

Perubahan budaya organisasi PT.ATP dalam menghadapi era perdagangan bebas

Irwan Dewanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=95981&lokasi=lokal>

Abstrak

PT. ATP adalah sebuah holding company di bidang manufaktur dan trading komponen kendaraan bermotor. Dalam memasarkan produknya PT. ATP memiliki dua segmen pasar, yaitu Original Equipment Market (OEM) yang memasok spare parts ke produsen kendaraan roda dua maupun roda empat dan pasar Replacement Market (REM) atau disebut juga after market, yang memasok langsung ke end-user melalui jaringan retail. Pada jaringan retail di pasar REM tersebut PT. ATP bertindak sebagai produsen dan distributor.

Setelah era perdagangan bebas, pasar OEM mendapatkan tekanan karena perusahaan harus menekan biaya produksi yang disebabkan adanya trend mobil murah dan kenaikan biaya BBM yang mengakibatkan daya beli masyarakat melemah. Hal ini membuat margin laba di pasar OEM semakin tipis.

Salah satu strategi bisnis perusahaan untuk bertahan hidup adalah memaksimalkan penjualan di pasar REM yang mampu memberikan profit yang lebih besar. Untuk meningkatkan penjualan sekaligus menghadapi serangan spare parts Cina yang murah, top manajemen memutuskan untuk merambah bisnis retail untuk memangkas jalur distribusi sehingga harga produk bisa sampai ke konsumen dengan harga lebih murah, kualitas yang sama dan lebih cepat.

Dalam rangka membuat jaringan retail yang kuat di alam Indonesia tersebut, PT. ATP melakukan reorganisasi dengan menugaskan karyawan yang selama ini bekerja di kantor pusat untuk membuka dan memimpin cabang sales dan logistik di seluruh Indonesia. Tentu saja diperlukan adanya perubahan budaya perusahaan karena adanya perluasan bidang bisnis tersebut. Karena selama ini karyawan PT. ATP tidak terbiasa untuk berhubungan langsung dengan konsumen sehingga mereka juga tidak terbiasa untuk melayani dan peka terhadap kebutuhan konsumen.

TA ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi pemecahan masalah kepada manajemen PT. ATP dalam rangka merubah budaya perusahaan. Perubahan budaya perusahaan tersebut sangat diperlukan untuk mendukung keberhasilan reorganisasi PT. ATP tersebut.