

BAB II

DESKRIPSI OBYEK DAN WILAYAH PENELITIAN

A. Profil PT. Astra Graphia Tbk

PT. Astra Graphia Tbk adalah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan, jasa konsultasi, jasa kontraktor peralatan dan perlengkapan kantor, teknologi informasi, telekomunikasi, dan perindustrian. Astra Graphia berfokus menyediakan solusi dan jasa pada bidang *Document, Information & Communication Technology* (DICT) dengan dua segmen usaha yang saling melengkapi satu dengan lainnya, yaitu Solusi Dokumen dan Solusi Teknologi Informasi dan Komunikasi. Segmen usaha Solusi Dokumen dikelola langsung oleh Astra Graphia dengan partner utama Fuji Xerox Co., Ltd., Jepang dan AXI. Segmen usaha Solusi Teknologi Informasi dan Komunikasi dijalankan oleh AGIT (Annual Report PT. Astra Graphia Tbk, 2019).

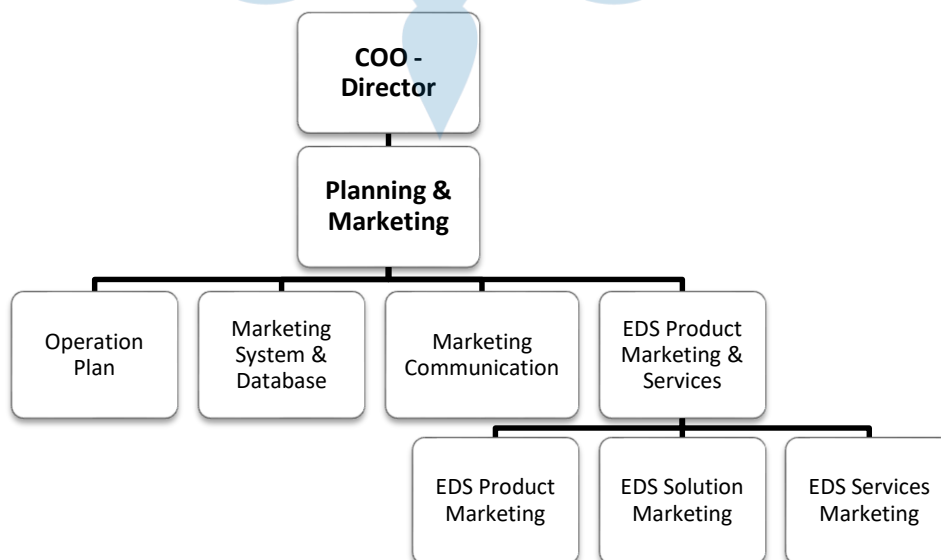
PT. Astra Graphia Tbk merupakan distributor eksklusif dari merek Fuji Xerox, yang memasarkan mesin foto-copy, *printer* dan *scanner*. Astra Graphia juga memiliki outlet untuk menangani percetakan dengan nama Xprint. Segmen usaha Solusi Dokumen menyediakan jenis produk dan layanan berbasis perangkat keras (*hardware-based services*) menjadi layanan berbasis solusi (*solution-based services*) dan teknologi informasi (Annual Report PT. Astra Graphia Tbk, 2019).

B. Visi dan Misi PT. Astra Graphia Tbk

Sebagai perusahaan yang bergerak pada bidang penyediaan alat-aat kantor dan dokumen, PT. Astra Graphia Tbk berpegang pada visi dan misi dibawah ini yang menjadi arah dan tujuan PT. Astra Graphia Tbk dalam menjalankan bisnis (Document Solutions n.d.) :

1. Visi PT. Astra Graphia Tbk :
Menjadi Mitra Pilihan Pelanggan dalam Solusi Dokumen
2. Misi PT. Astra Graphia Tbk :
 - a. Menyediakan Jasa Layanan yang Berkualitas dan Solusi Dokumen Berwarna
 - b. Menginspirasi Strategi Bisnis Pelanggan melalui Proses dan Sistem yang Berkualitas.

C. Struktur Organisasi Perusahaan



Bagan 2: Struktur Organisasi Divisi Planning & Marketing PT. Astra Graphia Tbk

(Sumber: Dokumen Internal PT. Astra Graphia Tbk)

Astra Graphia memiliki struktur organisasi dengan pembagian divisi-divisi yang jelas. Tiap divisi membawahi departemen-departemen yang berbeda pula. King Iriawan Sutanto adalah *Chief Operating Officer* (COO) dari Astra Graphia Document Solutions. COO membawahi 8 divisi, salah satunya yaitu divisi planning & marketing. Divisi planning & marketing bertanggung jawab dalam merencanakan kegiatan pemasaran yang berkaitan dengan komunikasi produk dan juga pemasaran jasa dan solusi. Divisi ini juga bertanggung jawab mengumpulkan data apabila ada keperluan memperbaharui atau mengembangkan produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Divisi planning & marketing dikepalai oleh Rudy Sunarto sebagai penanggung jawab. Pada divisi planning & marketing, terdapat 4 departemen yang terdiri dari operation plan, marketing system & database, *marketing communication*, dan EDS marketing & services. Masing-masing departemen memiliki peranan yang berbeda-beda dalam mendukung kegiatan pemasaran.

Departemen *marketing communication* dikepalai oleh Fitri Yuliani. Departemen ini baru dibentuk pada tahun 2015. Sebelumnya, tidak ada departemen yang secara khusus berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Namun dikarenakan departemen pemasaran produk membutuhkan kegiatan promosi yang secara khusus dikelola oleh tim tertentu, maka terbentuklah departemen *marketing communication*. Departemen *marketing communication* bekerja secara tim yang memiliki tanggung jawab pada bidang yang berbeda-beda. *Marketing communication* terdiri atas event marketing, digital marketing, dan public relations. Tanggung jawab utama yang dilaksanakan oleh departemen *marketing*

communication meliputi perencanaan kegiatan komunikasi pemasaran, *monitoring* pelaksanaan kegiatan promosi, hingga melakukan evaluasi kegiatan komunikasi pemasaran. Divisi ini juga memastikan pertumbuhan penjualan, pembeli, citra, serta relasi konsumen yang sesuai dengan target komunikasi pemasaran. Selain itu, divisi *marketing communication* bertanggung jawab atas penyediaan konten, desain visual, membuat *invitation event* serta mengelola media sosial Astra Graphia.

D. Fuji Xerox

Xerox adalah perusahaan multinasional yang secara global melayani jasa solusi dokumen. Xerox selama ini telah mengembangkan, memproduksi hingga memasarkan mesin fotokopi, *printer*, *scanner*, *workstation*, produk faksimili, *software* serta perangkat pendukung lainnya di lebih dari 130 negara. Xerox memulai bisnisnya pada tahun 1959. Pada tahun tersebut Xerox meluncurkan mesin fotokopi kertas polos otomatis pertama yang berlabel Xerox 914.

Landscape bisnis Xerox mengalami berbagai perubahan. Pada tahun 1962, nama Xerox berafiliasi dengan perusahaan Fuji Film dari Jepang. Hal ini mengubah nama Xerox menjadi Fuji Xerox. Pada kawasan Asia Pasifik, lini bisnis Fuji Xerox berfokus pada produksi dan pemasaran mesin cetak, seperti mesin fotokopi, *scanner*, *printer*, *office multifunction* dan perangkat pendukung lainnya (Astragraphia Document Solutions, 2019).

Merujuk pada Astragraphia Document Solutions (2019), bisnis Fuji Xerox mengalami ekspansi dan memasuki Indonesia pada tahun 1971. Didorong dengan

adanya kedekatan hubungan antara pemilik Astra Internasional, William Suryadjaya dan Fuji Xerox, Mr. Yotaro Kobayashi (Tony Kobayashi), Fuji Xerox pun masuk di Indonesia sebagai salah satu lini bisnis dibawah payung perusahaan Astra Internasional. Sejalan dengan bisnis yang terus berkembang di Indonesia, Fuji Xerox pun menjadi bagian dari PT Astra Graphia Tbk pada tahun 1976.

E. Logo PT. Astra Graphia Tbk



Gambar 1: Logo PT. Astra Graphia Tbk
(Sumber: Annual Report tahun 2019)

Logo Astra Graphia yang digunakan saat ini merupakan transformasi yang kelima dari simbol perusahaan sejak diluncurkan pada tahun 2000. Huruf “g” pada logo Astra Graphia, divisualisasikan dengan tanda grafis yang merepresentasikan ketidakterbatasan inovasi serta solusi *end to end* yang dihadirkan Astragraphia untuk pelanggan. Logo Astra Graphia menggunakan warna burgundi. Burgundi digunakan sebagai wujud kekayaan rona dari warna merah yang memiliki makna kekuatan dan menginterpretasikan sebuah kecanggihan (Annual Report PT. Astra Graphia Tbk, 2019).

Penggunaan warna burgundi pada logo Astra Graphia diharapkan dapat menunjukkan kekuatan perusahaan dan mencerminkan pengalaman yang kaya dalam memberikan pelayanan kelas dunia, mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman, dan mampu memanfaatkan teknologi informasi secara utuh

dan terintegrasi untuk memberikan inovasi bisnis kepada pelanggan. Penggunaan warna burgundi pada logo serta simbol grafis “g” melambangkan ketidakterbatasan inovasi, membawa harapan Astra Graphia dalam menyampaikan *brand promise* perusahaan sebagai *The Indispensable e-Partner* atau mitra IT yang sangat dibutuhkan (Annual Report PT. Astra Graphia Tbk, 2019).



BAB III

PEMBAHASAN

A. Temuan Data

Pada bab ini akan dipaparkan hasil temuan data dan analisis data yang didapatkan melalui wawancara mendalam dan studi dokumen. Wawancara dilakukan dengan dua narasumber dari departemen *marketing communication* PT. Astra Graphia Tbk. Adapun yang menjadi subjek penelitian adalah Fitri Yuliani sebagai kepala departemen *marketing communication* dan Indriyani Trisnowiyanti sebagai Tim Event Marketing yang merupakan bagian dari departemen *marketing communication*. Wawancara dilakukan sebanyak dua kali pada tanggal 9 April 2021 dan 3 Juni 2021 melalui aplikasi *online meeting* Zoom. Kemudian studi dokumen dilakukan menggunakan sumber cetak seperti majalah, buku, dan surat kabar. Sumber berikutnya berasal dari sumber digital yang meliputi media sosial, situs resmi, video, *newsletter*, *press release* serta sumber lainnya yang dapat mendukung penelitian terkait strategi komunikasi pemasaran terpadu PT. Astra Graphia Tbk. Berikut adalah hasil temuan data peneliti:

1. Mempelajari dan Memperhatikan Target Pasar PT. Astra Graphia Tbk

Tim *marketing communication* Astra Graphia terlebih dahulu mempelajari pasar yang menjadi target perusahaan. Proses ini merupakan langkah awal yang dilakukan tim *marketing communication* sebelum kemudian menentukan seluruh keputusan komunikasi pemasaran di Astra Graphia. Berdasarkan data yang diperoleh, proses identifikasi pasar dilakukan oleh manajemen puncak. Hasil keputusan ini menjadi landasan seluruh pengambilan keputusan komunikasi