

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

2.1 Profil Perusahaan

PT. Laksana Bus Manufaktur awalnya berdiri sebagai CV. Laksana pada tahun 1967 di Semarang oleh Iwan Arman, yang awalnya berfokus pada penjualan mesin otomotif. Kemudian pada tiga tahun pertama, Laksana mengalami pertumbuhan yang pesat, sehingga mendorong perusahaan tersebut untuk berpindah lokasi yang lebih luas di Ungaran pada tahun 1970. Pada tahun 1977, Laksana kemudian membentuk divisi karoseri dan mulai memproduksi minibus Mitsubishi T-120. Kini pabrik Laksana di Ungaran telah diperluas hingga mencapai 100.000 meter persegi, dengan kapasitas produksi mencapai 1.500 bus setiap tahunnya.

Perkembangan Laksana sendiri didukung oleh loyalitas dari pelanggan terhadap kualitas produk yang ditawarkan atau telah dibuat. Laksana sendiri berkomitmen untuk menjadi pilihan utama dalam industri bus manufaktur dengan menyediakan berbagai macam bus seperti bus antar kota, bus wisata, maupun bus dengan keperluan khusus.

Laksana juga menekankan tentang betapa pentingnya penyediaan produk-produk yang memiliki kualitas tinggi kepada para konsumen atau pelanggannya, mulai dari perusahaan terkait wisata, instansi pemerintahan, bahkan hingga ke perusahaan asing. Bahkan pada tahun 2009, Laksana telah mulai mengeksport produknya ke Kepulauan Fiji dengan volume produk yang bertambah setiap tahunnya.

Selain itu, Laksana telah memperoleh sejumlah sertifikasi, termasuk sertifikasi Mercedes-Benz untuk manufaktur bus dengan Chasis OH 1518 EIII (2009) dan OH 1526 EIII (2010), ISO 14001-2014 untuk Sistem Manajemen Lingkungan, OHSAS 18001 untuk Persyaratan Sistem Manajemen Kesehatan dan Keselamatan, dan ISO 9001-2008 untuk Sistem Manajemen Mutu..

Desain yang dibuat oleh Laksana sendiri selalu inovatif dengan memperhatikan detail dalam produk yang dihasilkan, sehingga atas komitmen terkait desain yang diciptakan, Laksana telah memperoleh beberapa penghargaan yaitu sebagai berikut :

1. Good Design Indonesia 2021 (the best design for cityline 3).
2. Primaniyarta award 2021 (new market pioneer category), dan sebagainya.



Gambar 1. 4 Logo Laksana

Logo Laksana sendiri berupa lingkaran dengan huruf “L” didalamnya yang meruncing dan keluar dari lingkaran. Lingkaran sendiri menggambarkan atau menunjukkan konsep dinamis, *high-tech*, elegan, dan modern yang ditampilkan dalam bentuk lingkaran. Konsep dari lingkaran tersebut bertujuan untuk menunjukkan bahwa perusahaan dan karyawannya memiliki semangat kerja yang tinggi, sehingga dapat bergerak dengan cepat dan mudah dalam mengikuti perkembangan zaman dengan teknologi yang semakin baru serta meningkatkan

keativitas serta keindahan dalam setiap produk-produk yang dihasilkan. Lalu huruf “L” sendiri merupakan inisial dari nama perusahaan tersebut yang dibuat meruncing keluar lingkaran dengan memiliki makna kreativitas, inovasi, dan semangat kerja tanpa batas.

PT. Laksana Bus Manufaktur memiliki nilai utama dalam kata “LAKSANA” sendiri, yaitu :

1. *Listening* (Mendengarkan) : Laksana selalu mendengarkan semua kebutuhan, keinginan, serta keluhan dari pelanggan, dan selalu terbuka menerima masukan, kritik, serta saran untuk pengembang dan kemajuan diri dan Laksana.
2. *Attention to Detail* (Memperhatikan Detail) : Laksana selalu memperhatikan hal-hal kecil dan detail dalam proses development sampai proses produksi untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi.
3. *Knowledge* (Selalu Belajar) : Selalu termotivasi untuk terus belajar dan berkembang, baik untuk pengembangan diri sendiri maupun pengembangan produk perusahaan yang inovatif.
4. *Synergy* (Bersinergi dengan Tim) : Laksana selalu mengedepankan komunikasi, koordinasi, dan sinergi didalam semua tahapan proses operasional perusahaan untuk menghasilkan produk yang memuaskan pelanggan.
5. *Accountability* (Bertanggungjawab) : Laksana selalu menerima tanggung jawab atas tindakan dan juga atas hasil dari pilihan, keputusan, dan tindakan

tersebut. Selalu hidup dalam integritas konsisten dalam kejujuran pikiran, kata-kata, dan tindakan.

6. *Nimble* (Cepat dan Gesit) : Laksana selalu menunjukkan kecepatan, ketangkasan, dan kegesitan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
7. *Above and Beyond* (Selalu Berusaha untuk Lebih dari yang Diharapkan) : laksana selalu mengacu pada standar tertinggi dalam menghasilkan produk yang berkualitas dan selalu menatap ke masa depan dalam berinovasi serta berkreasi untuk menciptakan produk yang sesuai kemajuan zaman.

2.2 Visi Misi, dan Budaya Perusahaan

PT. Laksana Bus Manufaktur memiliki visi dan misi sebagai berikut :

VISI

Mewakili Indonesia menjadi mitra global dalam menyediakan transportasi massal yang inovatif dan berkelas dunia (*Representing Indonesia in becoming a global partner in providing world class and innovative mass transportation*).

MISI

1. Laksana selalu berusaha untuk menyediakan alat transportasi massal yang memberikan pengalaman, nilai yang terbaik serta unik bagi para pengguna dan mitra transportasi massal (*Laksana always aim to provide a trusted mass transportation which offers the best and unique experience and value for its user and partners*).

2. Tim Laksana adalah tim yang memiliki *passion*, komitmen pada *service excellence* dan fokus pada customer sesuai dengan nilai-nilai Laksana (*The Laksana team is a team that has a passion, commitment to service excellence and a focus to the customer in accordance with the values of "Laksana"*).

Budaya 5R pada PT. Laksana Bus Manufaktur

Budaya 5R (Ringkas, rapi, resik, rawat, rajin) merupakan konsep manajemen yang berasal dari Jepang yang dikenal dengan 5S (seiri, seiton, seiso, seiketsu, shitsuke), konsep ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan kerja yang efisien, aman, dan produktif melalui pemeliharaan ketertiban, kebersihan, dan disiplin. Berikut selengkapnya terkait 5R :

1. Ringkas (seiri), yaitu pemilihan, memilah barang-barang yang ada di tempat kerja ke dalam 3 kategori yaitu diperlukan; ragu-ragu; dan tidak diperlukan. Barang diperlukan harus ada di tempat kerja, kemudian barang yang bersifat ragu-ragu baiknya disingkirkan dari area kerja dengan pertimbangan jika masih akan digunakan di kemudian hari, sedangkan barang yang tidak diperlukan harus segera disingkirkan dari area kerja.
2. Rapi (seiton), yang artinya setiap item yang masih diperlukan dalam pekerjaan, tersedianya tempatnya dan jelas status keberadaannya. Setiap item dan tempat penyimpanannya mempunyai nama atau kode identifikasi yang distandarkan. Setiap orang mematuhi aturan penyimpanan dan ada mekanisme pemastihannya.

3. Resik (seiso), yang berarti membersihkan sambil memeriksa, menghilangkan sumber penyebab kotor, dan mengupayakan kondisi optimum.
4. Rawat (seikatsu), berarti melaksanakan standarisasi di tempat kerja, mempertahankan kondisi optimum dan mewujudkan tempat kerja yang bebas kesalahan.
5. Rajin (shitsuke), yang artinya membiasakan diri atau mendisiplinkan diri pada empat langkah sebelumnya, terbiasa merawat ringkas, rapi, dan resik.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya pastinya melakukan kerja sama dengan baik antar orang-orang yang ada dalam perusahaan tersebut untuk tercapainya tujuan organisasi perusahaan. Di dalam suatu organisasi, semakin banyak yang dilakukan maka akan semakin kompleks pula relasi atau hubungan dalam pelaksanaan kegiatannya. Oleh karena itu dibuatlah struktur organisasi untuk mengetahui hubungan kerja sama antar masing-masing fungsi sehingga dapat secara jelas juga terlihat batas wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing individu atau karyawan.

Adanya struktur organisasi dapat memudahkan karyawan untuk lebih meningkatkan efisiensi melalui spesialisasi tugas atau pekerjaan. Inti dari adanya struktur organisasi dalam perusahaan adalah untuk karyawan dapat lebih fokus dan mudah dalam menyelesaikan tugas mereka di bidang masing-masing. Tidak hanya mempermudah, struktur organisasi juga dapat meningkatkan kepuasan kerja karyawan, karena karyawan dapat berkontribusi secara optimal dalam peran yang

telah ditentukan. Berikut ini adalah struktur organisasi dari PT. Laksana Bus Manufaktur :

Struktur Organisasi PT. Laksana Bus Manufaktur



Gambar 1. 5 Struktur Organisasi PT. Laksana Bus Manufaktur

2.4 Identitas Responden

Identitas responden disajikan dengan latar belakang partisipan yang akan menjadi sampel dalam penelitian. Informasi yang diperoleh dari responden ini digunakan untuk mengetahui karakteristik responden yang kemudian diugunakan oleh peneliti dalam proses analisis data. Identitas responden diuraikan dan dikelompokkan berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, divisi bagian, dan lama masa bekerja.

2.4.1 Identitas Responden berdasarkan Usia

Berikut adalah tabel identitas responden berdasarkan usia :

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	20 – 29 Tahun	74	74
2.	30 – 39 Tahun	21	21
3.	40 – 49 Tahun	4	4
4.	>50 Tahun	1	1
	Total	100	100

2.4.2 Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut adalah tabel identitas responden berdasarkan jenis kelamin :

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-Laki	100	100
2.	Perempuan	0	0
	Total	100	100

2.4.3 Identitas Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut adalah tabel identitas responden berdasarkan pendidikan terakhirnya :

No.	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1.	SD	1	1
2.	SMP	4	4
3.	SMK/SMA/Sederajat	95	95
	Total	100	100

2.4.4 Identitas Responden berdasarkan Divisi/Bagian

Berikut adalah tabel identitas responden berdasarkan divisi atau bagiannya :

No.	Divisi/Bagian	Frekuensi	Persentase
1.	B&R	20	20
2.	Electrical	6	6
3.	Finishing	35	35
4.	Jok	8	8
5.	Kabel Set	1	1
6.	Logistik	3	3
7.	Painting	3	3
8.	Pra-Chasis	2	2
9.	Preparation	6	6
10.	R&D Eksterior	3	3
11.	Task Force	3	3
12.	Vaccum	10	10
	Total	100	100

2.4.5 Identitas Responden berdasarkan Masa Bekerja

Berikut adalah tabel identitas responden berdasarkan masa bekerjanya :

No.	Masa Bekerja	Frekuensi	Persentase
1.	1 – 5 Tahun	87	87
2.	6 – 10 Tahun	10	10
3.	11 – 15 Tahun	3	3
	Total	100	100