

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat AHASS

AHASS atau astra honda authorized service station adalah Perusahaan bengkel resmi kendaraan bermotor honda yang dimiliki oleh PT astra international yang awalnya didirikan oleh bapak moch muchlisin dan diberi kepercayaan oleh pt Astra international tbk untuk menjadi bengkel resmi. Pada tahun 2000 PT Federal Motor dan beberapa anak perusahaan di merger menjadi satu dengan nama PT Astra Honda Motor, yang komposisi kepemilikan sahamnya menjadi 50% milik PT Astra International Tbk dan 50% milik Honda Motor Co. Japan.

Saat ini PT Astra Honda Motor memiliki 3 fasilitas pabrik perakitan, pabrik pertama berlokasi Sunter, Jakarta Utara yang juga berfungsi sebagai kantor pusat. Pabrik ke dua berlokasi di Pegangsaan Dua, Kelapa Gading, serta pabrik ke 3 yang berlokasi di kawasan MM 2100 Cikarang Barat, Bekasi. Pabrik ke 3 ini merupakan fasilitas pabrik perakitan terbaru yang mulai beroperasi sejak tahun 2005. (Astrahondamotor.com)

2.2 Visi dan Misi

Setiap Perusahaan memiliki visi dan misi untuk mencapai kesuksesan melalui visi dan misi, Perusahaan dapat mengetahui kearah mana Perusahaan tersebut akan dibawa. Begitu pula dengan AHASS memiliki visi dan misi yang menjadi pedoman dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya untuk mencapai sukses. Berikut merupakan visi dan misi AHASS. (Astrahondamotor.com)

2.2.1 Visi Perusahaan

Visi merupakan serangkaian kalimat yang mengekspresikan tujuan dan harapan jangka Panjang suatu organisasi ataupun perusahaan (Wibisono 2006). Visi dapat memberikan tujuan datau arah kepada organisasi atau juga Perusahaan.Visi dari AHM itu sendiri adalah “ingin menjadi pemimpin pasar sepeda motor di Indonesia dan menjadi pemain kelas dunia, dengan mewujudkan impian konsumen, menciptakan kegembiraan bagi konsumen dan berkontribusi kepada masyarakat Indonesia”. (astrahondamotor.com)

2.2.2 Misi Perusahaan

Misi merupakan tujuan dan maksud jangka pendek, dapat berkisar antara 1 sampai 3 tahun. Misi dapat menggambarkan focus utama, nilai-nilai, serta prinsip-prinsip yang menjadi pedoman dari keberlangsungan bisnis suatu perusahaan. Misi dari Ahass yaitu menciptakan solusi mobilitas bagi masyarakat dengan produk dan pelayanan terbaik. (astrahondamotor.com)

2.3 Logo Perusahaan

Logo adalah simbol dari suatu organisasi kelompok dan bisa juga perorangan yang mencerminkan makna atau pesan yang ingin disampaikan dari kelompok atau organisasi tersebut. Logo sama dengan identitas, maka dari itu dalam pembuatannya tidak boleh sembarangan, karena pada logo yang baik akan mencerminkan kesan yang baik juga terhadap pemiliknya. (astra-hondamotor.com)



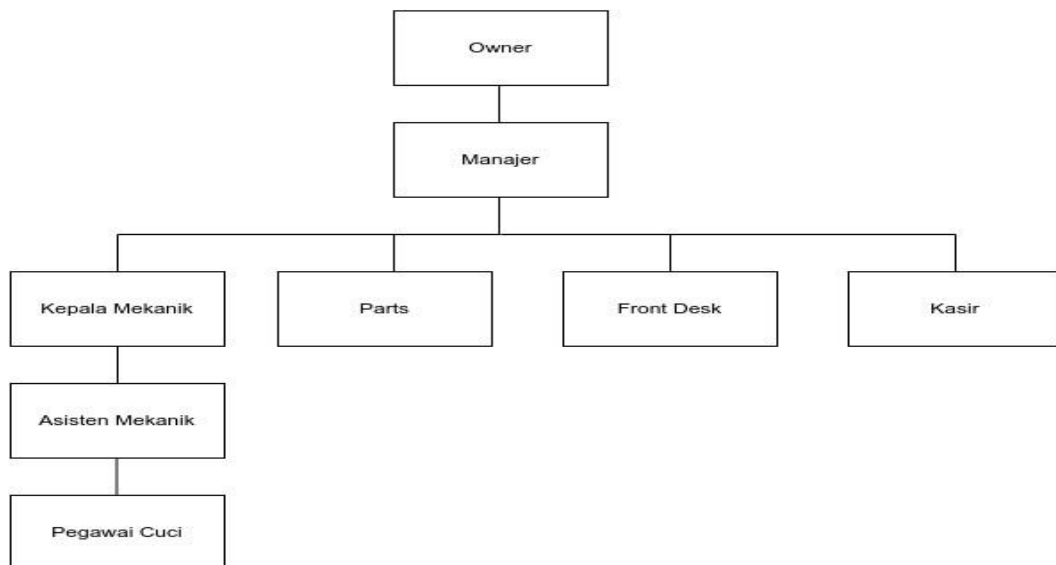
Gambar 2. 1 Logo AHASS

Sumber: astrahondamotor.com, 2024

2.4 Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan

2.4.1 Struktur Organisasi AHASS

Struktur organisasi adalah Gambaran yang mewawkili jenis organisasi, wewenang resmi, jabatan departemen, bidang dan hubungan kerja, garis komando, rentang kendali, serta system kepemimpinan organisasi.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi AHASS Naga Sakti

Sumber: AHASS Naga Sakti, 2024

2.4.2 Deskripsi Jabatan AHASS

Berdasarkan bagian struktur organisasi diatas, terlihat sesuatu pembagian kerja sangat jelas dalam perusahaan, Berikut penjelasan mengenai jobdesk setiap jabatan (AHASS Naga Sakti, 2024):

a. Owner

Memberikan dana dan mengatur aktivitas manajemen

b. Manajer

Bertanggung jawab atas jalannya operasional bengkel

c. Kepala mekanik

Penanggung jawab atas kinerja yang dilakukan mekanik, asisten mekanik, dan juga pegawai cuci

d. Parts di Gudang

Bertanggung jawab atas keluar masuknya parts

e. Front desk

Bertanggung jawab membuat laporan kerja pada pelanggan

f. Kasir

Bertanggung jawab kepada setiap transaksi penjualan

g. Mekanik

Bertugas melakukan service kepada motor

h. Asisten mekanik

Membantu mekanik memperbaiki motor

i. Pegawai cuci

Melakukan cuci motor setelah dilaksanakannya service

2.5 Bidang Usaha

AHASS Naga Sakti Semarang bergerak pada bidang perawatan kendaraan bermotor yang layanan utamanya adalah menyediakan servis kendaraan bermotor honda serta macam-macam part motor honda.

2.6 Gambaran SDM AHASS Naga Sakti Semarang

Tujuan dari penyajian gambaran SDM adalah untuk memberikan pemahaman menyeluruh mengenai kondisi dan dinamika tenaga kerja yang dapat mempengaruhi operasi dan keberhasilan organisasi. Berikut merupakan identitas dari AHASS Naga Sakti:

Nama Perusahaan : AHASS

Alamat : Jl. Ngesrep Tim. V No.75, Sumurboto, Kec. Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah 50269

Instagram : ahass_nagasakti

Pada perusahaan AHASS Naga Sakti terdapat 10 karyawan, berikut merupakan rincian SDM pada perusahaan AHASS Naga Sakti.

Tabel 2. 1 Jenis Kelamin SDM AHASS Naga Sakti

NO	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase(%)
1	Laki-laki	9	90
2	Perempuan	1	10
	Jumlah	10	100

Sumber:Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel jenis kelamin diatas menunjukan lebih dominan SDM laki-laki. Hal ini dikarenakan laki-laki lebih kuat secara fisik dan memiliki pengalaman lebih terkait perbaikan sepeda motor.

Tabel 2. 2 Tabel Usia SDM AHASS Naga Sakti

NO	Usia	Frekuensi	Persentase(%)
1	18-24	3	30
2	25-31	4	40
3	32-38	2	20
4	39-45	1	10
	Jumlah	10	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan usia paling dominan sumber daya AHASS pada rentang 25 – 31 tahun yaitu sebanyak 4 orang. Menurut (Kemenkes, 2017) usia 15 – 64 tahun masih termasuk usia produktif. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas karyawan di perusahaan AHASS adalah individu yang berusia muda dan berada pada rentang usia produktif. Faktor ini juga bisa disebabkan oleh semangat kerja yang tinggi, kemampuan adaptasi yang cepat, dan keterbukaan terhadap masukan dari orang lain.

Tabel 2. 3 Tabel Pendidikan Terakhir SDM AHASS Naga Sakti

NO	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase(%)
1	SMA/SMK	6	60
2	D3	2	20
3	S1	2	20
	Jumlah	10	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas menyatakan bahwa sebagian besar karyawan perusahaan AHASS memiliki pendidikan SMA/SMK yaitu sebanyak 6 orang lalu diikuti dengan D3 dan S1 masing-masing sebanyak 2 orang. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar karyawan di perusahaan AHASS memiliki tingkat pendidikan menengah ke atas.

2.7 Gambaran Umum Layanan AHASS Naga Sakti Semarang

Berikut merupakan layanan-layanan dari AHASS Naga Sakti Semarang:

2.7.1 Layanan Servis

Tabel 2. 4 Layanan Servis Kendaraan Bermotor AHASS Naga Sakti

NO	Jenis Motor	Harga
1	Honda CUB 100 CC	Rp.47.500
2	Honda Supra X 125 Series	RP.60.000
3	Honda Beat/Scoopy/Spacy/Vario	Rp.55.000
4	Honda Revo 110	Rp.50.000
5	Honda WIN	RP.55.000
6	Honda GL Pro	Rp.55.000
7	Honda Mega Pro	Rp.70.000
8	Honda Tiger	Rp.85.000
9	Honda Phantom	Rp.85.000
10	Honda CS1	Rp.70.000
11	Honda NSR	Rp.100.000

Sumber: AHASS Naga Sakti Semarang, 2024

2.8 Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk menggambarkan identitas objek penelitian yang menjadi sampel penelitian. Dalam sub bab ini, disajikan data identitas responden berdasarkan beberapa kriteria. Responden yang digunakan pada penelitian berjumlah 100 orang dan merupakan konsumen AHASS Naga Sakti Semarang.

2.8.1 Responden Berdasarkan Umur

Usia merupakan suatu hal yang mampu memengaruhi tingkat kesiapan seseorang dan juga memengaruhi jawaban yang terdapat dalam sebuah penelitian (Mirriam-Webster, 2015). Tabel berikut menyajikan data berdasarkan usia pada responden yang terlibat dalam penelitian ini.

Tabel 2. 5 Tabel Identitas Responden Berdasarkan Umur

NO	Umur	Jumlah	Persentase(%)
1	15-21	11	11
2	22-28	64	64
3	29-35	22	22
4	36-42	2	2
5	43-50	1	1
Total		100	100

Sumber: Data Primer diolah. 2024

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa mayoritas responden terletak pada kelompok usia 22-28 tahun yang berjumlah 64 responden atau senilai 64%. Pada posisi kedua terdapat kelompok usia 29-35 tahun sejumlah 22 responden atau senilai 22%. Hal ini dapat diartikan bahwa kebanyakan konsumen AHASS Naga Sakti Semarang adalah anak muda dibawah usia 30 tahun.

2.8.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin dipakai untuk memahami karakteristik responden yang terbagi atas laki-laki dan perempuan. Tabel berikut menunjukkan responden dikategorikan berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 2.2 Tabel Responden berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase(%)
1	Laki-laki	56	56
2	Perempuan	44	44
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, didapati mayoritas responden memiliki jenis kelamin laki-laki yang berjumlah 56 responden dengan persentase 56%. Adapun untuk jenis kelamin perempuan memiliki jumlah sebesar 44 responden dengan

persentase 44%. Informasi yang didapat dapat menunjukkan bahwa laki-laki yang lebih sering melakukan perbaikan sepeda motornya dibandingkan perempuan.

2.8.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan adalah tindakan atau proses mendidik atau dididik yang dihasilkan dari proses jenjang pendidikan (Mirriam-Webster, 2015). Berikut adalah data responden berdasarkan pendidikan terakhir:

Tabel 2. 6 Tabel Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

NO	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase(%)
1	SD	0	0
2	SMP	2	2
3	SMA	48	48
4	Sarjana/Diploma	39	39
5	Pasca Sarjana	11	11
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, didapati mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA dengan jumlah 48 responden atau senilai 48%. Sementara tingkat pendidikan terakhir diploma/sarjana berjumlah 39 responden dengan persentase 39%.

2.8.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan adalah usaha seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan posisi, tugas, peran, atau fungsi tertentu (Mirriam-Webster, 2015). Berikut adalah data responden berdasarkan pekerjaan:

Tabel 2. 7 Tabel Responden Berdasarkan Pekerjaan

NO	Pekerjaan	Jumlah	Persentase(%)
1	TNI/POLRI	8	8
2	PNS	16	16
3	Pegawai Swasta	20	20
4	Wiraswasta	20	20
5	Pelajar/Mahasiswa	35	35
6	Lainnya	1	1
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel, didapati mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa dengan jumlah 35 responden dan persentase sebesar 35%. Adapun untuk pekerjaan “Lainnya” berjumlah 1 orang dengan persentase 1% dimana 2 konsumen memiliki pekerjaan sebagai PNS,TNI/POLRI serta konsumen yang memiliki pekerjaan pegawai swasta dan wiraswasta memiliki jumlah yang sama yakni 20 konsumen dengan persentase 20%.

2.8.5 Konsumen Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Penghasilan per bulan pada penelitian menjelaskan penghasilan rata-rata per bulan yang diperoleh responden. Tabel berikut menunjukkan responden dikategorikan berdasarkan penghasilan per bulan:

Tabel 2. 8 Tabel Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

NO	Pendapatan Per Bulan	Jumlah	Persentase(%)
1	≤Rp2.000.000	39	39
2	>Rp2.000.000-Rp3.500.000	33	33
3	>Rp3.500.000-Rp5.000.000	21	21
4	>Rp5.000.000	7	7
	Total	100	100

Sumber:Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, didapati responden memiliki tingkat penghasilan per bulan yang berbeda-beda. Sebesar 39% atau sejumlah 39 responden

berpenghasilan per bulan sebesar $\leq$ Rp. 2.000.000. Kemudian sebesar 33% atau sejumlah 33 responden memiliki penghasilan $>$ Rp. 2.000.000 s/d Rp. 3.500.000 per bulan.

2.8.6 Konsumen Berdasarkan Frekuensi Pembelian Ulang Dalam Kurun Waktu 1 Tahun Terakhir

Peneliti menggunakan frekuensi pembelian ulang untuk mengetahui seberapa banyak reponden yang melakukan pembelian ulang dalam kurun waktu 12 bulan. Tabel berikut menyajikan data responden yang dikelompokkan berdasarkan frekuensi pembelian ulang dalam 12 bulan terakhir.

Tabel 2. 9 Tabel Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Dalam 1 Tahun Terakhir

NO	Frekuensi Pembelian	Jumlah	Persentase(%)
1	1-2 kali	24	24
2	3-4 kali	44	44
3	5-6 kali	27	27
4	7-8 kali	5	5
	Total	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa mayoritas responden melakukan pembelian ulang sebanyak 3-4 kali dalam kurun waktu 12 bulan terakhir sejumlah 44 responden dan persentase sebesar 44%. Sementara responden yang melakukan pembelian ulang sebanyak 7-8 kali dalam kurun waktu 12 bulan terakhir berjumlah 5 responden atau senilai 5%.