

BAB II

GAMBARAN UMUM PT. NASMOCO KLATEN DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

Bab II dalam studi ini memberikan informasi umum tentang PT. Nasmoco Klaten yang mencakup latar belakang perusahaan, tujuan dan visi perusahaan, lokasi perusahaan, lambang perusahaan, struktur organisasi, deskripsi jabatan, sarana yang digunakan serta identitas para responden yang dapat digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini.

2.1 Sejarah PT. Nasmoco Klaten

PT Nasmoco Klaten adalah bagian dari Nasmoco Group, yang merupakan jaringan dealer resmi mobil Toyota yang beroperasi di wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Kehadiran PT Nasmoco Klaten bertujuan untuk menjawab meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap kendaraan bermotor berkualitas serta layanan purna jual yang profesional dan dapat dipercaya.

Sebagai dealer resmi Toyota, PT Nasmoco Klaten menjalankan berbagai kegiatan usaha yang saling terkait, termasuk penjualan, layanan perawatan dan perbaikan, serta penyaluran suku cadang asli. Diharapkan keberadaan PT Nasmoco Klaten dapat memudahkan masyarakat Kabupaten Klaten dan sekitarnya dalam memperoleh produk dan layanan Toyota yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri otomotif, PT. Nasmoco Klaten terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan, profesionalisme para karyawan, serta efektivitas sistem operasional guna menciptakan kepuasan bagi pelanggan serta memastikan kelangsungan usaha perusahaan.

2.2 Visi dan Misi PT. Nasmoco Klaten

PT Nasmoco Klaten, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang industri otomotif, sangat penting memiliki visi dan misi yang tidak hanya mencerminkan identitas organisasi, tetapi juga memberikan arah strategis dalam proses pengambilan keputusan serta perencanaan masa depan. Pernyataan visi dan misi ini menjadi dasar dari strategi perusahaan, sehingga setiap kegiatan yang dilakukan memiliki arah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

2.2.1 Visi PT. Nasmoco Klaten

Visi merupakan pernyataan yang menggambarkan tujuan jangka panjang, arah, serta harapan perusahaan di masa depan (Ramadhan *et al.*, 2024). PT. Nasmoco sendiri memiliki visi, yaitu "Menjadi pelaku bisnis otomotif yang profesional, berkualitas dan pemimpin pasar era global". Dari visi tersebut, dapat diartikan bahwa PT. Nasmoco Klaten memiliki semangat untuk menjalankan seluruh aktivitas usahanya berdasarkan prinsip profesionalisme, kualitas, dan daya saing, dengan fokus pada tujuan jangka panjang. Dalam visi ini, profesionalisme menunjukkan bahwa perusahaan menekankan pengelolaan organisasi secara sistematis, etis, dan didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten dalam memberikan layanan kepada pelanggan.

2.2.2 Misi PT. Nasmoco Klaten

Misi adalah ungkapan yang menjelaskan eksistensi sebuah perusahaan dalam situasi saat ini, mencakup fungsi, kewajiban, dan bidang kegiatan perusahaan dalam memenuhi pemenuhan tuntutan pasar dan pihak-pihak yang memiliki keterlibatan (Ramadhan *et al.*, 2024).

Misi PT Nasmoco Klaten adalah menyediakan layanan penjualan kendaraan Toyota yang profesional dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan, serta menawarkan layanan purna jual berkualitas dengan spare part asli Toyota. Untuk memenuhi misi tersebut, perusahaan berkomitmen menciptakan kepuasan pelanggan dengan menerapkan standar pelayanan yang konsisten sesuai pedoman Toyota. Dalam mencapai tujuan ini, PT Nasmoco Klaten juga fokus pada pengembangan sumber daya manusia untuk meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan. Selain itu, perusahaan berkomitmen berperan dalam

pembangunan ekonomi lokal melalui kegiatan usaha yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

2.3 Lambang Perusahaan

Menurut Dawami (2021) menyatakan bahwa lambang perusahaan merupakan gambaran visual yang berperan sebagai identitas penting sebuah organisasi serta mencerminkan nilai-nilai, karakter, dan citra yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada masyarakat. Lambang ini tidak hanya berfungsi sebagai simbol visual, tetapi juga sebagai alat komunikasi strategis yang membantu perusahaan menyampaikan informasi serta membedakan dirinya dari organisasi lainnya. Dengan adanya lambang, perusahaan dapat meningkatkan daya ingat masyarakat, memperkuat citra profesional dan dapat dipercaya di dunia bisnis.



Gambar 2. 1 Lambang PT. Nasmoco Klaten

(Sumber : Dokumentasi Internal PT. Nasmoco Klaten, 2025)

Logo yang digunakan oleh PT Nasmoco Klaten adalah logo Toyota yang berfungsi sebagai tanda resmi dari dealer tersebut. Logo tersebut terdiri dari tiga elips yang saling bertumpuk. Ketiga elips ini melambangkan hubungan yang terintegrasi antara pelanggan, produk, dan teknologi, yang merupakan fondasi utama dalam sektor industri otomotif. Dua elips di tengah membentuk huruf "T" yang merupakan singkatan dari Toyota, yang mencerminkan identitas merek yang kuat dan mudah dikenali di seluruh dunia. Elips di luar melambangkan cakupan global dan komitmen perusahaan untuk bersaing di pasar internasional. Arti dari

logo ini menggambarkan nilai-nilai profesionalisme, kualitas, dan inovasi berkelanjutan yang mendasari operasional PT Nasmoco Klaten sebagai bagian dari jaringan dealer resmi Toyota, serta menunjukkan keseriusan perusahaan dalam memberikan layanan yang terpercaya dan berstandar internasional kepada para pelanggan.

2.4 Struktur Perusahaan PT. Nasmoco Klaten



Gambar 2. 2 Struktur Kantor PT. Nasmoco Klaten

(Sumber : Data sekunder perusahaan, 2025)

1. Kepala Cabang
Bertugas mengelola seluruh aktivitas operasional cabang, mencakup perencanaan, pengawasan, serta pencapaian target perusahaan.
2. Supervisor
Memantau dan mengatur kegiatan operasional harian agar sesuai dengan prosedur dan kebijakan yang berlaku di perusahaan.
3. Kepala Administrasi
Mengurus seluruh aktivitas administratif dan keuangan serta memastikan semua dokumen perusahaan tersusun rapi dan lengkap.
4. Kepala Bengkel
Menyusun dan mengawasi layanan perawatan kendaraan serta memastikan bahwa kualitas perawatan kendaraan memenuhi standar yang ditetapkan.
5. Teknisi
Melaksanakan pemeliharaan dan perbaikan kendaraan milik pelanggan sesuai dengan prosedur yang berlaku serta standar keselamatan kerja.

6. Staff Administrasi

Mendukung pelaksanaan aktivitas administratif, melakukan penginputan data, serta mengarsipkan dokumen perusahaan dengan baik.

7. Sales

Melaksanakan aktivitas pemasaran dan penjualan kendaraan serta menjaga hubungan yang baik dengan para pelanggan.

2.5 Fasilitas yang Diberikan Kepada Konsumen

PT Nasmoco Klaten menyediakan berbagai fasilitas yang mendukung kenyamanan dan kepuasan pelanggan, baik dalam proses pembelian maupun purna jual. Fasilitas tersebut mencakup ruang tunggu yang nyaman, layanan konsultasi untuk penjualan mobil, layanan perbaikan dan perawatan kendaraan sesuai standar Toyota, serta penyediaan suku cadang resmi Toyota. Selain itu, perusahaan juga menawarkan layanan pemesanan, informasi yang lengkap, serta fasilitas tambahan lainnya yang bertujuan memberikan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan bagi konsumen dalam memperoleh produk dan layanan otomotif.

Selain layanan fisik dan layanan utama, PT Nasmoco Klaten menawarkan fasilitas tambahan berupa pelayanan yang ramah dan profesional, ketepatan waktu dalam memberikan layanan, serta kejelasan informasi mengenai produk dan layanan yang disediakan. Fasilitas ini bertujuan untuk membangun kepercayaan pelanggan, meningkatkan kualitas layanan, serta menciptakan kepuasan dan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan. Konsep ini penting dalam memahami pengaruh bahasa Indonesia.

2.6 Daftar Produk Pada PT. Nasmoco Klaten

Sebagai perwakilan resmi Toyota, PT Nasmoco Klaten menyediakan beragam pilihan kendaraan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dari berbagai latar belakang sosial. Jajaran produk saat ini terdiri dari mobil penumpang, mobil keluarga atau MPV, kendaraan sport atau SUV, dan kendaraan komersial untuk tujuan bisnis. Berikut beberapa produk Toyota Kijang Innova yang ditawarkan PT. Nasmoco Klaten:

Tabel 2. 1 Daftar Produk Toyota Kijang Innova PT. Nasmoco Klaten

No	Nama Produk	Tipe / Varian	Tahun	Harga OTR (Rp)
1	Kijang Innova Reborn	2.0 G M/T	2025	± Rp416.600.000
2	Kijang Innova Reborn	2.0 G A/T	2025	± Rp434.900.000
3	Kijang Innova Reborn	2.0 V M/T	2025	± Rp426.800.000
4	Kijang Innova Reborn	2.0 V A/T	2025	± Rp444.600.000
5	Kijang Innova Reborn	Venturer 2.0 A/T	2025	± Rp438.700.000
6	All New Innova Zenix	G CVT	2025	± Rp430.000.000
7	All New Innova Zenix	V CVT	2025	± Rp480.000.000
8	All New Innova Zenix Hybrid	G CVT	2025	± Rp472.000.000
9	All New Innova Zenix Hybrid	V CVT	2025	± Rp528.000.000
10	All New Innova Zenix Hybrid	Q CVT TSS	2025	± Rp618.000.000

Sumber: Data sekunder perusahaan, 2025

2.7 Bidang Usaha PT. Nasmoco Klaten

PT Nasmoco Klaten beroperasi dalam sektor penjualan dan layanan kendaraan, sebagai dealer resmi untuk mobil Toyota. Fokus utama perusahaan ini adalah pada penjualan kendaraan baru, layanan purna jual, serta penyediaan suku cadang resmi dari Toyota. Di bidang penjualan, PT Nasmoco Klaten menawarkan beragam tipe mobil Toyota yang dapat digunakan untuk keperluan pribadi, keluarga, atau usaha.

Selain itu, PT Nasmoco Klaten juga menyediakan layanan servis dan pemeliharaan kendaraan. Layanan ini meliputi pemeriksaan berkala, perbaikan, dan perawatan mobil sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Toyota. Perusahaan juga menawarkan suku cadang asli Toyota untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan tetap berkualitas dan aman bagi pengguna. Melalui berbagai kegiatan tersebut, PT Nasmoco Klaten berkomitmen untuk memberikan layanan yang menyeluruh dan memenuhi harapan pelanggan.

2.8 Ketenagakerjaan

2.8.1 Pendidikan Karyawan

Pendidikan karyawan di PT Nasmoco Klaten dibagi menjadi beberapa tingkat, yaitu lulusan SMA/SMK, Diploma (D3), dan Sarjana (S1). Karyawan yang memiliki latar belakang SMA/SMK umumnya ditempatkan di bagian teknis dan penjualan. Sementara itu, karyawan dengan latar belakang Diploma dan Sarjana lebih sering ditugaskan di bidang administrasi dan manajemen. Pembagian ini dilakukan sesuai dengan kebutuhan dan tugas yang ada di setiap bagian.

2.8.2 Jam Kerja Pada PT. Nasmoco Klaten

PT Nasmoco Klaten menentukan jam kerja yang sesuai dengan jam operasional perusahaan dan kebutuhan layanan untuk pelanggan. Secara umum, karyawan bekerja dari pukul 08.00 hingga 16.00 WIB pada hari kerja, dengan jeda istirahat yang sudah ditentukan oleh perusahaan. Tujuan dari pengaturan jam kerja ini adalah agar operasional berjalan lancar, serta meningkatkan efisiensi dan disiplin karyawan.

Di beberapa bagian, khususnya di bengkel (teknisi), PT Nasmoco Klaten menerapkan sistem kerja bergilir (shift) agar layanan perawatan kendaraan bisa berjalan baik. Sistem shift ini terdiri dari shift pagi (08.00–16.00 WIB) dan shift siang (09.00–17.00 WIB), dengan pembagian tersebut disesuaikan dengan kebutuhan pelayanan dan operasional bengkel.

Sementara itu, karyawan di bagian administrasi dan penjualan biasanya bekerja dengan jam kerja normal yang sesuai dengan jam operasional perusahaan, tanpa menggunakan sistem shift. Penerapan jam kerja dan sistem shift ini diharapkan bisa meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan serta menjaga produktivitas karyawan.

2.8.3 Sistem Penggajian Karyawan

PT. Nasmoco Klaten mengimplementasikan sistem kompensasi yang disesuaikan dengan posisi, tanggung jawab pekerjaan, dan pedoman perusahaan. Kompensasi ini diberikan sebagai bentuk penghargaan atas peran karyawan dalam menjalankan operasional perusahaan dengan tujuan menciptakan keseimbangan, meningkatkan semangat kerja, dan mendukung kinerja karyawan secara maksimal.

Di samping gaji pokok, perusahaan juga menyediakan tunjangan seperti tunjangan kehadiran, tunjangan transportasi, dan tunjangan berdasarkan jabatan sesuai dengan posisi karyawan, serta insentif yang diberikan berdasarkan pencapaian target kerja, khususnya pada divisi penjualan. Selain itu, karyawan yang bekerja di luar jam kerja biasa akan menerima pembayaran lembur sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dengan sistem kompensasi dan tunjangan ini, PT. Nasmoco Klaten berusaha meningkatkan kesejahteraan karyawan dan mendorong terwujudnya kinerja yang berkelanjutan.

2.9 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan deskripsi umum tentang profil individu yang terlibat dalam penelitian dan dijadikan sebagai sumber informasi. Penyampaian karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai latar belakang mereka, sehingga dapat membantu dalam memahami hasil penelitian yang diperoleh. Selain itu, karakteristik responden juga berperan untuk menjamin bahwa data yang dikumpulkan sesuai dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini, karakteristik responden dianalisis dari berbagai sisi, seperti jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan, profesi, serta pengalaman responden yang berkaitan dengan objek penelitian.

2.9.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Setelah dilakukan penelitian, berikut adalah tabel hasil dari pengelompokan usia responden pada PT. Nasmoco Klaten:

Tabel 2. 2 Tabel Pengelompokan Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	28-34 tahun	24	24
2	35-41 tahun	33	33
3	42-48 tahun	25	25
4	49-55 tahun	12	12
5	>55 tahun	6	6
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer & diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.2, terlihat bahwa sebagian besar responden berusia antara 35 hingga 41 tahun, yaitu sebanyak 33 orang atau 33%. Hal ini menunjukkan bahwa pada usia tersebut, responden sudah memiliki kondisi keuangan yang stabil dan mampu membeli mobil keluarga seperti Kijang Innova.

2.9.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan kategori jenis kelamin, responden dalam penelitian ini terdiri dari pria dan wanita. Pengelompokan peserta berdasarkan jenis kelamin ini menunjukkan bahwa penelitian ini melibatkan kedua kelompok tersebut, sehingga informasi yang diperoleh dapat mencerminkan karakteristik peserta secara keseluruhan. Berikut data yang didapat dari penelitian yang telah dilakukan pada PT. Nasmoco Klaten:

Tabel 2. 3 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pria	64	64
2	Wanita	36	36
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer & diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.3, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki, yaitu sebanyak 64 orang (64%). Hal ini menunjukkan bahwa pria masih menjadi pengambil keputusan utama dalam keluarga ketika membeli kendaraan, seperti Kijang Innova. Di sisi lain, jumlah responden wanita sebanyak 36 orang (36%), yang juga memiliki peran penting dalam proses mempertimbangkan pembelian kendaraan keluarga.

2.9.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan pendidikan yang dimiliki, para responden dalam studi ini memiliki variasi dalam latar belakang edukasi. Variasi tingkat pendidikan ini menandakan bahwa responden berasal dari berbagai jenjang pendidikan, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih lengkap mengenai karakteristik

responden dalam penelitian ini. Berikut data pendidikan responden yang didapat pada PT. Nasmoco Klaten:

Tabel 2. 4 Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA/Sederajat	22	22
2	Diploma/Sederajat	33	33
3	Sarjana/Sederajat	45	45
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer & diolah, 2025

Berdasarkan data pada tabel 2.4, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memiliki gelar Sarjana atau yang setara, dengan total 45 orang (45%). Ini menunjukkan bahwa pelanggan Kijang Innova umumnya berasal dari kalangan yang berpendidikan tinggi dan memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil. Selanjutnya, jumlah responden yang memiliki pendidikan Diploma atau yang setara adalah 33 orang (33%), sementara mereka yang memiliki pendidikan SMA atau setara adalah yang paling sedikit, yaitu 22 orang (22%). Hal ini menandakan bahwa mayoritas responden dari penelitian ini telah menempuh pendidikan Sarjana/Sederajat.

2.9.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada penelitian ini, data pekerjaan responden berfungsi untuk mengetahui mayoritas pekerjaan yang dimiliki responden. Berikut adalah data pekerjaan yang telah dikumpulkan dari responden PT. Nasmoco Klaten:

Tabel 2. 5 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tenaga Profesional	14	14
2	PNS/TNI/Polri	16	16
3	Pegawai BUMN	13	13
4	Karyawan Swasta	22	22
5	Wirausaha	25	25
6	Freelancer	5	5
7	Guru/Dosen/Tenaga Pendidik	5	5
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer & diolah, 2025

Berdasarkan informasi dari tabel 2.5, dapat dilihat bahwa mayoritas responden berasal dari kalangan wirausaha, sebanyak 25 individu (25%), yang menunjukkan bahwa kendaraan Kijang Innova banyak dimanfaatkan oleh para pelaku usaha karena menawarkan kapasitas besar, kenyamanan, serta fleksibilitas untuk mendukung kegiatan bisnis. Selain itu, terdapat 22 orang (22%) yang bekerja sebagai karyawan swasta, diikuti oleh 16 orang (16%) yang berprofesi sebagai PNS/TNI/Polri, dan 14 orang (14%) yang merupakan tenaga profesional. Responden dengan status pegawai BUMN berjumlah 13 orang (13%), sementara kelompok freelancer dan pengajar/guru/dosen masing-masing terdiri dari 5 orang (5%).

2.9.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Pada penelitian ini, data terkait tingkat pendapatan berfungsi untuk mengetahui jumlah besaran pendapatan responden perbulannya. Berikut pendapatan perbulan yang didapat dari responden PT. Nasmoco Klaten:

Tabel 2. 6 Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Rp. 5.000.000 – Rp.10.000.000	18	18
2	>Rp.10.000.000 – Rp. 15.000.000	32	32
3	>Rp. 15.000.000 – Rp. 20.000.000	28	28
4	>Rp. 20.000.000	22	22
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer & diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2.6, terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki pendapatan di atas 10. 000. 000 hingga 15. 000. 000 per bulan, yaitu sebanyak 32 orang (32%). Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen Kijang Innova umumnya berasal dari lapisan pendapatan menengah ke atas yang mampu secara finansial untuk memiliki kendaraan keluarga yang tergolong kelas menengah. Selanjutnya, ada 28 orang (28%) responden yang memiliki pendapatan di rentang 15. 000. 000 hingga 20. 000. 000, sedangkan responden dengan pendapatan di atas 20. 000. 000 tercatat sebanyak 22 orang (22%). Di sisi lain, kelompok responden dengan pendapatan 5. 000. 000 hingga 10. 000. 000 merupakan yang paling sedikit, yaitu sebanyak 18 orang (18%).

2.9.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang Paling Diminati

Produk merupakan faktor penting untuk menarik perhatian dan minat konsumen. Semakin baik kualitas suatu produk maka tingkat permintaan akan semakin tinggi dan konsumen juga semakin bertambah. Berikut data yang telah dikumpulkan dari responden PT. Nasmoco Klaten:

Tabel 2. 7 Produk yang Paling Diminati Pada PT. Nasmoco Klaten

No	Tipe Kijang Innova	Frekuensi	Persentase (%)
1	Kijang Innova Zenix	32	32
2	Kijang Innova V	18	18
3	Kijang Innova Q	10	10
4	Kijang Innova Venturer	25	25
5	Kijang Innova G	15	15
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer & diolah, 2025

Berdasarkan informasi dari tabel 2.7, dapat dilihat bahwa model Kijang Innova yang paling populer di kalangan responden adalah Kijang Innova Zenix, dengan total 32 orang (32%). Ini menunjukkan bahwa para konsumen lebih memilih alternatif terbaru yang menghadirkan teknologi modern, efisiensi bahan bakar yang baik, serta desain yang lebih modern. Selanjutnya, 25 orang (25%) responden menggunakan Kijang Innova Venturer, yang menunjukkan ketertarikan terhadap varian premium dengan berbagai fitur lengkap. Jumlah pemakai Kijang Innova V tercatat 18 orang (18%), sedangkan tipe Kijang Innova G digunakan oleh 15 orang (15%). Di sisi lain, tipe Kijang Innova Q merupakan tipe yang memiliki jumlah pengguna paling sedikit, yaitu 10 orang (10%).