

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. ASTRA OTOPARTS

Didalam bab ini akan dijelaskan mengenai gambaran umum PT. Astra Otoparts Divisi Finance Keuangan yang dapat digunakan untuk mengetahui berbagai hal yang berhubungan dengan perusahaan. Ada pun gambaran umum yang dibahas dalam bab ini menyangkut sejarah perusahaan, profil perusahaan, produk dan layanan, fasilitas perusahaan, nilai pada perusahaan, visi dan misi perusahaan, logo dan makna logo perusahaan, letak lokasi perusahaan, struktur organisasi dan deskripsi jabatan masing-masing bagian pada perusahaan.

2.1 Sejarah Perusahaan

Perusahaan di Indonesia memiliki beragam jenis perusahaan-perusahaan yang terkenal terutama bidang otomotif yang tersebar diberbagai penjuru. PT Astra Otoparts dapat bersaing dan menjadi perusahaan yang terkemuka di bidang komponen otomotif yang bergerak dibidang produksi serta mampu menyebarluaskan produk-produk perusahaan pada suku cadang kendaraan bermotor baik roda dua ataupun roda empat.

Perusahaan ini diawali dengan terbentuknya PT Alfa Delta Motor yang berdiri pada tanggal 20 September 1976. Perusahaan tersebut bergerak di bidang perdagangan otomotif, perancangan alat-alat seperti mesin kendaraan. William Soeradjaja merupakan konstruksi pemilik dari perusahaan ini, dimana beliau merupakan bagian dari PT Djaya Pirusa. PT Alfa Delta Motor mengalami pergantian nama tepatnya di tahun 1977 yang berubah menjadi PT Pasific Western dan pada tahun 1981 kembali berubah nama menjadi PT Menara Alam Teknik dan sejak saat itulah kepemilikan perusahaan tersebut berganti menjadi beberapa nama yaitu PT Summa Surya, PT Windu Tri Nusantara dan PT Multivest. Seiring dengan berjalannya waktu, tepatnya dua tahun PT Astra Otoparts kemudian memutuskan membeli saham dari PT Summa Surya yang merupakan bagian dari PT Menara Alam Teknik dan di tahun 1991 mendirikan perusahaan baru untuk mengelola usaha di bidang komponen dengan nama PT Astra Dian Lestari. Tahun 1993 PT Menara Alam Teknik berubah nama menjadi PT Menara Alam Pradipta serta seluruh sahamnya diambil alih oleh Astra .

PT Astra Pradipta Internusa dan PT Federal Adiwira Serasi yang sekarang berubah menjadi PT Astra Dian Lestari merupakan perusahaan yang melakukan merger dan masih berada pada lingkungan Astra. Saat itu pada tahun 1996, Astra memutuskan untuk mengganti nama perusahaan menjadi PT Astra Pradipta Internusa.

Berdasarkan perjalanan yang cukup panjang dengan berbagai perubahan serta pergantian nama oleh perusahaan, Astra memutuskan untuk berganti nama di tahun 1997 menjadi PT Astra Otoparts. Bursa Efek Indonesia mencatat kode saham PT Astra Otoparts dengan kode transaksi AUTO pada tahun 1998. Nama publik perusahaan berubah menjadi PT Astra Otoparts Tbk yang dikenal oleh khayalak ramai.

PT Astra Otoparts memiliki konsep waralaba untuk meningkatkan serta menyebarkan jaringan retail otomotif dengan menggunakan sistem pelayanan yang bergerak dengan cepat serta membangun berbagai pelayanan yang saling berkaitan. Di akhir tahun 2013 perusahaan ini terus menerus melakukan perkembangan dan telah menyebar di Pulau Jawa dan Bali serta telah mempunyai 279 outlet.

2.2 Profil Perusahaan

PT Astra Otoparts sebagai anak perusahaan dari Astra telah memiliki jaringan sebanyak 56 unit bisnis untuk memenuhi nilai-nilai rantai bisnis sebagai produsen serta distributor dalam rangkaian berbagai produk komponen. Perusahaan ini telah melakukan entitas asosiasi dimana investor memiliki pengaruh dan juga bagian dari ventura bersama.

Bursa Efek Indonesia mencatat nilai investasi pasar perusahaan pada akhir tahun 2019 dengan nilai sebesar enam triliun. Hadir nya unit bisnis Winteq (Workshop for Industrial Equipment) yang menjadi pelopor dalam rangka untuk menerapkan ‘smart factory’ yang ditentukan oleh PT Akebono Brake Astra Indonesia dimana perusahaan ini merupakan kandidat dari ‘lighthouse factory’ sebagai wujud komitmen dalam pengimplementasian Industri 4.0 yang ada di Indonesia.

Perusahaan ini melakukan perubahan menjadi perusahaan industri di Indonesia yang terbesar sebagai komponen otomotif yang telah di dukung melalui tujuh unit bisnis, empat belas unit bisnis sebagai anak perusahaan konsolidasi, dua puluh satu saham perusahaan serta tiga belas cucu perusahaan. Saat ini perusahaan telah memiliki karyawan dengan total 36.303 orang. Salah satu strategi yang dibentuk oleh perusahaan untuk memperkuat posisinya di bidang industri komponen otomotif dan memperluas target pasarnya yang bukan hanya di skala nasional namun sampai di skala global, perusahaan membentuk anak perusahaan patungan bersama melalui pemasok komponen terkemuka di Amerika Serikat, Tiongkok, Italia, Jepang, Taiwan, dan Swedia seperti Jouku Techonlogy, Daido Steel, Kayaba dan lain sebagainya

Perusahaan memiliki bidang manufaktur yang terdiri dari empat unit bisnis, sebelas cucu perusahaan, dua belas anak perusahaan konsolidasi, satu penyertaan saham serta memiliki entitas asosiasi dan ventura bersama dengan jumlah dua puluh satu. Produksi dari hasil perusahaan tersebut sudah banyak dikenal dan dipergunakan serta di rancang oleh banyak perusahaan seperti pabrik mobil ataupun pabrik motor. Pabrik tersebut antara lain seperti Mitsubishi, Hino, Kawasaki, Yamaha, Honda, Daihatsu, Toyota, dan Suzuki. Perusahaan memiliki trading yang telah mentransfer pasar suku cadang pengganti yang ada di dalam negeri melalui jaringan distribusi yang dimiliki dengan menyediakan berbagai komponen mobil yang terdapat pada pasar ekspor. Jaringan distribusi dengan cakupan domestik yang luas telah dimiliki oleh perusahaan yang di tandai dengan lima puluh dua diler utama dan melayani dua belas ribu toko suku cadang dengan dua puluh empat kantor penjualan yang telah tersebar di seluruh Indonesia.

Strategi dan langkah yang tepat telah menuntun dan menjadikan perusahaan mampu menjalankan serta mengembangkannya dengan baik mulai dari tahun ke tahun. Hal tersebut dapat dirasakan ketika semakin kuatnya pasar suku cadang pabrik otomotif pengganti dalam negeri serta semakin menguatnya kinerja operasional finansial. Tujuan perusahaan untuk menjadi komponen otomotif yang terkemuka di kelas dunia dan memiliki pertumbuhan yang secara berkesinambungan akan sangat dipengaruhi melalui kemampuan perusahaan dalam menjaga keseimbangan proses bisnis yang telah dimiliki.

2.3 Produk dan Layanan

Produk yang telah dimiliki oleh perusahaan untuk pemenuhan kebutuhan konsumen akan produk suku cadang serta komponen kendaraan bermotor roda dua ataupun roda empat yaitu mesin, produk-produk listik serta badan kendaraan. Berbagai merek dengan produk ternama yang memiliki sifat identik telah dimiliki oleh perusahaan melalui standar yang telah ditetapkan yaitu mengutamakan kualitas produk. Merek yang di hasilkan oleh perusahaan tersebut antara lain Federal, Aspiral, dan memiliki merek yang memiliki keterkaitan dengan pabrik seperti Kayaba, SKF dan GS Astra.

2.4 Fasilitas Produksi

Perusahaan menerapkan standar untuk pemenuhan tuntutan pelanggan akan kebutuhan produksi dengan variasi dan jumlah produk yang sesuai. Standar tersebut mengutamakan teknologi yang terdepan dan proses yang benar serta perencanaan skala produksi yang tepat untuk mencapai struktur biaya kompetitif dan produktifitas yang lebih baik.

Berdasarkan investasi pada perusahaan komponen vietnam dan perusahaan ventura di Tiongkok perusahaan telah memiliki rekam jejak regional. Pertunjukkan yang dilakukan oleh Kementerian Perindustrian terhadap PT Akebono Brake Astra Indonesia membuat perusahaan bangga karena pertunjukkan tersebut menjadikan perusahaan sebagai lighthouse factory untuk implementasi Industry 4.0 di Indonesia.

2.5 Teknologi yang digunakan pada Divisi Finance Accounting

Setiap proses dalam pengelolaan bisnis, perusahaan menggunakan teknologi digital yang sangat berperan pada sumber daya perusahaan. Teknologi yang digunakan antara lain seperti : Payment Request Online, SAP, Portal Online, UIPath. Penerapan teknologi ini digunakan sesuai dengan kebutuhan organisasi ataupun perusahaan tergantung bagaimana perusahaan membutuhkannya, jika perusahaan atau organisasi membutuhkan teknologi terbaru maka perusahaan harus mempertimbangkan teknologi informasi tersebut.

2.6 Manajemen Pengetahuan pada Karyawan

Melakukan mentoring setiap minggu untuk mengetahui dengan cepat apa yang terjadi baik hal berkaitan dengan perusahaan maupun diluar perusahaan serta mengetahui isu yang beredar. Monitoring tersebut berisi topik sebagai acuan dalam melakukan pekerjaan serta kekurangan apa saja yang perlu dihindari untuk kelancaran kinerja karyawan.

2.7 Nilai – Nilai Perusahaan

1. Handal dan Terpercaya

Grup PT Astra Otoparts memiliki tekad untuk memberikan bukti atas apa yang telah diamanatkan serta diucapkan berdasarkan tugas dan prinsip GCG (Good Corporate Governance)

2. Fokus pada pelanggan

Perusahaan melakukan inovasi dan usaha yang berkelanjutan pada setiap bidang dengan tujuan mendapatkan peluang dan memenuhi kepuasan pelanggan.

3. Semangat Kepriimaan

Tuntutan kerja dicapai dengan hasil yang maksimal melalui hasrat yang tinggi serta menggebu-gebu.

4. Kerjasama

PT Astra Otoparts bersama dengan grup lainnya memiliki komitmen untuk melakukan kerjasama dengan melakukan tukar pikiran dan saling membantu dalam usaha

agar tercapainya keberhasilan sehingga terciptanya keunggulan pada Grup Astra Otoparts.

2.8. Visi dan Misi PT Astra Otoparts

2.8.1 Visi PT Astra Otoparts

Menjadi perusahaan komponen otomotif sebagai supplier kelas dunia sehingga menjadi mitra usaha pilihan yang utama di Indonesia dengan mendukung kemampuan engineering yang handal.

2.8.2 Misi PT Astra Otoparts

1. Mengembangkan bidang industri komponen otomotif yang handal dan dapat menjadi perusahaan yang lebih kompetitif serta menjadi mitra yang strategis bagi industri otomotif lainnya yang ada di Indonesia maupun di regional.
2. Bertanggungjawab menjadi warga usaha serta dapat memberikan kontribusi yang positif kepada stakeholders.

2.9 Logo Perusahaan

Identitas pada perusahaan dapat dideskripsikan melalui logo yang berfungsi untuk mempresentasikan citra perusahaan sebagai pembeda dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Makna akan logo ini akan memberitahukan arti dan memberi makna tentang jati diri perusahaan. Logo pada Perusahaan ini melambangkan semangat dan jiwa yang menghidupkan bagi Adapun logo PT Astra Otoparts yaitu sebagai berikut:

Gambar 2.1
Logo PT Astra Otoparts



2.9.1 Makna Logo

Logo Astra Otoparts dalam pembuatannya yang sejalan dengan visi yang telah ada, perusahaan berusaha untuk menjadi perusahaan yang lebih mengglobal dan mendunia serta kembali menegaskan statusnya sebagai salah satu pemimpin dalam industry otomotif. Komet Merah menyala sebagai bukti kelanjutan warisan Astra dan berfungsi sebagai kiasan untuk Astra Internasional

2.10 Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan dalam melaksanakan penelitian skripsi ini, adalah sebagai berikut:

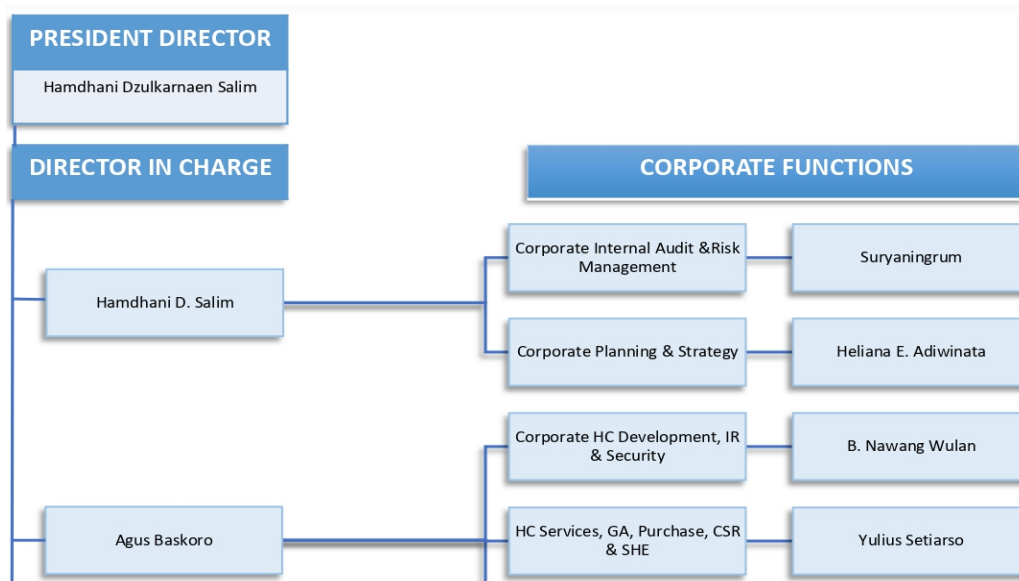
- a. Nama Perusahaan : PT. Astra Otoparts Tbk
- b. Bidang Usahan : Manufaktur dan Perdagangan Komponen Otomotif
- c. Tanggal Pendirian : 20 September 1991
- d. Bursa Efek : Bursa Efek Indonesia
- e. Kode Saham : AUTO
- f. Pemegang Saham : PT. Astra International Tbk (80%) dan Masyarakat (20%)
- g. Alamat : PT. Astra Otoparts Tbk
(Jl. Pegangsaan Dua KM 2,2 Kelapa Gading, Jakarta 14250)
Telepon : (62-21) 460-3550, 460-7025
- h. Web : www.astra-otoparts.com

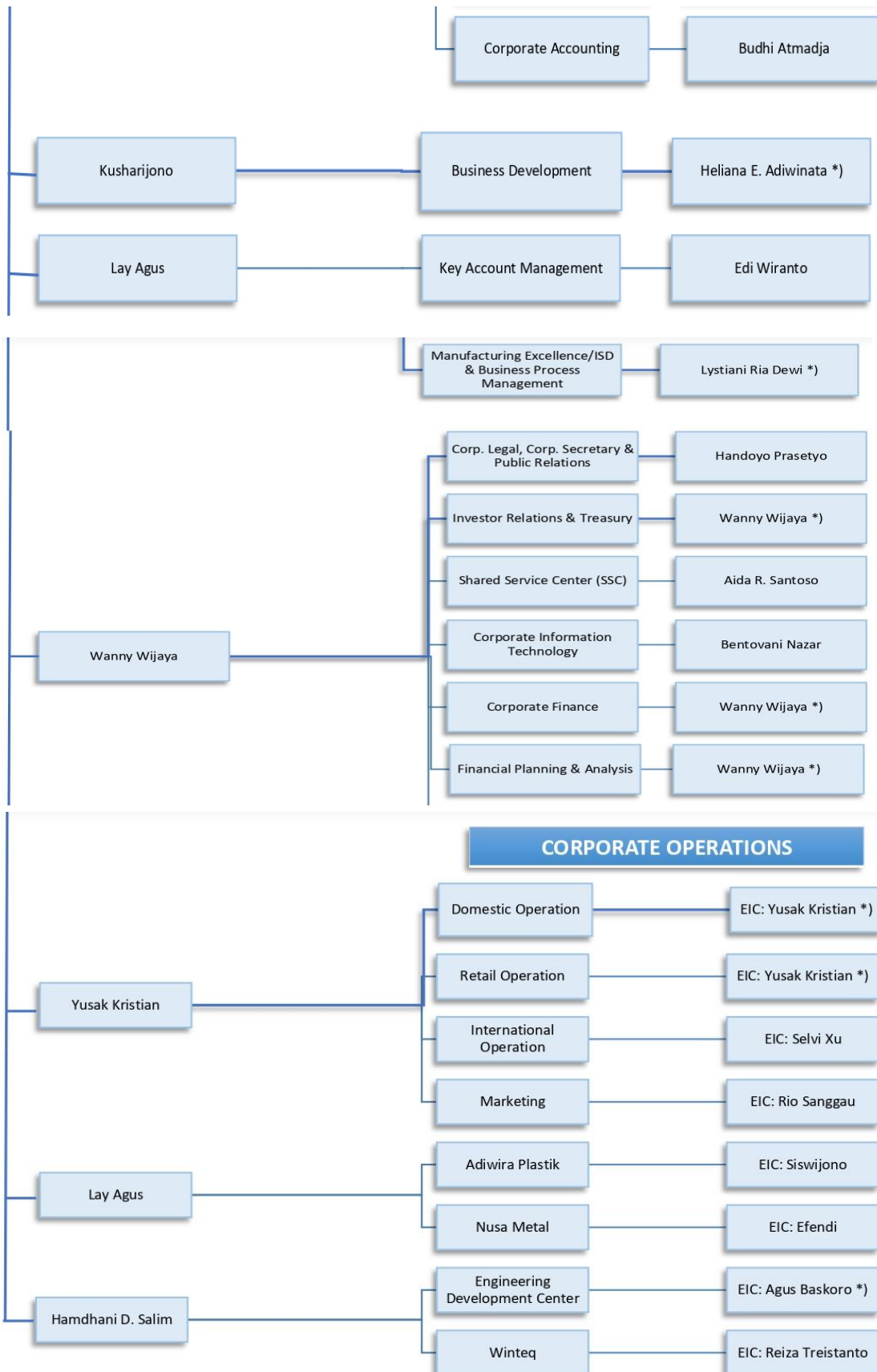
2.11 Struktur Organisasi PT. Astra Otoparts

Mekanisme formal yang mengandung unsur spesialisasi kerja, standarisasi, sentralisasi atau desentralisasi, koordinasi pada pembuatan keputusan satuan kerja merupakan fungsi dari penjabaran struktur organisasi Handoko (2003:169)

Gambar 2.2

Struktur Organisasi PT Astra Otoparts





2.11.1 Job Description pada PT Astra Otoparts

1. Stakeholders

Tugas :

Stakeholder memiliki tugas sebagai pemegang saham dan berhak untuk melakukan evaluasi terhadap kinerja Dewan Komisaris dan Direksi. Tindakan strategis yang ada pada perusahaan serta tindakan korporasi merupakan tugas dari stakeholders untuk mengambil bagaimana keputusan yang akan diperoleh.

Wewenang :

Kekuasaan tertinggi merupakan wewenang dari stakeholders yang dapat mengangkat serta memberhentikan anggota Dewan Komisaris dan Direksi. Setiap perubahan anggaran dasar dapat dijalankan jika stakeholders telah memberikan persetujuan.

2. Board of Commisioners

Tugas :

Sebagai Board of Commisioners, tugas untuk memeriksa bagaimana keadaan keuangan perusahaan merupakan bagian dari struktur. Keadaan keuangan yang lancar akan mendorong suatu perusahaan yang akan berjalan lebih maju lagi ditambah dengan setiap kegiatan di dalam perusahaan, boar of commissioners berhak untuk melakukan pengawasan terhadap kegiatan yang telah ditetapkan.

Wewenang :

Laporan yang berasal dari bawahan jika teradapat kesalahan, board of commissioners dapat meminta penjelasan untuk setiap laporan yang telah diberikan, apabila terjadi kesalahan atas laporan tersebut maka board of commissioners berhak untuk menegur. Kebijakan dan setiap perumusan tujuan yang ada di dalam perusahaan secara keseluruhan merupakan wewenang dari board commissioners.

3. Board of Director

Tugas :

Kebijakan dan kegiatan operasional yang telah ditetapkan oleh Dewan Komisaris atau seperti sering disebut Board of Commisioners dilaksanakan oleh Board Of Director yang dimana tugas tersebut antara lain seluruh kekayaan perusahaan di urus dan diawasi oleh board director, menyelenggarakan pemilihan pegawai untuk tingkat manajer serta memberitahukan kepada Dewan Komisaris tentang laporan tahunan.

Wewenang :

Surat keluar yang memiliki sifat prinsipil serta surat intern ditandatangani oleh Board Of Director. Perusahaan memiliki setiap peraturan untuk mengatur jalannya sistem untuk mendukung kemajuan namun ketika karyawan melanggar atau tidak mematuhi maka board of director memiliki wewenang untuk memberhentikan karena karyawan dianggap tidak memiliki kontribusi untuk memajukan perusahaan. Board of director juga memiliki wewenang untuk menegur karyawan jika terdapat kejanggalan atas laporan yang diberikan.

4. Audit comitte

Tugas :

Laporan keuangan di dalam perusahaan diberikan dengan jadwal yang berperiodik berdasarkan prinsip akuntansi dan kaidah peraturan yang berlaku dimana hal ini akan dievaluasi oleh audit comitte. Perusahaan juga memiliki beberapa hal yang berhubungan dengan audit comitte antara lain setiap kegiatan yang dilaksanakan akan dinilai dan diawasi oleh Unit Audit Internal, memberi rekomendasi untuk setiap yang berhubungan dengan proses pengendalian internal, selalu memberikan kajian untuk independensi dan kompetensi auditor eksternal atas kesesuaian ruang lingkup dan honorarium serta audit eksternal. Audit comitte juga melakukan penjabaran atas setiap tugas dan tanggungjawab untuk tahun buku yang berhubungan sesuai dengan kebutuhan auditor eksternal.

Wewenang :

Audit comitte memiliki wewenang untuk mengakses setiap catatan, dana perusahaan, asset perusahaan, karyawan dan sumber pada perusahaan lainnya yang berhubungan dengan tugas audit comitte memiliki akses yang tidak terbatas.

5. President Director

Tugas :

Setiap perusahaan memiliki banyak ketetapan untuk menjalankan roda bisnis dengan tujuan yang lebih baik. Ketetapan tersebut dilaksanakan juga oleh President director yang memiliki beberapa tugas antara lain untuk memimpin seluruh komite dan dewan, sebagai perwakilan yang bertindak dalam hubungannya antar dunia luar, memimpin rapat umum yang ada pada perusahaan dengan tujuan untuk meninjau kepastian jalannya tata tertib dengan baik, memastikan setiap masalah telah dialokasikan secara tepat terhadap masalah yang ada, menyimpulkan dan menjelaskan setiap tindakan dan kebijakan. President director juga memiliki kerjasama dengan MD dan CEO untuk menawarkan imajinasi dan visi pada tingkat yang

paling tinggi serta menentukan komposisi juga memainkan bagian terkemuka dari sub-komite dan board. Hal ini akan mendukung tercapainya efektifitas serta keselarasan.

6. Corporate Operations

Pengembangan lingkungan, pembiayaan atas sumber daya manusia untuk operasional pada perusahaan, penyediaan sarana dan prasarana dalam mendorong perkembangan operasional kebun merupakan tanggungjawab dari corporate operations serta memiliki tanggungjawab kepada General Affairs dan Direktur Human Resources.

2.12 Identitas Responden

Identitas responden digunakan untuk mengetahui informasi yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti. Pada penelitian ini, responden yang digunakan adalah karyawan PT Astra Otoparts divisi Finance Accounting.

Sampel yang digunakan yaitu sebanyak 44 karyawan yang memiliki perbedaan dari beberapa faktor yang berbeda-beda. Faktor tersebut dapat berasal dari jenis kelamin responden, usia responden, pendidikan responden, serta waktu bekerja yang telah ditempuh oleh responden. Penilaian yang akan diberikan terhadap responden tentang penggunaan Teknologi Informasi, Manajemen Pengetahuan dan Kinerja Karyawan akan berbeda karena perbedaan faktor yang mempengaruhi setiap responden.

2.12.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin pada karyawan PT Astra Otoparts dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk menentukan jenis pekerjaan yang dipilih untuk dilaksanakan.

Berdasarkan dari data yang diperoleh dari kuesioner, maka telah disajikan gambaran karyawan PT Astra Otoparts yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin seperti berikut:

Tabel 2.2
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki – Laki	13	29,5
2.	Perempuan	31	70,5
Jumlah		44	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 2.2 di atas dapat diketahui bahwa sebanyak 70,5% merupakan responden berjenis kelamin perempuan yang bekerja di PT Astra Otoparts. Jumlah responden berjenis kelamin laki-laki memiliki Persentase sebesar 29,5%. Jumlah karyawan yang bekerja di PT Astra Otoparts adalah mayoritas berjenis kelamin perempuan.

2.12.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Identitas responden berdasarkan usia memiliki tujuan untuk mengetahui usia responden yang bekerja di PT Astra Otoparts. Satuan waktu usia dapat dijadikan sebagai alat ukur untuk melihat waktu keberadaan suatu benda maupun makhluk dan usia dapat mengindikasikan usia mental dan biologis yang dimiliki seseorang. Di bawah ini telah disajikan mengenai data responden berdasarkan usia.

Tabel 2.3
Identitas Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	20 – 26 tahun	27	61,4
2.	27 - 33 tahun	10	22,7
3.	34 – 40 tahun	4	9,1
4.	41 – 47 tahun	1	2,3
5.	48 – 54 tahun	2	4,5
Jumlah		44	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Tabel 2.3 diatas menunjukkan karakteristik responden berdasarkan usia, responden dengan frekuensi tertinggi ada 27 orang dengan nilai presentasi 61,4% di usia 20-26 tahun dan responden dengan frekuensi terendah ada 2 orang dengan nilai presentasi 4,5% di usia 48-54 tahun.

2.12.3 Identitas Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Proses belajar dalam bekerja sesuai jenis pekerjaan yang telah dipilih dipengaruhi oleh jenjang pendidikan. Tingkat pendidikan yang ditempuh akan mempengaruhi standar jenis pekerjaan yang dimiliki. Penelitian ini menggunakan jenjang pendidikan terakhir yang dimiliki oleh responden. Di bawah ini telah disajikan mengenai data responden jenjang pendidikan.

Tabel 2.4
Identitas Responden Jenjang Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	SMA / Sederajat	5	11,4
2.	Diploma 3 (D3)	9	20,5
3.	Strata I (SI)	30	68,2
Jumlah		44	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Tabel 2.4 diatas menunjukkan tingkat pendidikan responden yang merupakan karyawan PT Astra Otoparts mayoritas/tertinggi ada 30 responden yang memiliki gelar sarjana (S-1)

dengan persentasenya sebesar 68,2%. Nilai frekuensi terendah ada 5 responden yang memiliki tingkat pendidikan SMA dengan persentasenya sebesar 11,4%.

2.12.4 Identitas Responden Berdasarkan Lama Bekerja

Identitas responden berdasarkan masa bekerja memiliki tujuan untuk mengetahui berapa lama responden bekerja di PT Astra Otoparts. Lamanya seseorang memiliki masa kerja pada suatu instansi maupun organisasi dapat dihitung sejak pertama kali bekerja. Responden yang telah memiliki masa kerja yang lama maka akan lebih banyak pengalaman yang dimiliki. Di bawah ini telah disajikan mengenai data responden berdasarkan masa bekerja.

Tabel 2.5
Identitas Responden Lama Bekerja

No.	Masa Kerja	Frekuensi	Persentase (%)
1.	1 s/d 5 Tahun	31	70,5
2.	6 s/d 10 Tahun	6	13,6
3.	11 s/d 20 Tahun	5	11,4
4.	> 20 Tahun	2	4,5
Jumlah		44	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Tabel 2.5 diatas menunjukkan bahwa responden yang memiliki masa kerja terlama yaitu >20 tahun dengan frekuensi 2 orang saja sebesar 4,5%, sedangkan masa kerja responden yang memiliki jangka waktu sekitar 1 sampai 5 tahun dengan frekuensi 31 orang adalah 70,5%.