

BAB II

PROFIL PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan PT. Automobil Jaya Mandiri

2.1.1 Sejarah Perkembangan Wuling Motors

Wuling Motors adalah sebuah merek kendaraan yang berasal dari Liuzhou, Guangxi, Republik Rakyat Tiongkok. Perusahaan Liuzhou Wuling Auto Mobile Industry Co., Ltd., yang merupakan perusahaan patungan antara Wuling Group dan Dragon Hill Holding Limited (HK0305), bertanggung jawab atas operasional Wuling Motors. Merek ini menghasilkan berbagai jenis kendaraan seperti mobil, bus, dan truk, serta memproduksi mesin kendaraan dan suku cadang.

Wuling Motors merupakan bagian dari keluarga merek SAIC-GM-Wuling yang didirikan pada tahun 2002. Operasional merek ini dijalankan oleh perusahaan SAIC Wuling Automobile Co., Ltd., yang merupakan hasil kerjasama antara SAIC Motors dan General Motors. SAIC-GM-Wuling Automobile, juga dikenal sebagai SGMW, memproduksi kendaraan komersial dan konsumen dengan merek Wuling dan Baojun, yang dijual di Tiongkok.

SGMW menjadi salah satu produsen mikrovan terbesar di Tiongkok. Kendaraan niaga ini, yang dikenal sebagai mianbao che atau "mobil kotak roti," memiliki ukuran yang tidak lebih besar dari mobil penumpang kecil dan sangat diminati di daerah pedesaan yang lebih sederhana. Merek Wuling pertama kali diperkenalkan pada tahun 1985, dengan Wuling Sunshine menjadi salah satu mikrovan yang populer. Dengan penjualan lebih dari 450.000 unit per tahun,

SGMW mengklaim bahwa tidak ada model lain yang dapat mengungguli penjualan mereka di Tiongkok. Wuling terus mengalami peningkatan volume penjualan dan mendapatkan kepercayaan dan penggemaran dari konsumen di Tiongkok. SGMW dan Liuzhou Wuling Automobile Industry Co Ltd menggunakan merek Wuling sebagai nama merek mereka dan logo "W" dengan lima berlian berwarna merah.

Di Indonesia, Wuling Motors mendapatkan izin untuk mendirikan pabrik di kawasan Deltamas, Kabupaten Bekasi, pada tahun 2015. Pada tahun 2017, merek mobil ini meluncurkan jenis kendaraan kedua mereka, yaitu medium MPV yang diberi nama Wuling Cortez.

2.1.2 Perkembangan Wuling Motors di Indonesia

Di Indonesia, PT SGMW Motor Indonesia Co., Ltd yang merupakan perwakilan dari SGMW Automobile Co., Ltd., meresmikan pabrik di kawasan Deltamas, Kabupaten Bekasi, pada tahun 2015. Pabrik itu berlokasi tepatnya di Greenland International Industrial Center, Desa Sukamahi, Kecamatan Cikarang Pusat, Kota Deltamas, Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat. Pabrik tersebut memiliki luas tanah sebesar 600.000 meter persegi, diperuntukan bagi produksi dan pembuatan kendaraan di Indonesia dan sebagai basis ekspor untuk wilayah Asia Tenggara. Kapasitas maksimum dari pabrik diprediksikan dapat menciptakan 10.000 lapangan pekerjaan.

Pada tahun 2017, merek mobil ini meluncurkan seri kendaraan perdananya yaitu Wuling Confero yang merupakan jenis kendaraan MPV. Pada awal tahun 2018, Wuling Motors meluncurkan jenis kendaraan keduanya yaitu medium MPV,

yang diberi nama Wuling Cortez. Wuling berhasil meraih prestasi penjualan produknya dengan meraih angka penjualan yang tinggi.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan PT. Automobil Jaya Mandiri

Visi adalah suatu pandangan jauh tentang perusahaan, tujuan-tujuan perusahaan dan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut pada masa yang akan datang. Misi adalah rangkaian kalimat yang berisi tujuan dan alasan keberadaan suatu organisasi yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan/organisasi kepada masyarakat, berupa produk dan jasa.

2.2.1 Visi PT. Automobil Jaya Mandiri

The Wuling Way: Drive for A Better Life

Berkembang adalah inti dari DNA manusia. Kita perlu terus memperbaiki kehidupan, dan bergerak maju kedepan untuk menjadi lebih baik dari hari ini. Ini adalah salah satu alasan utama keberadaan kita. Wuling menyadari keinginan ini, dan menyelaraskan diri. Wuling ingin memajukan orang dengan menyediakan mesin.

Wuling percaya dalam berkontribusi untuk kehidupan yang lebih baik, melalui kualitas produk otomotif tanpa kompromi, dengan pemahaman yang berkelanjutan tentang pasar, lanskap, dan harapan masyarakat yang terus berubah. Wuling terus maju bersama masyarakat untuk menjadi kendaraan yang relevan bagi mereka. Wuling percaya pada mimpi untuk menjadi lebih baik, dan itu adalah tugas menjadi mitra setia untuk membawa orang ke sana.

2.2.2 Misi PT. Automobil Jaya Mandiri

- Mengutamakan kenyamanan dan kepuasan konsumen terhadap produk
- Melakukan gagasan dan inovasi yang berbeda dengan pesaing lainnya.
- Meningkatkan kinerja karyawan

2.3 Logo PT. Automobil Jaya Mandiri

Logo merupakan suatu gambar atau sekadar sketsa dengan arti tertentu dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, Negara lembaga organisasi dn hal lainnya yang dianggap membutuhkan hal singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Logo berfungsi sebagai identitas perusahaan, logo menjadi salah satu tanda pengenal yang efektif sehingga mudah diidentifikasi dan diingat oleh masyarakat.



Gambar 2.1 Logo Wuling

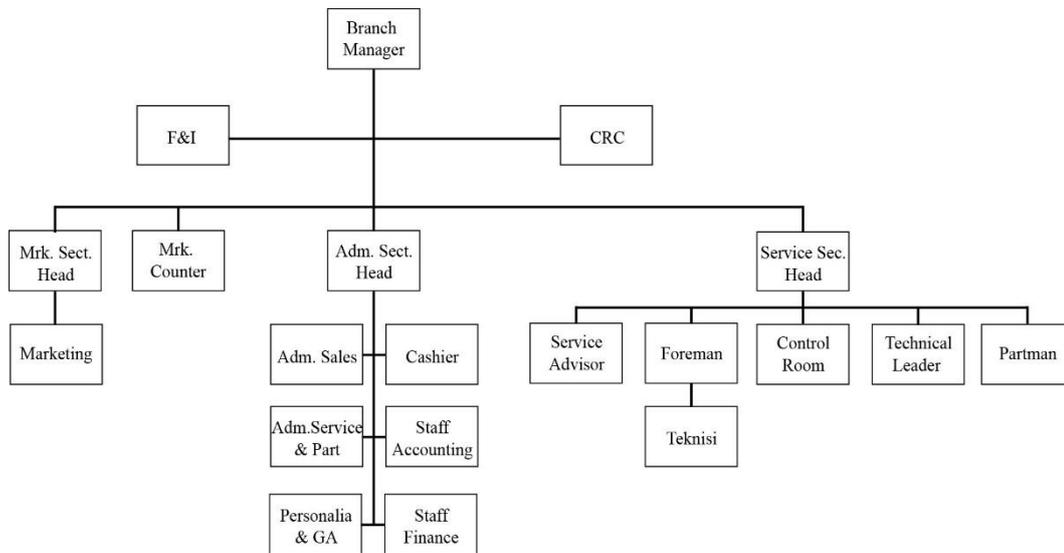
Logo wuling menampilkan lima berlian berwarna merah yang tersusun sehingga membentuk huruf “W” yang mengartikan kata Wuling. Logo dan nama Wuling memiliki keterkaitan di mana kata “Wu” berarti lima dan “Ling” yang

berarti berlian. Berlian yang saling menyatu dan mengikat ini memiliki makna perusahaan ingin membangun kebersamaan dan keharmonisan.

Logo Wuling yang menggunakan warna merah memang mampu menarik perhatian dan warna merah memang memiliki pengaruh emosional yang tinggi juga memiliki kesan agresif untuk memperoleh keberhasilan dan memberikan aura keceriaan di dalamnya. Harapan dan makna di balik brand Wuling pun kini terbukti dengan keberhasilan perusahaan dalam beberapa tahun terakhir, terutama pada industri kendaraan

2.4 Struktur Organisasi PT. Automobil Jaya Mandiri

Struktur organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan diinginkan. Manfaat struktur organisasi adalah untuk mempermudah proses pencapaian tujuan dari suatu lembaga. Dengan adanya struktur organisasi dapat memberikan ketegasan dalam hal batasan dan wewenang dan tanggung jawab kepada masing-masing pejabat atau orang yang ditugaskan, maka dapat menjalankan tugasnya dengan baik. Suatu struktur diperlukan dalam suatu organisasi agar dalam melaksanakan tugasnya setiap bagian akan terstruktur atau tertata sehingga tidak akan ada kesalahpahaman wewenang dalam suatu perusahaan tersebut. Berikut adalah struktur organisasi Wuling Motors



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Wuling Motors Semarang

Dari gambar struktur organisasi yang digunakan oleh Wuling Motors Semarang dalam mengatur perusahaannya menggunakan struktur organisasi garis, yang mengarkitak wewenang mengalir dari pemimpin ke bawahan. Uraian kerja pada perusahaan seperti ini yang digambarkan pada struktur organisasi, pada setiao bagiannya memiliki wewenang dan tanggung jawab yang telah disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Seorang branch manager dibantu oleh F&I dan CRC dan 5 orang manager unit. Berikut ini adalah penjelasan lebih lanjut mengenai wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian:

a. Branch Manager / Kepala Cabang

Jabatan ini adalh pimpinan perusahaan Wuling Motors Semarang. Jabatan tersebut mempunyai tugas sebagai berikut

- Memimpin dan bertanggungjawab terhadap eksisnya perusahaan.
- Menetapkan tujuan perusahaan.

- Menetapkan dan merumuskan kebijaksanaan perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
- Mengkoordinir, mengevaluasi kegiatan, mengawasi serta memberikan petunjuk kepada para manajer di bawahnya.

b. F & I (Finance and Insurance)

Jabatan tersebut bertugas mengurus pembayaran kredit khusus penjualan mobil.

c. CRC (Customer Retention Coordinator)

Bertugas melakukan:

- Menganalisa laporan indeks kepuasan pelanggan untuk dipresentasikan hasilnya keseluruhan bagian terkait.
- Membuat program perbaikan di cabang sekaligus mengevaluasinya.
- Merawat data pelanggan pembelian mobil Wuling
- Memotivasi rekan kerja untuk melakukan pelayanan, baik internal maupun eksternal secara prima.
- Berwenang untuk memastikan seluruh karyawan agar benar-benar menjalankan program *Customer Satisfaction Index* yang sudah ditanamkan perusahaan.
- Memfollow-up pelanggan sales dan after sales dalam rangka peningkatan nilai CSI dealer.

d. Marketing Section Head

Jabatan tersebut mempunyai tugas-tugas sebagai berikut:

- Mengkoordinir kegiatan Salesman.

- Memberikan pengarahan kepada salesman baik junior maupun senior
- Mengevaluasi pencapaian target dari salesman sesuai dengan tingkatan.

e. Administration Section Head

Jabatan tersebut bertugas mengkoordinir semua kegiatan di bidang administrasi pembukuan, baik bagian suku cadang, servis, maupun penjualan

f. Service Section Head

Jabatan tersebut mempunyai tugas-tugas sebagai berikut:

- Bertugas sebagai coordinator bengkel
- Mengawasi pelaksanaan di departemen servis
- Mengkoordinir semua kegiatan yang terkait dengan servis kendaraan.
- Bertanggung jawab atas perkembangan bengkel

g. Marketing Counter

Jabatan tersebut bertugas melayani konsumen yang akan membeli mobil dengan cara langsung datang ke dealer.

h. Marketing

Jabatan tersebut bertugas menjual dan memasarkan mobil di lapangan.

i. Accounting

Jabatan tersebut mempunyai tugas-tugas sebagai berikut:

- Mengerjakan rekening dan ikhtisar keuangan untuk laporan keuangan
- Mengerjakan laporan keuangan perusahaan perbulan sampai pertahun
- Memberikan data-data yang diperlukan bagi pihak yang berkepentingan

j. Administrasi Part & Service

Jabatan tersebut bertugas mencatat administrasi yang berhubungan dengan penjualan spareparts dan administrasi yang berhubungan dengan servis kendaraan.

k. Finance

Jabatan tersebut bertugas mengurus keuangan administrasi pembayaran penjualan secara angsuran dan administrasi penagihan terhadap para debitur.

l. Cashier

Jabatan tersebut bertugas menerima uang dari konsumen untuk perusahaan dan mengeluarkan uang untuk kepentingan perusahaan serta melaporkan posisi kas setiap hari untuk melaporkan seluruh operasi perusahaan.

m. Personalia

Jabatan tersebut mempunyai tugas-tugas sebagai berikut:

- Melancarkan fungsi pelayanan urusan kepegawaian perusahaan.
- Melaksanakan semua penerimaan dari luar perusahaan dan meneruskan kepada yang bersangkutan.

n. Instructor

Jabatan tersebut bertugas melatih dan membimbing para teknisi.

o. SA (Service Advisor)

Jabatan tersebut mempunyai tugas-tugas sebagai berikut:

- Berhubungan langsung dengan pelanggan dan menerima pelanggan.
- Menganalisa kerusakan kendaraan.
- Mengestimasi waktu dan biaya perbaikan kendaraan.
- Work Order (W/O).
- Memonitor perkembangan perbaikan kendaraan.
- Menerima work order.
- Menginformasikan job progress kendaraan kepada customer.
- Menindaklanjuti kegiatan setelah perbaikan.

p. Tool Keeper

Jabatan tersebut bertugas mengkoordinir dan menjaga semua alat-alat atau perlengkapan yang berhubungan dengan kebutuhan mekanik

q. Technician

Jabatan tersebut mempunyai tugas-tugas sebagai berikut:

- Memperbaiki kendaraan customer sesuai dengan yang tertera pada work order.
- Melaporkan kepada foreman jika mengalami kesulitan atau memerlukan penggantian sparepart.
- Menjaga kerapihan sarana yang ada di bengkel.
- Menjaga kebersihan dan perlengkapan kendaraan yang diperbaiki.

2.5 Produk PT. Automobil Jaya Mandiri

Wuling Indonesia memiliki 4 model produk yaitu Confero, Cortez, Air EV, dan Almaz. Wuling Confero dan Cortez adalah kendaraan berjenis MPV (Multi Purpose Vehicle), AirEV adalah kendaraan berjenis citycar bertenaga listrik, sedangkan Wuling Almaz adalah kendaraan jenis SUV (Sport Utility Vehicle).

2.5.1 Wuling Confero



Gambar 2. 3 Wuling Confero

Di Indonesia, mobil ini dipasarkan sejak tahun 2017 oleh SAIC-GM-Wuling Motor Indonesia sebagai produk pertamanya. Produk ini memiliki 5 pilihan warna yaitu sand brown, pristine white, carnelian red, starry black, dan dazzling silver.

Nama produk Wuling Confero diambil dari bahasa latin “confero” yang memiliki arti menyatukan. Arti tersebut mengandung makna yaitu dalam berkendara mampu menjaga kenyamanan dan keamanan dari para penumpang yang disatukan dalam kendaran Confero. Produk ini memiliki keunggulan yang terletak

pada bagian interior yang luas dan dirancang dengan mengutamakan pengalaman berkendara yang nyaman.

Untuk spesifikasi mesin produk Wuling Confero telah menggunakan kapasitas mesin 4 silinder 1500cc dengan teknologi katup dual DVVT, horse power 107ps / 5800rpm dengan torsi maksimal 142Nm/3800-4400rpm. Dengan kualitas produk yang tinggi dan harga yang terjangkau diharapkan produk Wuling Confero dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya.

2.5.2 Wuling Cortez



Gambar 2. 4 Wuling Cortez

Wuling Cortez merupakan produk kedua dari Wuling Indonesia setelah Confero. Wuling Cortez merupakan produk yang disebut the new choice of MPV karena masuk pada kelas mobil yang cukup ramai pesaing produk di Indonesia. Namun perbedaan produk Wuling Cortez dengan produk pesaing di kelasnya terletak pada

fitu-fitur tambahan seperti pada bagian *exterior*, *safety feature*, *interior*, dan *entertainment*.

Wuling Cortez memiliki mesin yang berbahan bakar bensin dengan kapasitas 1.8 liter. Mesin ini mampu memproduksi tenaga 129 hp pada 5.600rpm dan torsi maksimum 174nm, dengan system penggerak roda depan.

Wuling Cortez menyediakan dua pilihan transmisi yaitu otomatis i-AMT (intelligent automated mechanical transmission) dan transmisi manual dengan enam percepatan.

Produk Wuling Cortez juga memiliki fitur tambahan lain untuk keselamatan dan keamanan. Misal, tersedia fitur automatic vehicle holding (AVH) agar mobil tidak meluncur ke belakang. Kemudian terdapat juga fitur electronic stability control (ESC) yang berfungsi menjaga kestabilan berkendara secara otomatis ketika ada indikasi pengemudi mengalami kehilangan kendali.

2.5.3 Wuling Almaz

Wuling Almaz adalah salah satu model mobil yang diproduksi oleh Wuling Motors, sebuah produsen mobil asal Tiongkok yang mulai masuk pasar otomotif Indonesia pada tahun 2017. Mobil ini pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 2019 dan telah mendapatkan cukup perhatian di pasar mobil nasional. Berikut beberapa informasi mengenai Wuling Almaz di Indonesia:

1. **Varian dan Fitur:** Wuling Almaz tersedia dalam beberapa varian di Indonesia, dengan berbagai pilihan fitur dan harga yang sesuai. Salah satu fitur utama yang menonjol adalah sistem konektivitas bernama "Wuling Link" yang

memungkinkan pengemudi untuk mengakses berbagai fungsi melalui smartphone mereka, seperti navigasi, musik, dan informasi kendaraan.



Gambar 2. 5 Wuling Almaz

2. **Desain:** Almaz memiliki desain eksterior yang modern dan menarik, dengan garis-garis tajam dan elemen-elemen yang menciptakan tampilan yang elegan. Interior mobil ini juga dirancang dengan baik, dengan berbagai fitur kenyamanan dan hiburan.
3. **Mesin:** Mobil ini tersedia dalam dua varian mesin, yaitu mesin bensin dan mesin turbocharged. Mesin turbocharged biasanya lebih bertenaga dan efisien dalam hal konsumsi bahan bakar.
4. **Keamanan:** Wuling Almaz dilengkapi dengan berbagai fitur keamanan seperti airbags ganda, sistem pengereman anti-lock (ABS), sistem kontrol stabilitas

(ESC), dan fitur-fitur lainnya untuk meningkatkan keselamatan pengemudi dan penumpang.

2.5.4 Wuling Air EV



Gambar 2. 6 Wuling Air EV

Wuling Air EV merupakan mobil yang diproduksi oleh SGMW sejak tahun 2022. Wuling Air EV bermesin motor listrik yang bisa mengeluarkan tenaga yang mencapai 40 tenaga kuda dan torsi 125nm. Mobil ini diklaim dapat menyentuh top speed hingga 110km/h. Wuling Air EV adalah mobil bertenaga listrik yang diproduksi dan dijual secara massal dengan harga termurah yang dijual di Indonesia

2.6 Karakteristik Responden

Identitas responden disajikan untuk mengetahui keadaan atau latar belakang responden sebagai sampel. Identitas responden pada penelitian ini diuraikan melalui

pengelompokan berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan perbulan, dan berdasarkan lamanya memiliki mobil Wuling Confero.

Pengisian kuesioner penelitian dilakukan secara langsung saat bertemu dengan responden. Dari data yang telah diisi oleh responden, maka diperoleh kondisi responden tentang usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan perbulan, dan lama memiliki produk Wuling Confero.

2.6.1 Responden Berdasarkan Usia

Usia adalah deretan angka yang menjadi hitungan keberadaan seseorang di muka bumi ini. Usia dapat membedakan tingkat pemikiran seseorang mulai dari remaja sampai orang tua, maka hal ini memungkinkan terjadi adanya variasi jawaban responden. Tabel di bawah ini menunjukkan data karakteristik responden berdasarkan umur:

Tabel 2. 1 Responden Berdasarkan Usia

| No. | Usia (Tahun) | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|--------------|-------------------|----------------|
| 1. | ≤ 20 | 1 | 1.00 |
| 2. | 21-30 | 20 | 21.74 |
| 3. | 31-40 | 55 | 59.78 |
| 4. | 41-50 | 13 | 14.13 |
| 5. | >50 | 3 | 3.26 |
| Jumlah | | 92 | 100.00 |

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel tersebut, dapat kita lihat bahwa mayoritas responden berada pada kisaran usia 31-40 tahun dengan jumlah sebanyak 55 orang dan presentase 59.78%. Untuk responden dengan kisaran usia <20 tahun merupakan yang paling sedikit yaitu 1 orang. Dengan begitu dapat diketahui bahwa konsumen produk Wuling Confero mayoritas berada pada kisaran usia 31-40 tahun.

2.6.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah bentuk fisik yang membedakan antara laki-laki dan perempuan. Dalam pengumpulan data responden, karakteristik berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui perbandingan jumlah antara laki-laki dan perempuan yang menjawab pertanyaan penelitian. Berikut ini adalah data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 2. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No. | Jenis Kelamin | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|-----|---------------|-------------------|----------------|
| 1. | Laki-laki | 85 | 92.39 |
| 2. | Perempuan | 7 | 7.61 |
| | Jumlah | 92 | 100.00 |

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah laki-laki dengan jumlah 85 dan persentase 92.39%, sedangkan responden perempuan berjumlah 7 orang.

2.6.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan pun turut menjadi klasifikasi dari suatu penelitian karena pekerjaan sendiri berhubungan dengan penghasilan sehingga dapat memengaruhi keputusan penggunaan jasa mereka juga terhadap suatu produk. Berikut merupakan data pekerjaan yang sudah diklasifikasikan dari para responden :

Tabel 2. 3 Reponden Berdasarkan Pekerjaan

| No. | Pekerjaan | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|-----|---------------------|-------------------|----------------|
| 1. | Pelajar / Mahasiswa | 1 | 1.00 |
| 2. | Pegawai Swasta | 31 | 33.70 |
| 3. | BUMN | 23 | 25.00 |
| 4. | Wirausaha | 28 | 30.43 |
| 5. | Pegawai Negeri | 4 | 4.35 |

| | | | |
|---------------|-----------|-----------|---------------|
| 6. | TNI/Polri | 0 | 0 |
| 7. | Lainnya | 5 | 5.43 |
| Jumlah | | 92 | 100.00 |

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa pegawai swasta menjadi mayoritas dari responden dengan jumlah 31 responden (33.7%). Sedangkan pelajar menjadi responden paling sedikit dengan jumlah 1 orang. Dapat dikatakan bahwa pegawai swasta menjadi konsumen terbesar dari Wuling Confero.

2.6.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan adalah imbalan yang didapatkan oleh seseorang karena melakukan suatu pekerjaan tertentu. Pendapatan dalam penelitian ini mengacu pada total pendapatan. Berikut merupakan data dari pendapatan per bulan yang telah diklasifikasikan:

Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

| No. | Pendapatan | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|-----------------------------|-------------------|----------------|
| 1. | <Rp 5.000.000 | 14 | 15.22 |
| 2. | Rp5.000.000 – Rp10.000.000 | 39 | 42.39 |
| 3. | Rp10.000.001 – Rp15.000.000 | 26 | 28.26 |
| 4. | Rp15.000.001 – Rp20.000.000 | 11 | 11.96 |
| 5. | >Rp 20.000.000 | 2 | 2.17 |
| Jumlah | | 92 | 100.00 |

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat kita lihat bahwa mayoritas responden merupakan mereka yang berpendapatan dengan kisaran Rp5.000.000 – Rp10.000.000 sebanyak 39 orang dan sebesar 42.39% dari total jumlah responden. Untuk responden dengan kisaran pendapatan sebesar >Rp20.000.000 berjumlah paling sedikit yaitu 2 orang dan presentase sebesar 2.1%.

2.6.5 Responden Berdasarkan Lama Memiliki Produk Mobil Wuling

Confero

Lama memiliki produk merupakan pengelompokan dari kapan para responden membeli dan memiliki produk wuling confero. Berikut ini adalah data yang sudah dikumpulkan:

Tabel 2. 5 Responden Berdasarkan Lamanya Memiliki Produk

| No. | Rentang Waktu Berlangganan | Frekuensi (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|----------------------------|-------------------|----------------|
| 1. | < 1 Tahun | 0 | 0 |
| 2. | 1 s.d. 2 Tahun | 47 | 51.09 |
| 3. | >2 s.d. 3 Tahun | 33 | 35.87 |
| 4. | >3 Tahun | 12 | 13.04 |
| Jumlah | | 92 | 100.00 |

Sumber: Data Primer, 2023

Sesuai dengan tabel tersebut, bisa kita lihat bahwa mayoritas responden telah memiliki produk Wuling Confero sejak 1 sampai dengan 2 tahun.