

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Berdasarkan kutipan dari *website* nusantara-sakti.com, NSS atau dikenal sebagai Nusantara Surya Sakti Group merupakan sebuah bisnis yang sudah bergerak dengan bermacam-macam usaha, yaitu *dealer* dan bengkel resmi Honda, dana cepat, jasa pengiriman, Indoparts, properti, dan lain-lain. Nusantara Surya Sakti Group mempunyai visi dan misi perusahaan. Visinya adalah menjadi *group dealer* sepeda motor Honda terbesar dengan pembiayaan terbaik, tersehat, dan terpercaya di Indonesia. Sedangkan misinya adalah dengan menerapkan konsep 3T, yaitu Tercepat, Termudah, dan Terpercaya, Nusantara Sakti Group mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen dan tetap memperhatikan aspek kehati-hatian, sehingga perusahaan ini menjadi perusahaan yang kuat dan sehat.



Gambar 2.1 Logo Nusantara Sakti Group
(nusantara-sakti.com, 2022)

Sejarahnya, Amo Hartanto Kanadi dan Hartuti Kanadi membangun Nusantara Sakti Group. Dulunya dikenal sebagai usaha penjualan motor Honda yang ada di Semarang pada tahun 1962. Sejak 1969, Nusantara Sakti dulunya berkembang sebagai *Dealer* Castrol Oil. NSS telah resmi sebagai *main dealer* yang berada di Jawa Tengah dan Yogyakarta bersama dengan 7 *dealer* yang berada dibawah perusahaan PT. Nusantara Sakti sejak tahun 1971. Enam tahun kemudian,

PT. Nusantara Sakti telah berkembang sebagai *main dealer* Astra Genuine Parts dan *main dealer* Federal Oil yang berada di daerah Jawa Tengah. PT. Nusantara Sakti dinobatkan sebagai *dealer* yang berada di tujuh kota di wilayah Jawa Tengah, yaitu kota Semarang, Purwokarta, Kebumen, Yogyakarta, Cilacap, Demak, dan Salatiga.

Kemudian di wilayah Jakarta, NS membangun cabang pertama yang bernama NSS sejak 1996. Sejak tahun 2000, NS memisahkan luas penjualan Honda Genuine Parts antara Nusantara Sakti dan Honda Sales Operation yang ada di kota Semarang. Kemudian, Nusantara Sakti membangun PT. Nusa Surya Ciptadana, dimana PT tersebut untuk pembiayaan kredit. Setahun kemudian tepatnya pada tahun 2001, PT. Nusantara Surya Sakti juga membangun cabang yang terletak wilayah pulau Sulawesi. Kemudian setahun kemudian lagi pada tahun 2002, *main dealer* Federal Oil telah melingkupi wilayah Tangerang dan wilayah Jakarta.

Kemudian, dari tahun 2003-2012, telah mengalami perkembangan yang sangat pesat oleh Nusantara Sakti Group. Perkembangan tersebut telah mencapai 91 agen *dealer*. Selain itu, sejak 2009, NSC Finance telah membangun 16 agen pertama yang terletak di 16 kota yang ada di Indonesia. Tahun 2012, NSC Finance memiliki 139 kantor cabang. Kemudian, tahun 2013, NSC Finance telah mendirikan dan membuka 416 agen. Tetapi dari 2014-2016, kantor NSC Finance mengalami pengurangan menjadi 237 agen. NSS telah membuka usaha bidang pengiriman bernama NSS Express pada tahun 2016. Sampai pada tanggal 1 Juni 2016, telah berganti nama yang dulunya namanya Dana Tunai Motor NSC Finance diubah menjadi Refi Motor NSC Finance.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2.2. Unit-Unit Perusahaan dari Nusantara Sakti Group
(nusantara-sakti.com, 2022)

Sampai sekarang ini, selain bergerak dalam bidang *dealer* dan bengkel resmi motor Honda, Nusantara Surya Sakti Group telah menjadi bisnis yang sudah lama berjalan di berbagai macam bidang dan berbagai macam usaha, seperti M2W & M4W, *mortgage*, NSS Express, Indoparts, suku cadang Honda, Geuine Oil Honda, furnitur, dan properti.

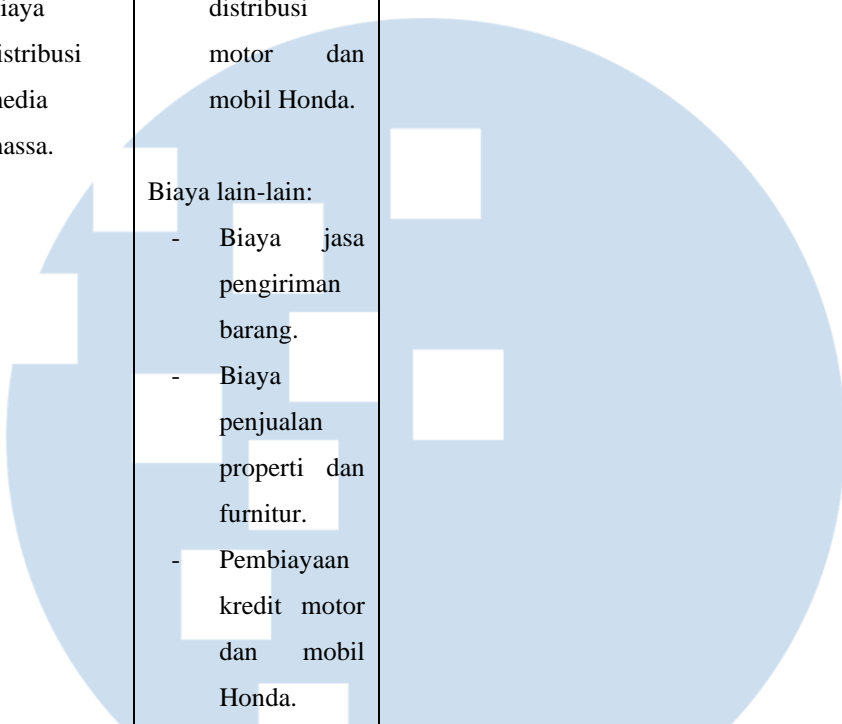
2.2 Business Model Canvas Perusahaan

Menurut Alexander (2012), *Business model canvas* merupakan sebuah alat bisnis yang digunakan untuk mengidentifikasi 9 blok yang akan diterapkan dalam model bisnis. *Business model canvas* dapat selalu berubah dan berkembang setelah melalui proses evaluasi dan uji coba model bisnis tersebut. Berikut ini adalah jabaran *business model canvas* yang dimiliki oleh perusahaan Nusantara Sakti Group:

Tabel 2.1. *Business Model Canvas* Nusantara Sakti Group
(Dokumentasi Pribadi, 2022)

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
<p>Bekerja sama dengan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pihak bank : BCA, BNI, BRI, Mandiri, Bank Syariah, dll. - Pihak investor perusahaan. - Pihak Ivaro Furniture dan Property. - AHASS. - Honda Genuine dan Federal Oil. - Indoparts. - Pihak <i>express</i>. 	<p>Dari <i>dealer</i> dan bengkel resmi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan penjualan dan pembelian motor dan mobil Honda. - Servis dan perbaikan motor dan mobil Honda. - Perbaikan suku cadang. - Penggantian dan pemilihan oli secara rutin. <p>Dari unit-unit usaha:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan pengiriman barang. - Penjualan furnitur dan properti. - Melakukan kegiatan finansial berupa pembiayaan motor, oli, dan suku cadang. 	<p>Dari <i>dealer</i> dan bengkel resmi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melayani pelanggan dalam pembelian motor dan mobil Honda terbaru. - Melayani pelanggan untuk menerima servis, perbaikan, dan perawatan motor dan mobil Honda. - Melakukan pembelian dan perbaikan suku cadang kepada pelanggan yang memiliki kerusakan pada suku cadang motor dan mobil Honda. <p>Dari unit-unit usaha:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan pengiriman barang dari satu daerah ke daerah lain. - Memberikan kepada pelanggan 	<p>Dari segi kegiatan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mengadakan berbagai promo-promo dan <i>event-event</i> menarik. - Promosi motor dan mobil Honda terbaru. <p>Dari segi pengetahuan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memberikan artikel-artikel mengenai keselamatan berkendara. <p>Dari segi pelanggan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Testimoni dan dedikasi mengenai kualitas produk dan layanan NSS. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pelanggan yang mencari dealer dan bengkel resmi. - Pelanggan yang ingin mencari tempat servis dan perbaikan resmi. - Pelanggan yang membutuhkan jasa pengiriman. - Pelanggan yang membutuhkan suku cadang resmi. - Pelanggan yang ingin mencari furnitur dan properti terbaik. - Pelanggan pada ekonomi menengah ke bawah dan menengah ke atas.

	<p><i>Key Resources</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Sales</i> - Montir dan mekanika - Distributor - <i>Accounting</i> 	<p>dalam mencari properti, furnitur yang dibutuhkan pelanggan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pelanggan melakukan pembiayaan motor dan mobil Honda. 	<p><i>Channels</i></p> <p>Sosial media:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Instagram - Facebook - Twitter - YouTube <p>Media massa dan iklan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - TV swasta - YouTube Ads - Instagram Ads - Facebook Ads 	
<i>Cost Structure</i>		<i>Revenue Streams</i>		
<p>Biaya Perusahaan dan media massa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya operasional. - Biaya bekerja sama dengan <i>partnership</i>. - Biaya pembuatan pamflet dan brosur. - Biaya pemasangan iklan dan baliho. 	<p>Biaya dari <i>dealer</i> dan bengkel resmi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya operasional bengkel dan dealer resmi Honda. - Biaya perbaikan dan pembelian suku cadang. - Biaya servis dan perawatan motor dan mobil Honda. - Biaya penjualan dan 	<p>Dari <i>dealer</i> dan bengkel resmi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hasil penjualan dan distribusi motor dan mobil Honda. - Hasil servis dan perbaikan motor dan mobil Honda. - Hasil penjualan oli dan suku cadang. <p>Dari perusahaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hasil kerja sama dengan <i>partnership</i>. 	<p>Dari pembuatan media massa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya perizinan untuk pemasangan iklan dan baliho. - Biaya pembuatan pamflet dan brosur. - Biaya peminjaman alat dan tempat untuk <i>shooting</i> pembuatan iklan. 	

<ul style="list-style-type: none"> - Biaya distribusi media massa. 	<p>distribusi motor dan mobil Honda.</p> <p>Biaya lain-lain:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya jasa pengiriman barang. - Biaya penjualan properti dan furnitur. - Pembiayaan kredit motor dan mobil Honda. 		<ul style="list-style-type: none"> - <i>Budget advertising.</i>
---	--	---	--



UMN

 UNIVERSITAS

 MULTIMEDIA

 NUSANTARA

2.3 Analisis SWOT Perusahaan

Menurut Rangkuti (2009), *SWOT analysis* adalah sebuah metode yang dipakai untuk merumuskan perencanaan strategi untuk perusahaan. Tujuan melakukan analisis SWOT adalah untuk melihat 4 aspek yang dimiliki oleh perusahaan supaya perusahaan mempunyai strategi untuk mencapai visi dan misi perusahaan (FR Consultant, 2021). Nusantara Sakti Group sebagai perusahaan yang menanamkan *employer branding* tentunya memiliki aspek-aspek penting yang dijelaskan melalui analisis SWOT. Berikut ini adalah jabaran analisis SWOT Nusantara Sakti Group:

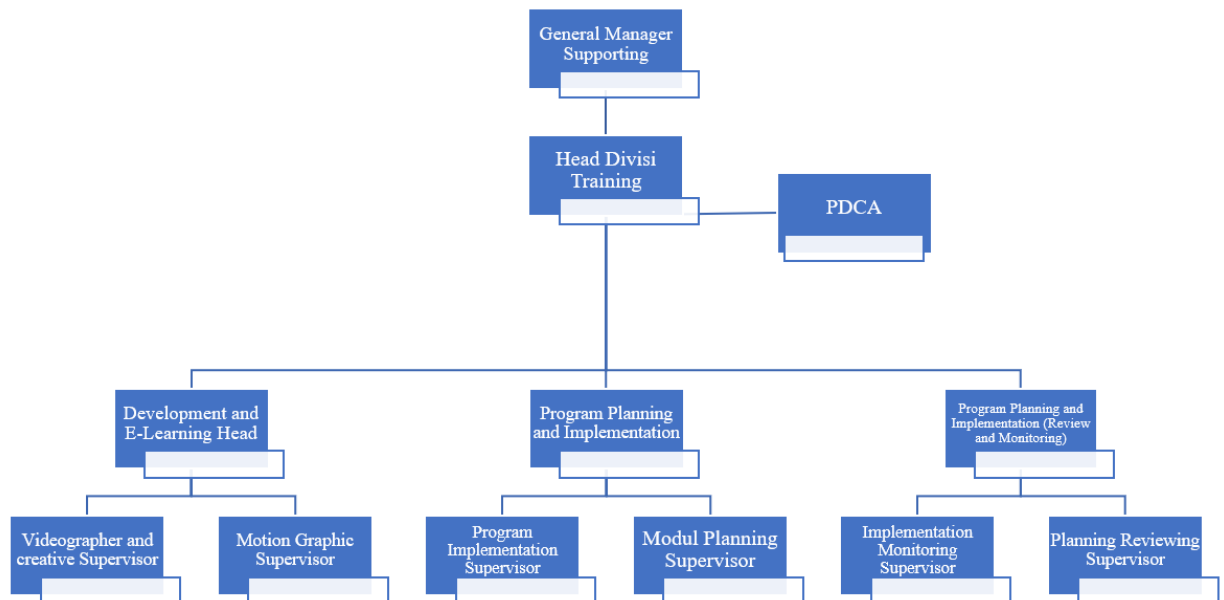
Tabel 2.2. Tabel Analisis SWOT Nusantara Sakti Group
(Dokumentasi Pribadi (2022))

<i>Strengths</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Terletak strategis di Jakarta Pusat. - Dengan menanamkan <i>employer branding</i>, Nusantara Sakti Group menciptakan suatu unsur untuk memperlihatkan <i>image</i> dari karyawan dan perusahaan. - Kondisi finansial yang semakin baik dan kuat. - Keahlian staff dan karyawan sebagai kemampuan dalam memasarkan berbagai produk dan usaha. - Pembelian motor dan mobil Honda masih menjadi minat masyarakat dan memiliki pengalaman yang sudah lama di Indonesia.
<i>Weaknesses</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Ketersediaan SDM yang masih kurang. - Dalam pemasaran masih berkualitas rendah. - Pengalaman keahlian dan manajerial dari staff dan karyawan masih rendah. - Pemanfaatan berbagai teknologi masih belum maksimal.
<i>Opportunities</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Keunggulan berbagai produk dan jenis usaha menjadi salah satu kesadaran masyarakat untuk terus menggunakan perusahaan ini. - Upaya dalam perbaikan dan perawatan motor Honda terus diminati oleh masyarakat. - Pembelian dengan harga terjangkau membuat masyarakat untuk melakukan pembelian di Nusantara Sakti Group.

<i>Threats</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya ketidakstabilan dalam perekonomian Indonesia. - Melihat adanya kompetitor lain sebagai pesaing yang lebih unggul dari segi popularitas, usaha dan pengalaman yang lebih luas.
----------------	---

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Penulis melaksanakan praktik kerja magang di Nusantara Sakti Group bagian *training division*. *Training division* merupakan divisi yang mempunyai peran untuk memberikan motivasi dan edukasi karyawan dalam bekerja di perusahaan. Dengan kata lain, *training division* bergerak dalam bidang pembelajaran mengenai tata krama dan etika dalam bekerja di suatu perusahaan. *Training division* Nusantara Sakti Group merupakan divisi pendukung divisi lain dalam pengembangan pengetahuan karyawan, baik dalam *hardskill* maupun *softskill* sehingga pengetahuan karyawan bisa berkembang dan dapat memajukan perusahaan. Berikut ini adalah struktur organisasi *Training division* Nusantara Sakti Group:



Gambar 2.3 Struktur Organisasi *Training Division* Nusantara Sakti Group
(Dokumentasi Perusahaan, 2022)

MULTIMEDIA
NUSANTARA

Training division Nusantara Sakti Group diwakili oleh *GM (General Manager) Supporting* dan dikepalai oleh Kepala Divisi *Training. General Manager Supporting* bertanggung jawab untuk mendukung dalam pengambilan keputusan dalam mencapai tujuan pelatihan perusahaan. Kepala divisi *Training* bertanggung jawab dalam menjalankan semua pelatihan yang ditentukan oleh Nusantara Sakti Group. *Head Division training* memiliki satu kepala khusus, yaitu *PDCA (Plan Do Check Action)* yang memiliki peranan untuk melakukan perencanaan, melakukan, memeriksa, dan tindakan dalam menjalankan sebuah bisnis.

Training division dibagi menjadi tiga kepala, yaitu Divisi *Development and E-Learning*, Divisi *Program Plan and Implementation*, dan Divisi *Program Plan and Implementation* bagian *review dan monitoring*. Divisi *Development and E-Learning* bertanggung jawab untuk pembuatan materi pembelajaran karyawan perusahaan. Divisi ini memiliki dua *supervisor*, yaitu *supervisor* bagian *motion graphic* dan bagian *videographer and creative*. *Supervisor* bagian *motion graphic* memiliki tugas untuk pengawasan karyawan latihan dalam pembuatan *motion graphic*. Sedangkan *supervisor* bagian *videographer and creative* bertanggung jawab atas *editing* video dan kreativitas pembuatan video. Divisi *Program Plan and Implementation* bertanggung jawab atas strategi perencanaan dan kegiatan yang mengacu pada aturan tertentu. Divisi memiliki dua *supervisor*, yaitu *supervisor* bagian perencanaan dan *supervisor* bagian implementasi. *Supervisor* bagian perencanaan bertanggung jawab atas strategi dan perencanaan perusahaan agar perusahaan dapat berjalan dengan baik. Sedangkan *supervisor* bagian implementasi bertanggung jawab untuk pengawasan kegiatan yang yang sudah dirancang dan direncanakan dengan mengikuti aturan-aturan yang berlaku. Divisi *Program Plan and Implementation* bagian *review dan monitoring* bertanggung jawab dalam pemantauan dan evaluasi rutin terhadap kinerja dalam pelatihan. Divisi ini dibagi menjadi dua *supervisor* yang bekerja sebagai *reviewer* dan pemantauan kinerja pelatihan.

Dalam hal ini, penulis bekerja sebagai *motionographer* di divisi *Development and E-Learning*. Adapun posisi-posisi yang berkaitan dengan penulis selama menjalankan magang adalah sebagai berikut:

1. *Motion graphic supervisor* yang dipimpin oleh Alexius Kurniawan bertanggung jawab untuk monitoring dan pengawasan karyawan magang dalam pembuatan konten *motion graphic*.
2. *Videographer and creative supervisor* yang dipimpin oleh Ryan R. Pratama dan manager Redi Wahyu bertanggung jawab atas pengawasan dan monitoring produksi pembuatan video kreatif yang dibuat oleh karyawan magang.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA