan

Honda merupakan brand otomotif asal Jepang yang telah berdiri pada 30 September 1948. Soichiro Honda dan Takeo Fujisawa adalah pendiri perusahaan Honda. Pada tahun 1959, Honda berhasil memperoleh posisi sebagai produsen motor terbesar dunia. Lalu pada tahun 2001, Honda berhasil menduduki posisi kedua sebagai produk mobil terbesar di Jepang. Awalnya sebagai perusahaan yang bergerak di bidang otomotif, Honda hanya memproduksi motor saja. Namun, kesuksesan Honda terhadap motor membuat mereka mau memproduksi merk mobil sendiri, awal produksi mobil Honda dimulai pada tahun 1972 di Jepang.



Gambar 2.1 Logo Honda

Sumber : motorplus-online.com

Honda Civic telah menjadi bukti keberhasilan dan ketangguhan Honda dalam industri otomotif. Sebagai salah satu produk ikonik yang lahir dari langkah ambisius perusahaan, Civic mewakili prestasi luar biasa yang telah diukir oleh Honda. Lebih dari sekedar mobil biasa, Civic telah menjadi legenda yang menguasai jalanan, tidak hanya di Jepang namun juga di Amerika.



Gambar 2.2 Honda Civic Generasi 1

Sumber : otosia.com

Civic memegang reputasi sebagai salah satu mobil tertua di Jepang yang tetap eksis hingga saat ini. Keunggulan dan popularitasnya telah mengukuhkan posisinya sebagai salah satu produk andalan Honda yang diakui secara luas. Daya tariknya tidak hanya terletak pada desain dan performa yang canggih, tetapi juga pada warisan keandalan dan inovasi yang terus-menerus diperbaharui oleh Honda.

Seiring dengan evolusi pasar otomotif, Honda Civic telah beradaptasi dengan perubahan zaman tanpa kehilangan identitasnya. Konsistensi dalam penyempurnaan fitur, teknologi, dan desain telah membuat Civic tetap menjadi pilihan yang diminati oleh para penggemar mobil di seluruh dunia. Civic bukan hanya sekedar kendaraan, tetapi juga sebuah simbol dari dedikasi Honda dalam memberikan kualitas, kenyamanan, dan kehandalan kepada pelanggannya.

Honda memulai langkahnya di Indonesia pada tahun 1960 dengan ambisi besar untuk bersaing dengan produk-produk otomotif dari Amerika

dan Eropa di pasar domestik. Upaya tersebut mengakar dalam keinginan untuk mengukuhkan posisi Honda di Indonesia. Sebagai langkah awal, Honda mendirikan PT Honda Prospect Motor yang dari awal hingga saat ini menjadi satu-satunya entitas yang berhak memegang label Honda di Indonesia.

Eksistensi Honda di pasar otomotif Indonesia telah menjadi kisah yang menarik sepanjang perjalanan waktu. Pendirian PT Honda Prospect Motor menandai moment awal kedatangan Honda di Indonesia, menegaskan keberhasilan mereka sebagai satu-satunya entitas yang memiliki hak merek Honda di Indonesia.

Pada tahun 1963, Honda memperkenalkan produk pertamanya di Indonesia, yaitu Honda T360. Mobil ini memiliki bentuk kotak mirip mobil pick-up, yang dirancang sangat sesuai dengan kebutuhan dan kondisi geografis di Indonesia. Keberhasilan mobil ini meraih kesuksesan dalam mencapai tujuan awal Honda sebagai pemimpin pasar otomotif di Indonesia. Langkah tersebut membuktikan kehadiran Honda yang signifikan di Indonesia, tidak hanya sebagai penyedia mobil tetapi juga sebagai pemain utama dalam mengakomodasi kebutuhan masyarakat Indonesia akan kendaraan yang praktis dan sesuai dengan kondisi lokal.



Gambar 2.3 Honda T360

Sumber : GridOto.com

Lalu pada tahun 1972, Honda kembali membuat gebrakan yang menggetarkan pasar otomotif Indonesia dengan konsep baru yang revolusioner. Mereka memperkenalkan Honda Civic ke pasar lokal. Awalnya, versi pertama yang dihadirkan kepada masyarakat Indonesia adalah Honda Civic Coupe 2 pintu. Langkah tersebut menjadi pernyataan

kuat dari Honda untuk memperkenalkan gaya dan kualitas yang inovatif kepada konsumen di Indonesia. Beberapa bulan kemudian, Honda menghadirkan Civic Hatchback, merajut lebih dalam lagi posisinya di industri otomotif Indonesia. Melalui kehadiran versi Hatchback, Honda semakin mengukuhkan posisinya sebagai pemimpin yang berinovasi dan responsif terhadap kebutuhan pasar lokal. Kedua model Civic ini berhasil menarik perhatian dan memberikan kesan yang kuat dalam hati konsumen Indonesia.

Peluncuran Honda Civic ke pasar otomotif Indonesia menjadi salah satu tonggak penting dalam sejarah Honda di Indonesia. Inovasi desain, kualitas, dan respon terhadap kebutuhan pasar menjadi bukti konkrit dari komitmen Honda untuk terus menghadirkan produk-produk yang relevan dan berkualitas tinggi kepada masyarakat Indonesia. Dengan langkah-langkah berani ini, Honda semakin menegaskan posisinya sebagai salah satu pionir dalam membentuk tren dan citra perusahaan otomotif di Indonesia.

Perkembangan Honda di Indonesia terus berlanjut dengan pembangunan dua pabrik mobil resmi di Kawasan Industri Karawang, Jawa Barat. PT Honda Prospect Motor menjadi bukti nyata dari komitmen Honda untuk berkembang dan memberikan kontribusi dalam industri otomotif Indonesia. Peningkatan produksi Honda di Indonesia juga mencatat sejarah yang mengesankan. Pada tahun 2017, setelah berdiri secara resmi pabrik kedua, Honda berhasil meningkatkan kapasitas produksinya hingga 100 ribu unit. Tidak berhenti disitu, pada tahun 2018, kapasitas produksi Honda meningkat tinggi menjadi 240 ribu unit, membuktikan pertumbuhan yang luar biasa dalam waktu yang relatif singkat.



Gambar 2.4 Pabrik Kedua Mobil Honda di Karawang

Sumber : liputan6.com

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

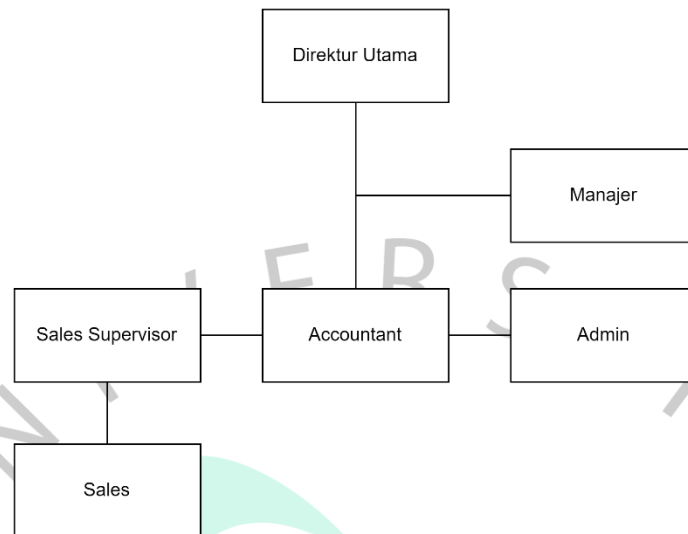
I. Visi:

Menjadi Dealer terdepan dengan performa terbaik, sebagai prioritas Dealer dalam memberikan dan meningkatkan pelayanan yang inovatif dalam segala aspek dan selalu berkesan bagi konsumen dalam kepemilikan mobil HONDA.

II. Misi:

- a. Selalu berkomitmen kuat untuk menjadikan Dealer sebagai pilihan terbaik bagi konsumen.
- b. Menciptakan pertumbuhan bisnis yang berkesinambungan.
- c. Manajemen Sumber Daya Manusia yang berkualitas.

2.2 Struktur Organisasi



Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT Permata Hijau Automegah

Berikut merupakan penjelasan mengenai tugas serta tanggung jawab berdasarkan struktur organisasi tersebut:

I. Direktur Utama

Direktur Utama bertanggung jawab atas kegiatan sebagai berikut:

1. Membuat strategi bisnis dan pengembangan pasar
2. Pemantauan kepada seluruh divisi di bawahnya
3. Pengambilan keputusan strategis
4. Manajemen penjualan
5. Pengawasan kinerja harian
6. Pengelolaan keuangan
7. Pengembangan dan pelatihan karyawan
8. Perencanaan dan Evaluasi kinerja

II. Admin

Admin bertanggung jawab atas kegiatan sebagai berikut:

1. Mengatur dokumen dan informasi
2. Mengatur penjadwalan
3. Membantu pengolahan data dan menyusun laporan
4. Mengelola pembelian inventaris perusahaan

5. Menangani penerimaan dan pengiriman surat-surat
6. Membantu pencatatan kecil keuangan perusahaan

III.Accountant

Accountant bertanggung jawab atas kegiatan sebagai berikut:

1. Pencatatan transaksi keuangan
2. Penyusunan laporan keuangan
3. Pengelolaan pembayaran dan tagihan
4. Penyusunan anggaran keuangan
5. Pemantauan kondisi keuangan

IV.Sales Manager

Sales manager bertanggung jawab atas kegiatan sebagai berikut:

1. Pengawasan kinerja sales supervisor
2. Mengelola tim penjualan
3. Negosiasi dengan pihak terkait
4. Pengembangan dan implementasi strategi penjualan
5. Pelatihan dan pengembangan tim penjualan
6. Pelaporan penjualan

V.Sales Supervisor

Sales Supervisor bertanggung jawab atas kegiatan sebagai berikut:

1. Pemantauan dan pengembangan tim
2. Pengawasan kinerja tim
3. Pencapaian target penjualan
4. Koordinasi dengan sales manager

VI.Sales

Sales bertanggung jawab atas kegiatan sebagai berikut:

1. Mencari serta mengidentifikasi prospek
2. Memberikan penawaran produk
3. Memberikan informasi produk
4. Menjalankan hubungan baik dengan customer
5. Memberikan solusi kepada customer

6. Melakukan penjualan produk

Divisi Sales merupakan posisi yang strategis dimana praktikan ditempatkan di dalamnya, membuat praktikan untuk menjalankan beberapa tugas yang sangat penting dalam menjalankan operasi perusahaan. Tugas praktikan meliputi langkah- langkah kunci yang dimulai dari mendapatkan prospek potensial yang nantinya akan diolah dengan strategi dan keahlian khusus agar dapat menjadi customer yang setia bagi perusahaan. Selain itu, praktikan juga bertanggung jawab untuk melakukan tindak lanjut yang baik terhadap prospek tersebut, menjalin komunikasi yang efektif, dan membangun hubungan yang kuat untuk memastikan keberhasilan dalam menutup penjualan produk. Dalam menjalankan tugas, praktikan di posisi Sales diharuskan mempunyai kemampuan interpersonal dan komunikasi yang baik, serta ketekunan untuk mengatasi tantangan yang mungkin muncul dalam proses penjualan, yang pada akhirnya menjadi pondasi keberhasilan praktikan dan perusahaan secara keseluruhan dalam mencapai target penjualan yang sudah diberikan dan ditetapkan.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

PT Permata Hijau Automegah membangun jalinan kerjasama dalam model bisnis B2B, memulai kerjasama yang erat dengan Honda Prospect Motor (HPM) sejak awal berdirinya perusahaan. Tujuan dari kemitraan ini adalah karena HPM memegang peran krusial sebagai agen tunggal yang memiliki hak atas merek serta proses perakitan mobil Honda dan komponennya di Indonesia. Sebagai bagian dari Prospect Motor Group yang aktif dalam beberapa sektor seperti otomotif, tekstil, properti, dan beragam bidang lainnya. PT Honda Prospect Motor memegang peran penting sebagai distributor dan dealer pusat mobil Honda untuk wilayah Jawa Barat, termasuk Bekasi serta Kawasan luar Jawa.

Perjalanan kerjasama ini juga menandai distribusi mobil secara rutin yang diterima oleh PT Permata Hijau dari Honda Prospect Motor. Setiap bulannya, perusahaan menerima pasokan mobil yang diawasi

langsung oleh dealer, tidak hanya sekedar pengiriman, tetap juga pengawasan secara berkala dalam bidang pemasaran.

Langkah tersebut dilakukan dengan intensitas yang terjadwal, yaitu satu hingga dua kali dalam sebulan, menandakan komitmen perusahaan untuk menjaga kualitas dan performa mobil Honda yang menjadi bagian integral dalam pasar otomotif Indonesia. Salah satu bentuk nyata dari kerjasama tersebut dibuktikan melalui kehadiran Dealer Honda Permata Hijau yang menjadi bagian dari jaringan distribusi resmi Honda, menjadi salah satu dari 49 dealer resmi Honda yang tersebar di seluruh Indonesia.

