

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan

PT Diamond Mitra Persada Lestari didirikan pada tahun 2015 dengan basis operasional awal di Colomadu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah, sementara gudangnya berada di Kabupaten Wonogiri. Kehadiran perusahaan ini dilandasi oleh visi untuk mewarnai persaingan bisnis keramik di Indonesia, menciptakan lebih banyak lapangan kerja, serta bercita-cita menjadi distributor keramik terbesar di Indonesia. Semangat inovasi dan komitmen terhadap kualitas, DMPL memulai langkahnya di industri dengan menjadi distributor kecil yang melayani wilayah Solo Raya di antaranya yaitu Surakarta, Boyolali, Sukoharjo, Wonogiri, Klaten, dan Sragen.

Seiring perjalanan waktu, DMPL mencatat pertumbuhan yang signifikan melalui pencapaian strategis. Pada tahun 2016, perusahaan memiliki 78 mitra yang menjadi tulang punggung distribusi di wilayah lokal. Setahun kemudian, merek utama pertama diluncurkan, mengukuhkan DMPL sebagai distributor tunggal di Jawa Tengah dan sebagian Jawa Timur dengan 389 mitra. Pada tahun 2019, perusahaan memperkenalkan merek utama kedua, yang mendorong peningkatan jaringan distribusi menjadi 743 mitra. Momentum ini berlanjut hingga tahun 2021, ketika merek utama ketiga berhasil diperkenalkan, menjangkau seluruh wilayah Indonesia dan melibatkan 1.206 mitra. Terakhir, pada tahun 2024, DMPL meluncurkan Cruzer sebagai merk utama keempat yang menjadi merek unggulan dengan dukungan 1.492 mitra yang tersebar di Indonesia.

Keberhasilan ini tidak terlepas dari komitmen perusahaan untuk senantiasa menjaga kualitas produk. PT DMPL berupaya menghadirkan keramik dengan standar tinggi yang tidak hanya tahan lama tetapi juga menarik secara estetika. Dukungan tenaga ahli berpengalaman memungkinkan perusahaan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam memenuhi kebutuhan pasar. Selain itu, inovasi menjadi salah satu pilar utama dalam operasional perusahaan. DMPL secara konsisten memperkenalkan aplikasi dan desain terbaru yang memungkinkan konsumen untuk menciptakan hunian impian yang nyaman dan modern.

Sebagai langkah menuju masa depan yang berkelanjutan, PT DMPL berkomitmen untuk terus berinovasi dengan mengikuti tren hunian kekinian serta memperkuat posisinya sebagai pemimpin di industri keramik nasional. Perusahaan juga memiliki tujuan untuk memperluas jaringan distribusi, meningkatkan efisiensi operasional, dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian nasional melalui penciptaan lapangan kerja dan kemitraan strategis. Dengan visi yang terarah dan strategi yang konsisten, PT DMPL optimis dapat terus memberikan dampak positif bagi industri keramik di Indonesia.

2.2 Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : PT Diamond Mitra Persada Lestari

Alamat : Jl. Raya Telukan No.57, Dusun II, Parangjoro, Kec. Grogol, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57552.

Telepon : 02715721627

Email : salad.dmpl@gmail.com

2.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi dan misi PT Diamond Mitra Persada Lestari mencerminkan cita-cita, pandangan jangka panjang, dan nilai-nilai inti perusahaan. Dalam menjalankan bisnisnya, PT DMPL memiliki visi dan misi perusahaan yang menjelaskan langkah-langkah strategis yang dilakukan untuk mencapai visi tersebut, antara lain:

1. Visi Perusahaan

PT Diamond Mitra Persada Lestari memiliki visi untuk menjadi salah satu dari tiga perusahaan distribusi bahan bangunan terbesar di Indonesia pada tahun 2030. Dalam perjalanannya, DMPL juga berkomitmen untuk mewarnai persaingan bisnis keramik di Indonesia, membuka lebih banyak lapangan pekerjaan, dan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat serta lingkungan.

2. Misi Perusahaan

DMPL menjalankan misi-misi berikut untuk mewujudkan visinya:

a. Mengutamakan Kualitas

DMPL berkomitmen untuk menghasilkan keramik berkualitas tinggi dengan melibatkan tenaga ahli yang kompeten. Upaya ini dilakukan untuk mempertahankan dan meningkatkan standar produk agar memenuhi kebutuhan pasar.

b. Berinovasi Secara Berkelanjutan

Perusahaan terus menghadirkan inovasi melalui aplikasi dan desain terbaru untuk membantu pelanggan mewujudkan rumah impian yang

indah dan nyaman. Pendekatan ini memungkinkan DMPL memberikan solusi yang relevan dengan tren hunian masa kini.

c. Fokus pada Lingkungan

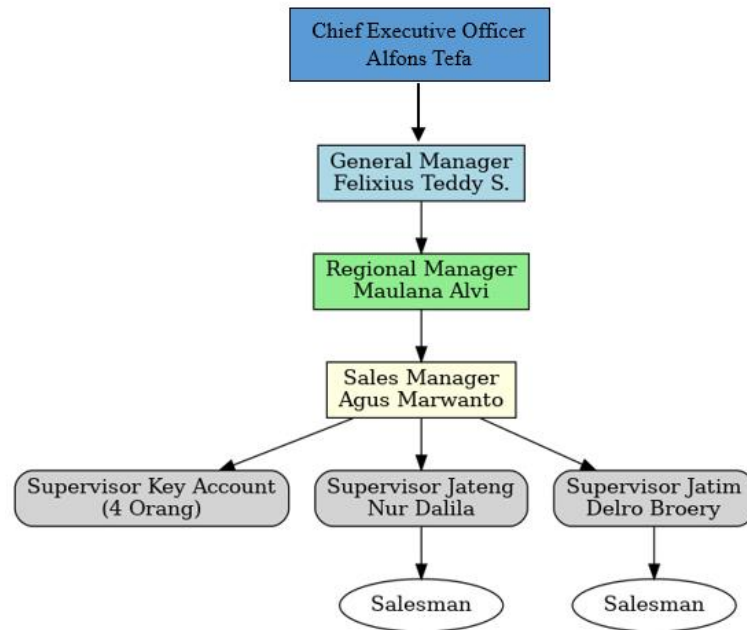
DMPL berkomitmen mendistribusikan keramik berkualitas yang memiliki jejak karbon minimal. Upaya ini dilakukan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan terhadap kelestarian lingkungan.

d. Memperluas Jaringan Mitra

Perusahaan menjalankan distribusi produk melalui metode kemitraan yang tersebar di seluruh Indonesia, guna memastikan produk berkualitas dapat diakses oleh berbagai kalangan dan daerah.

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Diamond Mitra Persada Lestari dirancang untuk mendukung efektivitas dan efisiensi dalam menjalankan operasionalnya. Pembagian tanggung jawab dan wewenang yang jelas memastikan setiap fungsi dalam perusahaan berjalan sinergis untuk mencapai tujuan bersama. Struktur organisasi dan tugas yang diterapkan oleh PT DMPL digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT DMPL

Sumber: Data Primer (2024)

1. *Chief Executive Officer* (CEO): Alfons Tefa
 - a. Menetapkan visi, misi, dan strategi utama perusahaan serta mengawasi pencapaian target bisnis.
 - b. Mengambil keputusan akhir dalam kebijakan perusahaan, mengalokasikan sumber daya strategis, dan menyetujui anggaran besar.
 - c. Berkoordinasi dengan *stakeholder* utama untuk pertumbuhan perusahaan.
2. *General Manager*: Felixius Teddy S.
 - a. Mengawasi operasional bisnis, memastikan efisiensi, dan mengkoordinasikan kebijakan antar divisi.
 - b. Mengambil keputusan operasional, mengelola tim manajerial, serta memastikan target perusahaan terpenuhi.

- c. Melaporkan perkembangan perusahaan kepada CEO dan memberikan rekomendasi strategis.

3. *Regional Manager*: Maulana Alvi

- a. Bertanggung jawab atas pencapaian target dan strategi pemasaran di wilayah tertentu.
- b. Mengatur operasional regional serta mengelola tim penjualan dan *supervisor* di wilayahnya.
- c. Melaporkan perkembangan pasar dan memberikan masukan strategis kepada *General Manager*.

4. *Sales Manager*: Agus Marwanto

- a. Mengelola dan mengawasi tim penjualan, menetapkan strategi penjualan, serta menyusun target untuk meningkatkan mitra.
- b. Mengambil keputusan terkait strategi penjualan dan memberikan arahan kepada *supervisor sales*.
- c. Memastikan pencapaian target dan efisiensi operasional tim penjualan.

5. *Supervisor Key Account* (4 Orang)

- a. Mengelola akun utama perusahaan (mitra besar), menjaga hubungan bisnis strategis, dan memastikan pencapaian target *key account*.
- b. Mengambil keputusan terkait penawaran serta negosiasi dengan *key account*, serta memonitor performa pelanggan utama.
- c. Memberikan laporan kinerja *key account* kepada *Sales Manager*.

6. *Supervisor* Jateng: Nur Dalila

- a. Mengawasi dan mengelola aktivitas penjualan di wilayah Jawa Tengah serta memastikan pencapaian target penjualan.
- b. Mengelola strategi penjualan khusus untuk Jateng dan memberikan rekomendasi pasar kepada *Sales Manager*.
- c. Membimbing tim penjualan serta mengevaluasi kinerja untuk meningkatkan efektivitas pemasaran di wilayahnya.

7. *Supervisor* Jatim: Delro Broery

- a. Bertanggung jawab atas pengelolaan tim penjualan di Jawa Timur dan memastikan pertumbuhan mitra serta penjualan.
- b. Mengambil keputusan operasional penjualan di Jatim serta melakukan evaluasi dan pengembangan tim penjualan.
- c. Berkoordinasi dengan *Regional Manager* dalam menyusun strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi pasar wilayahnya.

2.5 Produk dan Layanan PT Diamond Mitra Persada Lestari

Sebagai salah satu distributor keramik, PT Diamond Mitra Persada Lestari (PT DMPL) menawarkan beragam produk keramik berkualitas tinggi yang dirancang untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan. Macam produk keramik yang ditawarkan PT DMPL sebagai berikut:

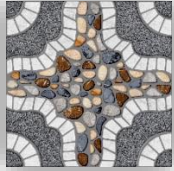
Tabel 2.1 Macam Produk Keramik Yang Disediakan PT DMPL

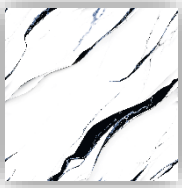
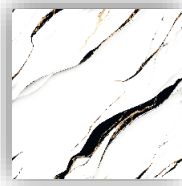
No.	Merek Produk	Logo Merek
1.	Cruzer	
2.	Dominica	
3.	Centurion	
4.	Harmony	
5.	San Francisco	

Sumber: Data Primer (2024)

Tabel 2.2 Macam Keramik Cruzeiro Unggulan PT DMPL

No	Nama Motif	Sample Motif	Ukuran	Karakteristik	Saran Pemakaian
1.	Cruzer Catania Blue		25 x 50	Glossy	Dinding Teras, Dinding Dapur, Dinding Kamar Mandi

2.	Cruzer Catania Brown		25 x 50	Glossy	Dinding Teras, Dinding Dapur, Dinding Kamar Mandi
3.	Cruzer Rockstone Brown		25 x 50	Glossy	Dinding Teras dan Kamar Mandi
4.	Cruzer Rubic Bianco		50 x 50	Matte Drop Glaze	Lantai Teras dan Carport
5.	Cruzer Sunstone Grey		50 x 50	Matte Embossed	Lantai Teras, Taman dan Carport
6.	Cruzer Sunstone Brown		50 x 50	Matte Embossed	Lantai Teras, Taman dan Carport
7.	Cruzer Woodston e Brown		50 x 50	Matte Granila	Lantai Teras, Taman dan Carport

8.	Cruzer Valius Brown		50 x 50	Matte Drop Glaze	Lantai Teras dan Carport
9.	Cruzer Veron Blue (Cutting)		50 x 50	Glossy	Lantai Dapur, Ruang Makan, Ruang Tamu, Teras, Kamar tidur
10.	Cruzer Veron Cream (Cutting)		50 x 50	Glossy	Lantai Dapur, Ruang Makan, Ruang Tamu, Teras, Kamar tidur

Sumber: Data Primer (2024)

Layanan yang tersedia di PT Diamond Mitra Persada Lestari (PT DMPL) sebagai distributor keramik dapat mencakup berbagai aspek yang mendukung kebutuhan pelanggan. Berikut adalah penjelasan layanan yang ditawarkan oleh PT DMPL:

1. Program Kemitraan

PT DMPL menawarkan harga lebih rendah untuk pembelian dalam jumlah besar bagi mitra, seperti toko bangunan atau proyek konstruksi. Selain itu, perusahaan juga menyediakan insentif bagi mitra yang bergabung, seperti potongan harga, bonus penjualan, dan dukungan pemasaran.

2. *Custom Order*

PT DMPL menyediakan keramik dengan spesifikasi khusus sesuai permintaan mitra, seperti keramik *anti-slip*, tahan air, atau dengan desain estetika tertentu.

3. Pengiriman Barang

PT DMPL mendistribusikan produk ke berbagai daerah sesuai kebutuhan pelanggan, serta memastikan pengiriman aman hingga ke lokasi mitra.

2.6 Gambaran Bisnis Perusahaan Saat ini

PT Diamond Mitra Persada Lestari (DMPL) saat ini berada pada posisi strategis sebagai salah satu distributor keramik nasional yang terus berkembang. Sejak berdiri pada tahun 2015, perusahaan telah berhasil memperluas jangkauan operasionalnya dari skala regional Solo Raya hingga mencakup seluruh wilayah Indonesia. Berbagai ekspansi produk melalui merek-merek utama mendorong pertumbuhan signifikan dalam jumlah mitra. DMPL berkembang dari 78 mitra pada tahun pertama menjadi 1.492 mitra pada tahun 2024.

Meskipun pertumbuhannya positif, DMPL menghadapi tantangan yang semakin kompleks di tengah dinamika pasar yang berubah cepat. Perubahan perilaku konsumen yang lebih bergantung pada *platform* digital mengharuskan perusahaan untuk beradaptasi dalam strategi pemasarannya. Hingga saat ini, DMPL masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, seperti pendekatan *direct marketing*, yang memiliki keterbatasan dalam menjangkau *audience* yang lebih luas, membutuhkan biaya operasional tinggi, dan kurang relevan di era digital.

Kompetitor di industri keramik telah lebih dahulu beralih ke strategi pemasaran digital, terutama melalui media sosial, yang memungkinkan mereka menjangkau konsumen dengan lebih efisien dan membangun citra merek yang kuat. Sementara itu, DMPL belum memiliki strategi pemasaran digital yang terstruktur, sehingga potensi besar yang dimiliki perusahaan, seperti kualitas produk unggulan dan inovasi desain modern, belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk menarik mitra baru.

Kondisi ini menciptakan urgensi bagi DMPL untuk merancang strategi pemasaran digital yang sistematis. Pemanfaatan media sosial seperti TikTok dan Instagram membuka peluang besar bagi DMPL untuk memperluas jangkauan, meningkatkan kesadaran merek, dan menarik lebih banyak mitra baru secara efisien. Upaya ini juga sejalan dengan visi perusahaan untuk menjadi salah satu dari tiga distributor bahan bangunan terbesar di Indonesia pada tahun 2030, sekaligus memperkuat daya saing perusahaan di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

2.6 Profil Sasaran Konsumen

Profil sasaran konsumen PT DMPL, terutama untuk meningkatkan mitra, mencakup berbagai segmen yang strategis dan relevan dalam industri keramik. Sebagai distributor keramik, PT DMPL berfokus pada menjalin hubungan dengan mitra yang tidak hanya mendistribusikan produk tetapi juga dapat memberikan nilai tambah bagi rantai pasok perusahaan. Berikut adalah profil sasaran konsumen utama:

1. Toko dan Distributor Keramik

Sasaran utama PT DMPL adalah toko-toko keramik dan distributor lokal yang memiliki jaringan kuat dengan pelanggan akhir. Konsumen ini memiliki peran penting dalam mendistribusikan produk PT DMPL ke pasar yang lebih luas, baik untuk segmen rumah tangga, proyek pembangunan kecil, maupun menengah.

2. *Retail Modern*

Selain toko tradisional, PT DMPL juga menasar *retail modern* seperti supermarket bahan bangunan atau *platform e-commerce* yang menjual bahan bangunan. Mitra ini membantu perusahaan menjangkau segmen konsumen yang lebih luas, terutama mereka yang mencari kemudahan dalam berbelanja secara *online*.

3. Pelaku Bisnis Interior dan Arsitektur

Konsumen lain yang menjadi target adalah desainer interior, arsitek, dan konsultan desain yang sering merekomendasikan produk keramik kepada klien mereka. Hubungan yang baik dengan pelaku bisnis ini dapat membantu memperluas pangsa pasar PT DMPL melalui proyek-proyek.

4. Segmen Geografis

PT DMPL berfokus memperluas jangkauan di area strategis seperti Jawa Tengah, Jawa Timur, dan daerah yang sedang berkembang di Indonesia. Wilayah ini memiliki permintaan tinggi terhadap bahan bangunan seiring dengan pertumbuhan properti dan infrastruktur.