

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. NASMOCO GOMBEL SEMARANG

2.1 Sejarah Perusahaan

PT Nasmoco merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan dan jasa otomotif. PT Nasmoco didirikan oleh Alm. A.H Budi pada tanggal 20 Agustus 1977. Nasmoco merupakan singkatan dari *New Asiatic Motor Company*. PT Nasmoco Gombel sendiri didirikan pada tanggal 3 Maret 2005 yang berlokasi di Jalan Setiabudi No. 22 Semarang. Saat ini, PT Nasmoco Gombel Semarang berada di bawah kepemimpinan Rachmat Dwi Asnanto. Sejak awal pendiriannya, PT Nasmoco Gombel mengalami perkembangan yang pesat. Perusahaan yang awalnya hanya menyediakan penjualan perlengkapan dan peralatan mobil, kini telah berkembang menjadi dealer resmi Toyota dengan berbagai layanan seperti penjualan kendaraan (*sales*), layanan servis (*service*), perbaikan bodi kendaraan (*body repair*), dan pengecatan bodi kendaraan (*body painting*). PT Nasmoco Gombel juga telah meraih sejumlah penghargaan, antara lain juara kedua dalam ajang *Best Brand Manager Contest* tingkat nasional serta masuk nominasi *Best Supervisor* se-Indonesia pada tahun 2007. Selain itu, perusahaan ini juga memperoleh penghargaan *Toyota Standards of Excellence for Customer Taste* pada Januari 2006, yang diberikan oleh Toyota atas keberhasilannya mencapai tingkat kepuasan pelanggan sesuai standar Toyota Jepang

PT Nasmoco merupakan anak perusahaan dari PT New Ratna Motor, yang merupakan salah satu dari lima jaringan utama PT Toyota Astra Motor. PT Nasmoco menjadi Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Toyota di Indonesia

dalam memasarkan produk Toyota untuk wilayah Jawa Tengah dan DIY melalui jaringan Nasmoco Group. PT New Ratna Motor didirikan pada tanggal 15 April 1961 oleh pimpinannya yaitu Agustinus Hardjo Budi dengan nama awalnya PT Ratna Dewi Motor. Perjalanan bisnis PT New Ratna Motor dimulai saat membeli sedan impor Toyota Tiara di Jakarta dan adanya pesanan oleh Pemerintah Daerah Tingkat Jawa Tengah sebanyak tujuh unit. Adanya respon positif dari masyarakat daerah Semarang mendorong perusahaan untuk mendatangkan produk Toyota lainnya. Pada Februari 1971, PT New Ratna Motor membeli sebuah bangunan milik CV Nasmoco di Jalan Pemuda No. 72. Kemudian pada tanggal 22 Desember 1971, PT New Ratna Motor mulai memanfaatkan bangunan tersebut sebagai *showroom* yang dilengkapi dengan bengkel dan fasilitas suku cadang yang lengkap. Pemanfaatan ini menjadi titik awal berdirinya PT Nasmoco Semarang.

Sebagai bentuk komitmen perusahaan untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, PT New Ratna Motor yang awalnya hanya fokus melakukan penjualan produk Toyota memutuskan untuk mendirikan Jasa Pelayanan Purna Tugas (*After Sales Service*). Langkah ini diambil sebagai respons dari peningkatan penjualan yang cukup tinggi, sehingga menuntut perusahaan untuk mengembangkan layanan pemeliharaan kendaraan. Seiring dengan berkembangnya usaha, pada tanggal 30 Agustus 1972 PT Ratna Dewi Motor ditunjuk sebagai dealer resmi utama (*Authorized Toyota Main Dealer*) PT Toyota Astra Motor untuk wilayah Jawa Tengah – Daerah Istimewa Yogyakarta. Kemudian, pada 22 Desember 1973 berganti nama menjadi PT New Ratna sebagai wujud transformasi dengan tujuan menciptakan perusahaan yang lebih responsif dan dinamis. Melalui

jaringan Nasmoco Group, PT New Ratna Motor memberikan pelayanan menyeluruh kepada pelanggan, tidak hanya dalam bentuk penjualan unit mobil, tetapi juga layanan purna jual seperti jasa bengkel (perbaikan kendaraan), penyediaan suku cadang (*spare part*), serta layanan pendukung seperti Nasmoco Kredit dan Nasmoco Proteksi yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam proses kepemilikan kendaraan Toyota

PT New Ratna Motor melalui jaringan Nasmoco Group, telah memiliki 22 cabang/*dealer* yang menyediakan layanan lengkap berupa penjualan kendaraan, servis, dan penyediaan *sparepart* (*VSP – Vehicle, Service, Parts*) yang tersebar di hampir seluruh kota-kota besar di wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. PT New Ratna Motor memiliki visi menjadi pelaku bisnis di bidang otomotif yang profesional, berkualitas, dan sebagai pemimpin di era global. Misi dari perusahaan yaitu peningkatan profesionalisme karyawan berbasis teknologi modern untuk memberikan kepuasan pelanggan dan menghasilkan keuntungan yang optimal bagi pemegang saham, terus berupaya meningkatkan kesejahteraan karyawan, serta ikut berperan dalam kepedulian lingkungan social. Selain itu, PT New Ratna Motor juga memiliki Catur Marga perusahaan yaitu: “Perusahaanku adalah sawah ladangku, Pembaharuan untuk kemajuan dilakukan, Hari ini saya harus lebih baik dari hari kemarin, dan Kemajuan perusahaan adalah kesejahteraan bagi karyawan”.

2.2 Visi Misi Perusahaan

Visi dan Misi merupakan syarat wajib bagi sebuah perusahaan/organisasi. Setiap perusahaan memiliki visi dan misi yang berbeda tergantung tujuan yang akan

dicapai oleh masing-masing perusahaan. Visi dan Misi perusahaan ini diperlukan karena menjadi landasan dasar bagi sebuah perusahaan dalam melakukan aktivitas bisnisnya serta sebagai pedoman perilaku di dalam perusahaan. Maka dari itu, PT Nasmoco memiliki Visi dan Misi, seperti:

2.2.1 Visi

Visi dari PT Nasmoco Semarang yaitu “Menjadi pelaku bisnis di bidang otomotif yang profesional berkualitas dan sebagai pemimpin pasar di era global”. Melalui visi ini, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan profesionalisme dalam pelayanan, meningkatkan kualitas produk, serta memperluas jangkauan bisnis tidak hanya di dalam negeri tetapi juga secara internasional, guna memperbesar pangsa pasar dan meningkatkan omzet penjualan.

2.2.2 Misi

Misi PT Nasmoco Semarang yaitu "Meningkatkan profesionalisme karyawan dengan berbasis teknologi modern untuk memberikan totalitas kepuasan pelanggan dan menghasilkan keuntungan yang optimal bagi para pemegang saham, terus berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan, serta ikut berperan dalam kepedulian lingkungan dan sosial”.

2.3 Budaya Organisasi

2.3.1 Budaya kerja 5S PT Nasmoco Gombel Semarang

Budaya perusahaan merupakan sistem makna bersama yang membedakan suatu organisasi dari organisasi lain (Robbins & Judge, 2016). Budaya perusahaan di PT Nasmoco Semarang untuk pelayanan adalah 5S, yaitu mengedepankan

pelayanan optimal dan memperhatikan keinginan serta kebutuhan pelanggan dan menempatkan pelanggan di urutan teratas. Adapun komponen 5S sebagai berikut:

a. Senyum

Karyawan diharuskan memberikan senyum hangat kepada pelanggan, dari mulai pelanggan masuk ke ruang *dealer*, *showroom*, atau perusahaan agar pelanggan merasa nyaman.

b. Sapa

Ketika pelanggan mulai memasuki pintu gerbang PT Nasmoco Gombel hingga ke semua ruangan yang ada di Nasmoco Gombel akan selalu disapa dengan sapaan yang ramah. Begitu juga sesama karyawan yang saling sapa ketika bertemu.

c. Salam

Salam dan menjabat tangan kepada pelanggan dilakukan untuk menunjukkan keakraban dan keramahan serta perhatian kepada pelanggan dan sesama karyawan.

d. Sopan

Bertutur kata dengan sopan dan ramah sebagai bentuk menghargai dan menghormati pelanggan serta menjaga nama baik perusahaan.

e. Santun

Berkelakuan santun kepada semua karyawan dan pelanggan untuk menjaga kepercayaan pelanggan.

2.3.2 Budaya kerja 5R Nasmoco Gombel Semarang

Selain itu, budaya perusahaan juga diterapkan pada *After Sales Section* untuk menunjang keberhasilan kegiatan pemeliharaan dan perawatan. Budaya perusahaan tersebut yaitu untuk menerapkan 5R:

a. Rawat

Rawat diartikan sebagai menjaga suatu sarana prasarana yang ada di PT Nasmoco Gombel Semarang agar tidak mengalami kerusakan dan memperbaiki jika ada yang rusak.

b. Ringkas

Ringkas diartikan sebagai tata ruang dimana penempatan perlengkapan dan peralatan yang teratur serta segala sesuatu yang dibutuhkan oleh karyawan dapat diambil dengan mudah dan cepat sehingga meningkatkan produktivitas karyawan PT Nasmoco Gombel Semarang.

c. Rapi

Pada PT Nasmoco Gombel Semarang, karyawan diwajibkan berpenampilan rapi, tempat kerja bersih, dan bekerja secara profesional agar dapat memberikan kesan yang baik bagi pelanggan.

d. Resik

Resik dimaksudkan menjaga kebersihan pada tempat kerja serta menjaga kebersihan peralatan di PT Nasmoco Gombel Semarang.

e. Rajin

Rajin diartikan sebagai kegiatan yang dikerjakan secara rutin, ikhlas, dan teliti oleh setiap karyawan agar membawa kebaikan dalam diri karyawan PT Nasmoco Gombel Semarang.

2.3.3 Budaya “Nasmoco Great”

Budaya perusahaan di PT. Nasmoco Gombel Semarang juga diserukan dalam Catur Marga. Budaya organisasi dimasukkan ke dalam slogan “Nasmoco Great” yang berisi sebagai berikut:

a. *Give Delight Experience*

Berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang melebihi ekspektasi dengan menonjolkan sikap kepedulian, responsive untuk membantu, dan berfokus pada customer.

b. *Respect for Others*

Berempati terhadap sesama dengan membangun kerjasama serta komunikasi terbuka, hingga memberikan apresiasi pada sesama.

c. *Excellent Performance*

Mengerahkan kinerja yang maksimal dan terbaik, kerja keras, optimis, dan fokus terhadap target.

d. *Always be Professional*

Berkompetisi dengan sehat, integritas tinggi, berkomitmen dan tanggung jawab.

e. *Take Action to Improve*

Mengambil langkah untuk memperbaiki serta berkelanjutan, berpikiran terbuka, giat belajar yang tinggi dan inovatif.

2.4 Filosofi Logo Nasmoco

Setiap perusahaan memiliki logo yang biasanya sebagai identitas dan tanda pengenal tentang perusahaan. Berikut ini adalah logo PT Nasmoco Semarang:



Gambar 2.1 Logo PT Nasmoco

Sumber: PT. Nasmoco Gombel Semarang, (2024)

Logo PT Nasmoco menggambarkan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif, hal ini terlihat dari penggambaran logonya yang merupakan penggambaran *siluet body* kendaraan mobil yang dilihat dari samping. Logo PT Nasmoco memiliki arti sebagai berikut:

- a. Elemen logo yang menampilkan tiga mobil dari samping merepresentasikan bentuk mobil Toyota, mencerminkan identitas PT Nasmoco sebagai perusahaan otomotif swasta yang bergerak di bidang penjualan, layanan perbaikan, dan penyediaan suku cadang. Desain logo yang aerodinamis dari kiri ke kanan melambangkan gerakan dinamis dan semangat progresif perusahaan dalam melaju menuju pembaruan dan kemajuan.

- b. Kata “NASMOCO” merupakan *dealer* atau cabang perusahaan dari PT New Ratna Motor dan merupakan singkatan dari *New Asiatic Motor Company*.
- c. Kombinasi warna gradasi merah, orange, dan kuning terinspirasi dari warna *Toyota Racing Development* (TRD).
- d. Tiga bayangan mobil merupakan *trilogy* bisnis PT Nasmoco, yaitu unsur antara karyawan, perusahaan, dan pelanggan yang senantiasa terjalin. Diharapkan karyawan sebagai asset terpenting perusahaan dapat memberikan pelayanan yang maksimal bagi pelanggan agar tercipta kepuasan dan loyalitas pelanggan yang memberikan *input* bagi kemajuan perusahaan serta akan membawa kemajuan bagi seluruh karyawan perusahaan.

2.5 Bidang Usaha

PT Nasmoco Gombel Semarang merupakan perusahaan yang bergerak di beberapa bidang usaha, diantaranya:

a. Penjualan Mobil (*Vehicle Division*)

Divisi penjualan pada PT. Nasmoco Gombel Semarang menangani penjualan kendaraan Toyota untuk wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Sistem penjualan kendaraan di PT Nasmoco Gombel dapat dilakukan secara tunai (*cash sales*) maupun kredit (*credit sales*).

b. Penjualan Suku Cadang (*Spare Part*)

Selain melakukan penjualan kendaraan Toyota, PT Namoco juga menjual suku cadang kendaraan Toyota dengan sistem penjualan kredit dan tunai. Penjualan suku cadang dapat dilakukan melalui pemesanan. Penjualan suku cadang ini

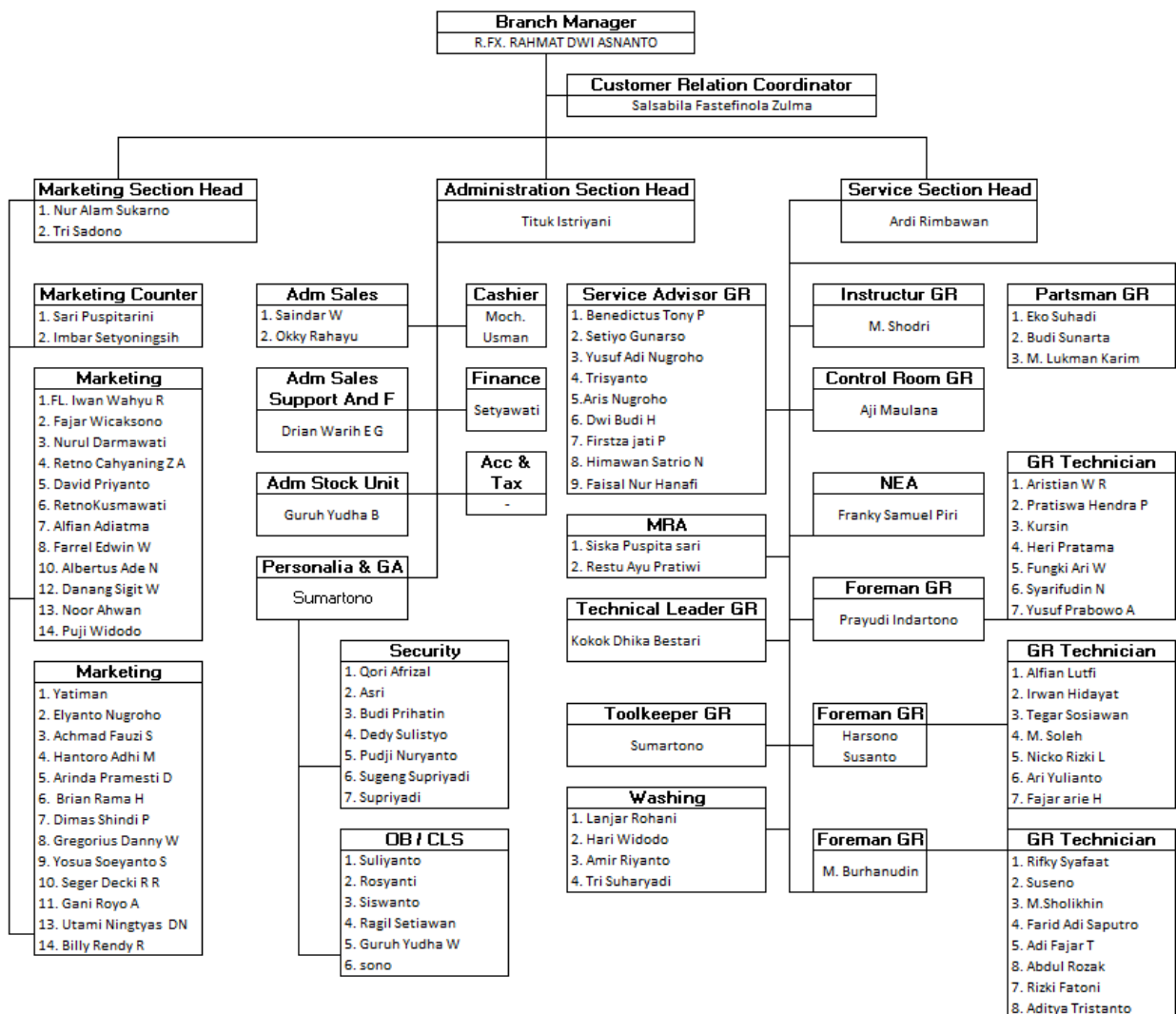
bertujuan memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk memperoleh suku cadang yang asli (*original*) ketika dibutuhkan sewaktu-waktu oleh pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dan perusahaan akan meningkatkan keuntungan dari penjualan suku cadang tersebut.

c. Pemeliharaan dan Servis (*Service Division*)

PT Nasmoco melayani pemeliharaan dan servis kendaraan Toyota bagi pelanggan. Pemeliharaan dan servis ini bertujuan untuk memberikan kemudahan dan citra positif Toyota bagi pelanggan maupun calon pelanggan agar merasa yakin melakukan kendaraan Toyota.

2.6 Struktur Organisasi PT. Nasmoco Gombel Semarang

PT Nasmoco Gombel menggunakan struktur organisasi fungsional dengan melakukan pembagian kerja berdasarkan fungsi masing-masing manajemen. Karyawan yang memiliki kemampuan dan keterampilan akan dikelompokkan dalam satu unit kerja. Struktur organisasi PT. Nasmoco Gombel Semarang disajikan dalam gambar 2.2 sebagai berikut:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Nasmoco Gombel Semarang

Sumber: PT Nasmoco Gombel Semarang, (2024)

2.7 Deskripsi Jabatan PT. Nasmoco Gombel Semarang

a. *Branch Manager* (Kepala Cabang)

Bertanggung jawab atas keseluruhan aktivitas operasional di kantor cabang, yang mencakup perencanaan strategi bisnis, pengorganisasian, pengelolaan, pengawasan, serta evaluasi terhadap seluruh kegiatan bisnis yang berlangsung di cabang perusahaan.

b. *Customer Relation Coordinator (CRC)*

Melaksanakan survei tingkat kepuasan pelanggan, menangani keluhan yang disampaikan pelanggan, serta mengoordinasikan unit-unit internal perusahaan guna mewujudkan kepuasan pelanggan secara optimal.

c. *Marketing Section Head*

Menyusun rencana kegiatan tahunan yang mencakup penetapan sasaran dan strategi prioritas guna mencapai target penjualan secara optimal, memantau kelengkapan administrasi penjualan, serta meningkatkan kompetensi tenaga penjual melalui evaluasi dan pengembangan kemampuan. Bagian ini membawahi:

1. *Marketing Counter*

Melayani yang datang ke dealer dan menjual kendaraan, memberikan keterangan yang diperlukan oleh konsumen baik yang datang maupun menanyakan melalui telepon.

2. *Marketing*

Melakukan aktivitas *prospecting*, menangani penjualan secara langsung kepada pembeli, melaksanakan prosedur

administrasi untuk penerimaan pembelian kendaraan (SPK), mengatur penyerahan kendaraan dan melakukan proses *Delivery Explain to Customer* (DEC).

d. *Administration Head Section (ADH)*

Bertanggung jawab atas asset perusahaan berupa harta fisik dan keuangan, mengelola fungsi kepersonaliaian dan *General Affair* (GA), dan mengawal proses administrasi dan keuangan cabang sesuai dengan SOP yang berlaku. Bagian ini membawahi:

1. *Administration Sales and Stock*

Melaksanakan proses administrasi terkait pembelian unit, yang meliputi input data dari nota debet, verifikasi kecocokan data, pengelolaan administrasi penjualan, serta penyerahan dokumen STNK dan BPKB. Selain itu, juga bertanggung jawab dalam penyusunan laporan pembelian dan penjualan secara berkala.

2. *Cashier*

Menerima kas atau setara kas, menyimpan serta menyerahkan dana kepada ADH, melaksanakan proses pembayaran atau pengeluaran kas, serta menyusun laporan kas dan tanda terima sebagai bagian dari pertanggungjawaban keuangan.

3. *Administration Service*

Bertanggung jawab dalam pengelolaan administrasi operasional bengkel, menyusun dan menyampaikan laporan penjualan bengkel secara berkala kepada ADH dan pihak bengkel,

serta melakukan koordinasi dengan bagian keuangan terkait proses pembayaran untuk transaksi penjualan secara kredit.

4. *Accounting*

Bertugas mengelola data transaksi ke dalam sistem pembukuan, melakukan pemeriksaan terhadap transaksi yang terjadi di dealer, mengarsipkan dokumen-dokumen transaksi dan laporan keuangan secara sistematis, serta menyusun dan menyerahkan laporan keuangan kepada ADH secara tepat waktu.

5. *Collector*

Bertugas merencanakan dan melaksanakan proses penagihan sesuai dengan dokumen penagihan yang diterima dari bagian keuangan (*finance*), menyerahkan hasil penagihan kepada kasir pada hari yang sama, serta menyusun laporan terkait pelaksanaan dan hasil penagihan untuk disampaikan kepada ADH.

6. *Finance*

Bertugas melaksanakan kegiatan administrasi keuangan yang berkaitan dengan transaksi dari customer dan supplier, menyimpan kas atau setara kas di dalam brankas dengan sepengetahuan ADH, mengelola administrasi terkait perpajakan, serta menyusun laporan-laporan keuangan harian dari bank dan mutasi keuangan lainnya

7. *Administration Part*

Bertugas melayani penjualan suku cadang (part) baik secara langsung berdasarkan pesanan dari tim sales maupun secara tidak langsung melalui part order sheet yang berasal dari *Service Advisor* (SA) bengkel, serta menerima dan mencatat pembelian part yang masuk dari supplier.

8. *Personalia & GA*

Bertanggung jawab dalam mengelola data dan proses rekrutmen karyawan, mengatur dan mendistribusikan gaji pegawai, serta melaksanakan perencanaan dan pemeliharaan terhadap fasilitas perusahaan guna mendukung kelancaran operasional.

9. *Security*

Melayani dalam menerima dan kepulangan tamu atau pelanggan, menjaga dan mengamankan lingkungan kantor

10. *Office Boy*

Melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan kebersihan lingkungan perusahaan, melakukan perawatan atau perbaikan asset perusahaan.

e. *Service Section Head*

Mengontrol *man power service* dan mengontrol pencapaian target pelayanan bagian servis. Bagian ini membawahi:

1. *Service Advisor (SA)*

Bertugas menerima dan menganalisis keluhan serta kerusakan pada kendaraan, memberikan estimasi biaya dan waktu yang dibutuhkan untuk proses perbaikan, memantau jalannya proses servis, menyampaikan informasi kepada pelanggan apabila terdapat temuan di luar dari perintah kerja servis (*service order*), serta melakukan tindak lanjut (*follow up*) kepada pelanggan setelah perbaikan selesai dilakukan.

2. *Partman*

Melayani permintaan *parts* sesuai SOP, mengelola system administrasi khusus part, membuat laporan penjualan part secara harian, mencetak *part invoice* atau *supply slip*.

3. *Foreman*

Bertanggung jawab memastikan pekerjaan teknisi dan hasilnya, mengontrol dan memastikan teknisi telah sesuai SOP, memberikan jalan keluar ketika ada laporan masalah dari teknisi. Bagian ini membawahi teknisi dengan tugas memperbaiki kendaraan sesuai dengan *Work Order* atau *Service Order*, memberikan laporan kepada *foreman* bila terjadi masalah di lapangan, menjaga kebersihan dan kerapian area bengkel.

2.8 Struktur Komisi Penjualan pada Sales PT Nasmoco Gombel

A. Gaji Pokok

Sales di PT Nasmoco menerima gaji pokok yang berkisar antara Rp5.000.000 hingga Rp8.000.000 per bulan, tergantung pada jabatan dan pengalaman kerja.

B. Komisi Penjualan

Komisi diberikan berdasarkan pencapaian target penjualan bulanan.

- a) Target Penjualan: Misalnya, target penjualan adalah 10 unit mobil per bulan dengan estimasi total nilai penjualan Rp1,2 miliar dengan komisi sebesar 2%.
- b) Komisi Dasar: Jika target tercapai, sales mendapatkan komisi sebesar 2% dari total nilai penjualan, yaitu Rp24 juta.
- c) Komisi Tambahan: Untuk penjualan yang melebihi target, misalnya menjual 12 unit, dua unit tambahan tersebut mendapatkan komisi lebih tinggi, misalnya 3%, sehingga total komisi menjadi Rp30 juta.

C. Komisi Berdasarkan Jenis Mobil

Komisi juga dapat berbeda tergantung pada jenis mobil yang dijual:

- a) Mobil Entry-Level (LCGC): Komisi lebih kecil karena margin keuntungan yang rendah.
- b) Mobil MPV dan SUV: Komisi lebih besar karena margin keuntungan yang lebih tinggi.
- c) Mobil Premium dan Hybrid: Komisi signifikan per unit karena harga jual dan margin keuntungan yang tinggi.

D. Komponen Tambahan dalam Struktur Gaji Komisi Tambahan

Sales juga dapat memperoleh komisi tambahan dari:

- a) Penjualan Kredit: Komisi lebih besar dibandingkan penjualan tunai.
- b) Penjualan Aksesoris dan Layanan Tambahan: Seperti asuransi, coating, dan lainnya.

E. Komponen Tambahan dalam Struktur Gaji

Selain gaji dan komisi, sales juga berpotensi mendapatkan benefit tambahan seperti:

- a) Bonus: Diberikan berdasarkan kinerja individu atau tim.
- b) Tunjangan: Seperti tunjangan kesehatan, tunjangan hari raya, dan tunjangan transportasi.
- c) Asuransi: Asuransi kesehatan dan jiwa.
- d) Promo dealer atau pabrikan: Pada periode tertentu (seperti akhir tahun), dealer bisa memberikan komisi ekstra untuk mempercepat stok keluar.
- e) Insentif non-uang: Selain komisi, sales bisa dapat voucher, hadiah barang, atau bahkan trip bersama keluarga.

2.9 Identitas Responden

Identitas responden pada penelitian ini dikumpulkan guna memperoleh informasi yang berkaitan dengan karakteristik responden serta objek penelitian, berdasarkan data hasil pengisian kuesioner oleh karyawan divisi sales PT. Nasmoco Gombel. Adapun kriteria pemilihan responden adalah karyawan yang berasal dari divisi sales dan telah memiliki masa kerja minimal satu tahun di perusahaan tersebut.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 orang karyawan divisi sales melalui Kepala Personalia dan GA, Bapak Martono, pada tanggal 17 Januari 2024. Proses pengisian kuesioner berlangsung selama kurang lebih satu bulan guna memberikan keleluasaan waktu bagi para karyawan yang memiliki jadwal kerja padat, sehingga diharapkan setiap responden dapat memberikan jawaban secara cermat dan akurat.

Dalam proses pengisian kuesioner, peneliti memberikan arahan kepada responden untuk mengisi bagian identitas diri serta menjawab pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan indikator variabel penelitian, yaitu *Work-life balance*, Beban Kerja, Stres Kerja, dan Kinerja Karyawan. Setiap item pernyataan pada kuesioner dinilai menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 hingga 5. Data yang diperoleh disajikan dalam bentuk tabel yang menggambarkan informasi berdasarkan jawaban responden.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 30 orang karyawan divisi sales dengan latar belakang dan karakteristik yang beragam, yang berpotensi memberikan persepsi variatif. Pengisian kuesioner dimulai dengan bagian identitas responden yang mencakup nama, jabatan, usia, jenis kelamin, status pernikahan, pendidikan terakhir, dan lama bekerja di PT. Nasmoco Gombel, kemudian dilanjutkan dengan pengisian pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan indikator masing-masing variabel penelitian.

2.9.1 Komposisi Responden Berdasarkan Usia

Karyawan divisi sales PT. Nasmoco Gombel memiliki usia yang beragam. Berikut data responden berdasarkan usia:

Tabel 2.1
Komposisi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
20 – 24	0	0
25 – 29	11	36.67
30 – 34	12	40
≥ 35	7	23
Jumlah	30	100

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Berdasarkan tabel 2.1 dapat diketahui bahwa usia yang mendominasi adalah karyawan dengan umur 30 – 34 tahun dengan jumlah responden sebanyak 12 karyawan (40%) dan usia yang paling sedikit adalah 20 – 25 tahun dengan jumlah responden sebanyak 0 karyawan. Responden dengan usia 25 – 29 tahun sebanyak 11 karyawan (36,67) dan ≥ 35 memiliki jumlah yaitu 7 karyawan (23%). Sedangkan tidak ada responden dengan usia 20 - 25 tahun.

2.9.2 Komposisi Responden Berdasarkan Lama Kerja

Data terkait lama kerja disajikan dengan tujuan untuk mengetahui distribusi lama kerja responden karyawan divisi sales PT Nasmoco Gombel. Berikut data responden berdasarkan lama kerja :

Tabel 2.2
Komposisi Responden Berdasarkan Lama Kerja

Lama Kerja	Frekuensi	Persentase
< 1 - 2 tahun	0	0
> 2 - 3 tahun	9	30
> 3 - 4 tahun	9	30
> 4 tahun	12	40
Jumlah	30	100

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Berdasarkan tabel 2.2 diketahui bahwa responden paling banyak telah bekerja pada PT Nasmoco Gombel pada rentang > 4 tahun yaitu sebanyak 12 karyawan (40%). Responden dengan rentang lama kerja $> 2 - 3$ tahun yaitu sebanyak 9 karyawan (30%) dan rentang $> 3 - 4$ tahun sebanyak 9 karyawan (30%). Sedangkan tidak ada responden dengan rentang lama kerja selama $< 1 - 2$ tahun.

Hubungan antara usia dan lama bekerja responden ditunjukkan melalui *crosstab* usia dan lama bekerja. Tabel 2.3 menunjukkan tabulasi silang berdasarkan usia dan lama kerja:

Tabel 2.3
***Crosstab* Usia dan Lama Kerja**

		Lama Kerja			Jumlah
		$> 2 - 3$ tahun	$> 3 - 4$ tahun	> 4 tahun	
Usia	20 - 24 tahun	0	0	0	0
	25 - 29 tahun	6 (20%)	5 (16.7%)	0	11 (36.7%)
	30 - 34 tahun	3 (10%)	4 (13.3%)	5 (16.7%)	13 (40%)
	≥ 35 tahun	0	0	7 (23.3%)	7 (23.3%)
Jumlah		9 (30%)	9 (30%)	12 (40%)	30 (100%)

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Pada tabel 2.3 frekuensi terbesar berada pada lama kerja > 4 tahun dan usia ≥ 35 tahun dengan persentase 23.3%. Frekuensi terbesar kedua berada pada lama kerja $> 2 - 3$ tahun dan usia 25 – 29 tahun dengan persentase 20%. Lama kerja $> 3 - 4$ tahun dan usia 30 – 34 tahun sebanyak 4 karyawan dengan persentase 13.3%. Frekuensi sebesar 16.7% terdapat pada lama kerja $> 3 - 4$ tahun dengan usia 25 – 29 tahun, dan lama kerja > 4 tahun dengan usia 30 – 34 tahun. Frekuensi terkecil adalah 10% terdapat pada lama kerja $> 2 - 3$ tahun dengan usia 30 – 34 tahun.

Distribusi usia dan lama kerja dalam Tabel 2.3 memberikan gambaran penting terhadap kondisi responden dalam penelitian ini. Mayoritas responden

berada pada usia produktif, khususnya pada rentang 25–34 tahun (76,7%), dengan masa kerja antara >2–4 tahun. Responden dalam kelompok ini cenderung berada pada fase karier yang aktif, dengan tuntutan kerja yang mulai meningkat. Hal ini dapat memengaruhi beban kerja yang mereka rasakan, serta *work-life balance* atau keseimbangan kehidupan kerja.

Responden berusia ≥ 35 tahun memiliki masa kerja >4 tahun. Kelompok ini kemungkinan telah lebih stabil secara karier dan mungkin memiliki strategi manajemen stres yang lebih baik. Dengan demikian, tingkat stres kerja pada kelompok ini bisa berbeda dibandingkan dengan responden yang lebih muda dan memiliki pengalaman kerja lebih singkat.

Selain itu, variasi usia dan lama kerja dapat berdampak pada kinerja karyawan. Karyawan dengan pengalaman kerja lebih panjang umumnya memiliki pemahaman kerja yang lebih baik, tetapi juga bisa menghadapi kejenuhan kerja yang meningkatkan stres. Sebaliknya, karyawan dengan masa kerja lebih pendek mungkin memiliki antusiasme tinggi, tetapi lebih rentan terhadap tekanan karena kurangnya pengalaman.

Dengan demikian, informasi dalam tabel 2.3 penting untuk mempertimbangkan kemungkinan perbedaan persepsi atau kondisi terkait *work-life balance*, beban kerja, stres kerja, dan kinerja, berdasarkan latar belakang usia dan pengalaman kerja responden.

2.9.3 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karyawan divisi sales PT Nasmoco Gombel terdiri dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Berikut data responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 2.4
Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Populasi (%)
Laki - laki	19	63,3
Perempuan	11	36,7
Jumlah	30	100

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Berdasarkan Tabel 2.4, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-laki sebanyak 19 orang (63,3%), sementara responden perempuan berjumlah 11 orang (36,7%). Komposisi ini menunjukkan adanya dominasi responden laki-laki dalam pengisian kuesioner. Dalam kaitannya dengan variabel penelitian, jenis kelamin dapat memengaruhi persepsi dan respons terhadap *work-life balance*, beban kerja, stres kerja, maupun kinerja. Menurut Robbins & Judge (2016), perempuan cenderung lebih rentan mengalami konflik peran karena tanggung jawab ganda antara pekerjaan dan keluarga, yang dapat memengaruhi keseimbangan kehidupan kerja dan tingkat stres. Persepsi terhadap beban kerja dapat berbeda antara laki-laki dan perempuan karena perbedaan peran sosial dan prioritas hidup. Oleh karena itu, perbedaan gender dalam komposisi responden menjadi faktor penting yang dapat memberikan variasi dalam data dan hasil analisis terhadap variabel-variabel yang diteliti.

2.9.4 Komposisi Responden Berdasarkan Status Marital

Karyawan divisi sales PT Nasmoco Gombel terdiri dari status menikah dan single. Berikut data responden berdasarkan status marital :

Tabel 2.5
Komposisi Responden Berdasarkan Status Marital

Status Marital	Frekuensi	Persentase
Single	8	26,67
Menikah	22	73,33
Ceraai	0	0
Jumlah	30	100

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Berdasarkan tabel 2.5 diketahui bahwa mayoritas responden adalah berstatus menikah sebanyak 22 karyawan (73,33%), sedangkan karyawan dengan status single sebanyak 8 karyawan (26,67%) dan karyawan dengan status cerai tidak ada atau 0%.

2.9.5 Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data terkait tingkat Pendidikan terakhir disajikan dengan tujuan untuk mengetahui distribusi tingkat pendidikan responden karyawan divisi sales PT Nasmoco Gombel. Berikut ini ditampilkan data pendidikan terakhir responden:

Tabel 2.6
Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMA	4	13,33
Diploma	3	10
Sarjana (S-1)	23	76,67
Magister (S-2)	0	0
Jumlah	30	100

Sumber: Data primer yang diolah, (2025)

Berdasarkan Tabel 2.6, mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki tingkat pendidikan terakhir Sarjana (S-1), yaitu sebanyak 23 orang atau 76,67%. Sementara itu, responden dengan pendidikan SMA sebanyak 4 orang (13,33%), dan Diploma sebanyak 3 orang (10%). Tidak terdapat responden dengan jenjang pendidikan Magister (S-2). Tingginya proporsi responden berpendidikan sarjana mencerminkan bahwa sebagian besar karyawan telah memiliki latar belakang pendidikan yang cukup untuk memahami dan menghadapi tuntutan pekerjaan secara profesional. Hal ini penting dalam kaitannya dengan variabel yang diteliti, seperti *work-life balance*, beban kerja, stres kerja, dan kinerja karyawan.

Menurut Gibson et al. (2012) tingkat pendidikan dapat memengaruhi cara individu memahami tugas, mengelola tekanan kerja, dan menyusun strategi coping terhadap stres. Individu dengan pendidikan lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan berpikir analitis dan pengambilan keputusan yang lebih baik, sehingga lebih mampu menyeimbangkan antara tuntutan pekerjaan dan kehidupan pribadi. Oleh karena itu, tingkat pendidikan responden menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi persepsi mereka terhadap beban kerja maupun kemampuan dalam mengelola stres yang berpengaruh terhadap kinerja.