

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Sejarah Singkat PT Panasonic Gobel Indonesia

Pada tahun 1954 Drs. H. Thayeb Moh. Gobel mendirikan perusahaan dengan nama PT Transistor Radio Manufacturing di daerah Cawang, Jakarta. Perusahaan tersebut merupakan pabrik dari radio transistor pertama di Indonesia yang dikenal dengan brand 'Tjawang'. Kemudian pada tahun 1957 Gobel menerima beasiswa *Colomba Plan* yang membawanya untuk melanjutkan studi ke Jepang hingga bertemu dengan Konosuke Matsushita yang merupakan pendiri dari Matsushita Electric Industrial Co., Ltd. Lalu pada tahun 1960 Gobel menandatangani perjanjian '*Technical Assistance Agreement*' antara PT Transistor Radio Manufacturing dengan Matsushita Electric Industrial Co., Ltd. Pada saat itu Matsushita ingin mengekspansi bisnisnya hingga ke Indonesia dan Gobel ingin mengembangkan industri elektronika di Indonesia, sehingga karena memiliki visi dan misi yang sama akhirnya dibuatlah perjanjian tersebut. Lalu pada tahun 1962 hasil dari perjanjian tersebut adalah terciptanya televisi hitam putih yang pertama di Indonesia untuk acara Asian Games. Lalu pada tahun 1970 seiring dengan bisnis yang terus berkembang serta adanya pembaharuan kebijakan pemerintah dimana modal asing boleh masuk asalkan menggandeng pengusaha lokal Indonesia, maka pada tanggal 27 Juli 1970 terbentuklah *Joint Venture* dengan Panasonic Corporation dibawah PT National Gobel. Kemudian seiring berjalannya waktu namanya perusahaan berganti menjadi Panasonic Manufacturing Indonesia (untuk perusahaan produksi) dan Panasonic Gobel Indonesia (untuk perusahaan sales).

Panasonic Gobel group di Indonesia memiliki beberapa perusahaan. Terdapat 5 perusahaan manufaktur yaitu PT Panasonic Manufacturing Indonesia, PT Panasonic Industrial Components Indonesia, PT Panasonic Gobel Energy Indonesia, PT Panasonic Gobel Life Solutions Manufacturing Indonesia, dan PT Panasonic Industrial Devices Batam. Lalu terdapat 3 sales company yaitu PT Panasonic Gobel Indonesia, PT Panasonic Eco Solution KDK Indonesia, dan PT Panasonic Gobel Life Solutions Sales Indonesia. Kemudian terdapat 1 insurance company yaitu PT Panasonic Insurance Service Indonesia. Dan 1 developer yaitu PT Panasonic Homes Gobel Indonesia.

2.2 Profil PT Panasonic Gobel Indonesia

2.2.1 Visi PT Panasonic Gobel Indonesia

“Mengingat tanggung jawab kami sebagai industrialis, kami akan mengabdikan diri demi kemajuan dan perkembangan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan usaha kami, dengan meningkatkan kualitas hidup di seluruh dunia.”

2.2.2 Misi PT Panasonic Gobel Indonesia

Tujuan dasar manajemen Panasonic Corporation dirumuskan pada tahun 1929 oleh pendirinya yaitu Konosuke Matsushita. Tujuan dasar tersebut adalah filosofi usaha Panasonic yang mewujudkan misi dan pengabdian kami demi kemajuan masyarakat dan kesejahteraan manusia di seluruh dunia melalui kegiatan usaha kami.

2.2.3 Filosofi Perusahaan

Kemajuan dan perkembangan dapat diwujudkan hanya melalui usaha bersama dan kerja sama dari setiap perusahaan kami. Dengan menyatukan semangat, kami

berjanji untuk menjalankan tugas-tugas perusahaan dengan penuh dedikasi, ketekunan, dan integritas.

2.2.4 Logo PT Panasonic Gobel Indonesia



Gambar 2. 1 Logo Perusahaan Panasonic

Sumber: PT Panasonic Gobel Indonesia

2.2.5 Produk PT Panasonic Gobel Indonesia

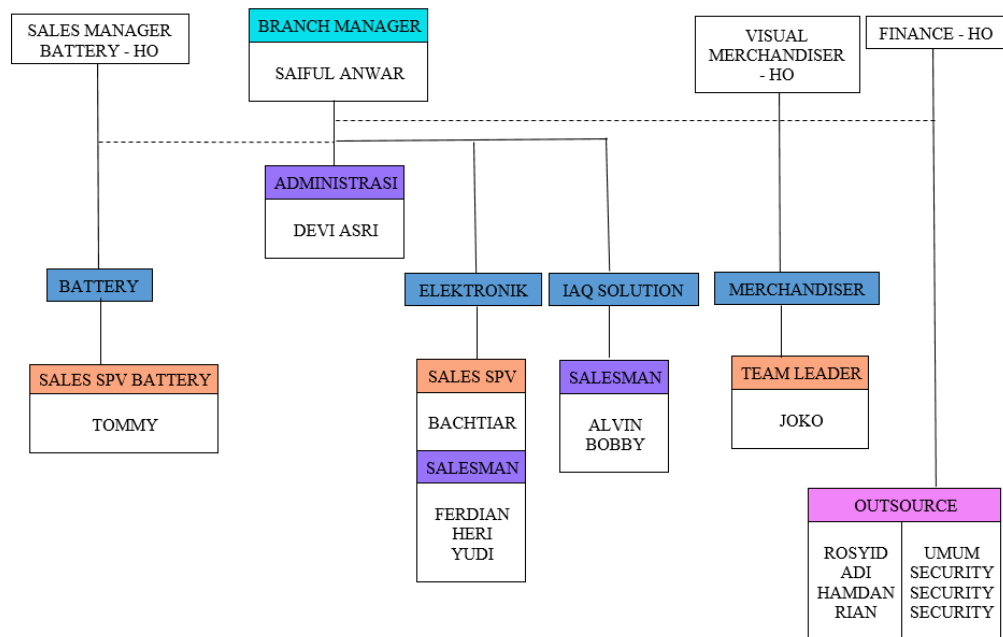
Panasonic memiliki beragam jenis produk-produk elektronik, diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Produk-Produk Panasonic

Jenis Produk	Produk
Home Entertainment	Televisi, Home Teater, Blu-ray & DVD, Headphone, Radio, Earphone
Camera & Camcorder	Lumix G Mirrorless (DSLM) Cameras, Lumix S Cameras, Lumix G Lenses Camcorders, Lumix Digital Cameras, Lumix S Lenses, Lumix Box-Style Camera, Lumix S Accessories
Home Appliances	Air Conditioners, Setrika, Kipas Angin, Vacuum Cleaners, Pompa Air, Water Dispenser, Home Shower, Bidet, Mesin Cuci, Air Purifiers
Kitchen Appliances	Lemari Es, Dish Dryers, Rice Cookers, Microwave Ovens, Bread maker
Beauty	Perawatan Wajah, Mens Grooming, Hair Dryer, Woman Shavers and Epilators, Catokan
Battery	Manganese, Lithium, Alkaline, Eneloop, Battery, Alkaline, Evolta Premium
Lampu	LED Lamp, Advance, Savvy C-Series, LED Emergency Light Mobilight, Fluorescent Tube, LED Candle, Light Capsule Eco
Home Communication	Single Line Phones, Cordless Phones

Sumber: PT Panasonic Gobel Indonesia, 2022

2.2.6 Struktur Organisasi



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Panasonic Gobel Indonesia Cabang Semarang

Sumber: PT Panasonic Gobel Indonesia, 2022

2.2.7 Job Deskripsi

2.2.7.1 Branch Manager

- Menjalankan kegiatan operasional pada kantor cabang.
- Melaporkan kemajuan kantor cabang kepada head office dan memastikan pelaporan dilakukan secara tepat waktu.
- Melakukan pengendalian serta pembinaan pada kantor cabang.
- Mengambil tindakan dan memastikan keberlangsungan kegiatan pada kantor cabang sesuai dengan SOP.
- Memastikan kerapihan, kelengkapan, dan keamanan segala dokumentasi sesuai SOP.
- Melakukan tindak lanjut terhadap hasil audit internal dan eksternal.

- Melakukan evaluasi terhadap hasil penjualan yang dicapai melalui sales supervisor.

2.2.7.2 Sales Supervisor

- Melakukan perumusan strategi pemasaran pada kantor cabang.
- Memastikan target penjualan dapat tercapai setiap bulannya.
- Memastikan salesman pada kantor cabang bekerja sesuai business plan.
- Membuat laporan terkait perkembangan penjualan setiap bulan.
- Merancang campaign yang menarik bagi dealer atau konsumen.
- Melakukan pengawasan terhadap salesman dan melakukan supervisi terhadap salesman.

2.2.7.3 Team Leader

- Meningkatkan penjualan melalui penataan tampilan display produk pada pameran atau pada toko.
- Mengawasi serta bertanggung jawab terhadap seluruh SPM (sales promotion man).
- Membuat laporan terkait penjualan dari masing-masing dealer.
- Membuat laporan terkait pencapaian penjualan masing-masing SPM.
- Memberikan update terbaru secara berkala mengenai progress penjualan di lapangan.

2.2.7.4 Salesman

- Melaksanakan strategi marketing kepada dealer-dealer yang dituju dalam rangka penjualan produk.

- Memasarkan produk sesuai dengan kuota dan business plan masing-masing.
- Memberikan laporan perkembangan penjualan kepada kepala cabang.
- Membuat PO (purchase order) yang berisi produk apa saja yang akan dipesan.
- Memantau penjualan pada dealer masing-masing.
- Memberikan surat tagihan kepada dealer yang telah melakukan pemesanan produk kepada perusahaan.
- Memaksimalkan penjualan melalui dealer dan down linanya.

2.2.7.5 Administrasi

- Melakukan input laporan penjualan dari salesman.
- Memastikan salesman telah membuat rencana penjualan.
- Membuat laporan terkait masing-masing dealer yang ada.
- Membantu salesman untuk berkomunikasi dan menghubungi dealer.
- Memastikan arsip dokumen penjualan disusun secara tepat sesuai SOP
- Input data PO
- Memastikan DO (delivery order) sudah tercatat dan ditindaklanjuti dengan benar.
- Memastikan produk pesanan dealer sudah dikirim sesuai dengan PO.
- Membuat invoice atau faktur penjualan.
- Membuat surat tagihan.
- Memastikan e-faktur atau faktur pajak sudah terdata dengan tepat.

- Memastikan arsip untuk PO, DO, dan faktur penjualan sudah benar dan tepat.

2.2.7.6 Security

- Menjaga dan memastikan keamanan dan ketertiban pada lingkungan kantor cabang.
- Memastikan perusahaan bebas dari segala ancaman.
- Menerima semua kiriman yang ditujukan untuk perusahaan.
- Menerima tamu untuk selanjutnya diteruskan kepada karyawan yang bersangkutan.
- Membantu pihak karyawan apabila memerlukan bantuan tenaga untuk memindahkan barang atau yang lainnya.

2.2.7.7 Umum

- Menjaga dan memastikan kebersihan dan kerapian lingkungan kantor cabang.
- Bertanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh arsip kantor cabang telah tersimpan dengan aman dan rapi.
- Menyiapkan konsumsi dan lainnya.

2.3 Identitas Responden

Identitas responden memberikan informasi tentang responden yang ada dalam suatu penelitian. Responden pada penelitian ini yaitu masyarakat Kota Semarang yang pernah melakukan pembelian kulkas merek Panasonic. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang yang memiliki latar belakang berbeda-beda. Di bawah ini akan disajikan data-data terkait identitas responden yang meliputi

jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, status marital, dan pendapatan perbulan.

2.3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada penelitian ini jenis kelamin responden dibedakan menjadi dua, yaitu pria dan wanita. Jenis kelamin yang berbeda dapat memungkinkan terjadinya perbedaan pola pikir dan persepsi dari responden. Adapun data responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 2 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Pria	43	43%
2	Wanita	57	57%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2.2 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan jenis kelamin pria sebanyak 43 orang dengan persentase 43% dan responden dengan jenis kelamin wanita sejumlah 57 orang dengan persentase 57%. Maka dapat diketahui bahwa pada penelitian ini terdapat lebih banyak responden wanita dibandingkan pria yang melakukan pembelian produk lemari es Panasonic. Kecenderungan lebih banyak wanita yang membeli lemari Panasonic dapat disebabkan oleh keragaman desain dari lemari es Panasonic. Produk lemari es Panasonic memiliki beragam desain mulai dari yang simpel hingga desain yang *girly*, terdapat pula beberapa pilihan warna yang cukup beragam. Sehingga dari keragaman desain dan warna tersebut dapat menjadi magnet yang menarik perhatian wanita untuk membeli lemari es Panasonic.

2.3.2 Responden Berdasarkan Usia

Data usia responden diperlukan untuk mengetahui distribusi usia dari konsumen kulkas Panasonic di Kota Semarang. Usia dapat menjadi indikator yang mengukur kedewasaan pemikiran responden dalam memberikan jawaban pada kuesioner yang dibagikan. Pada penelitian ini, kuesioner ditujukan kepada responden dengan usia minimal 20 tahun. Berikut terdapat tabel terkait data usia responden dalam penelitian ini:

Tabel 2. 3 Usia Responden

No	Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	20 – 29	24	24%
2	30 – 39	31	31%
3	40 – 49	13	13%
4	50 – 59	25	25%
5	60 – 69	7	7%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2.3 di atas diketahui bahwa responden dengan range usia 20 sampai 29 tahun sebanyak 24 orang, responden dengan range usia 30 sampai 39 tahun sebanyak 31 orang, responden dengan range usia 40 sampai 49 tahun sebanyak 13 orang, responden dengan range usia 50 sampai 59 tahun sebanyak 25 orang, dan responden dengan range usia 60 sampai 69 orang sebanyak 7 orang. Dari data tersebut maka dapat diketahui bahwa usia responden terbanyak yaitu pada rentang 30 sampai 39 tahun dengan persentase sebesar 31%. Di Kota Semarang masyarakat dengan rentang usia 30 sampai 39 tahun umumnya merupakan keluarga-keluarga muda, dengan demikian dapat diketahui bahwa lemari es Panasonic lebih banyak diminati oleh konsumen dari kalangan keluarga muda. Hal

ini dapat dikarenakan produk lemari es Panasonic memiliki fitur-fitur yang canggih, seperti fitur *inverter* penghemat energi. Sehingga hal tersebut dapat menarik perhatian bagi keluarga muda yang cenderung lebih modern dan melek teknologi untuk memilih lemari es Panasonic.

2.3.3 Responden Berdasarkan Status Marital

Status marital responden pada penelitian ini dibagi menjadi tiga, yaitu menikah, belum menikah, dan lainnya. Data status marital responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 4 Status Marital Responden

No	Status Marital	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Menikah	90	90%
2	Belum Menikah	9	9%
3	Lainnya	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2.4 di atas, diketahui bahwa status marital responden yang menikah terdapat sejumlah 90 orang, status marital responden yang belum menikah sejumlah 9 orang dan status marital lainnya sejumlah 1 orang yakni cerai. Maka dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak memiliki status marital menikah dengan persentase sebesar 90%. Mayoritas konsumen yang membeli produk lemari es Panasonic memiliki status marital menikah, dengan demikian menunjukkan bahwa lemari es menjadi salah satu barang elektronik yang merupakan kebutuhan utama dalam sebuah rumah tangga. Hal itu tentunya sangat sesuai, karena fungsi dari lemari es itu sendiri adalah untuk menyimpan dan menjaga kesegaran bahan makanan dan minuman dalam kehidupan sehari-hari.

2.3.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data terkait pendidikan terakhir dari responden diperlukan untuk mengetahui persebaran atau distribusi latar belakang pendidikan dari konsumen kulkas Panasonic. Data terkait pendidikan terakhir dari responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 5 Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	SD/Sederajat	0	0%
2	SMP/Sederajat	1	1%
3	SMA/Sederajat	16	16%
4	D1/D2/D3/D4	15	15%
5	S1/S2/S3	68	68%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 2.5 di atas, diketahui bahwa tidak ada responden yang memiliki pendidikan terakhir SD atau sederajat, adapun untuk responden yang memiliki pendidikan terakhir SMP atau sederajat terdapat sejumlah 1 orang, lalu responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA atau sederajat sebanyak 16 orang, responden yang memiliki pendidikan terakhir Diploma sebanyak 15 orang, dan responden yang memiliki pendidikan terakhir S1/S2/S3 sebanyak 68 orang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak memiliki pendidikan terakhir S1/S2/S3 dengan persentase sebesar 68%. Pendidikan dapat dikaitkan dengan pekerjaan, ketika seseorang memiliki pendidikan yang tinggi maka memperbesar peluang untuk memperoleh pekerjaan yang baik. Jika dikaitkan dengan keputusan pembelian, maka hal ini berkaitan dengan daya beli konsumen. Konsumen yang memiliki pekerjaan baik tentu memiliki daya beli yang baik pula,

dengan demikian, pada penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki daya beli yang baik sehingga dapat membeli lemari es Panasonic.

2.3.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Latar belakang pekerjaan responden diperlukan untuk mengetahui persebaran profesi atau pekerjaan dari konsumen kulkas Panasonic di Kota Semarang. Rincian data pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 6 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Pegawai Negeri	14	14%
2	Pegawai Swasta	45	45%
3	Wiraswasta	22	22%
4	Mahasiswa	0	0%
5	Lainnya	19	19%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan pada Tabel 2.6 di atas, diketahui responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 14 orang, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 45 orang, responden yang berwiraswasta sebanyak 22 orang, dan pekerjaan lainnya sebanyak 19 orang, sedangkan untuk responden dengan status pekerjaan sebagai mahasiswa tidak ada. Adapun untuk 19 responden yang memilih opsi lainnya dijabarkan sebagai berikut, yaitu bahwa 10 orang merupakan ibu rumah tangga, 6 orang merupakan pensiunan PNS, 1 orang buruh, 1 orang tenaga kesehatan, dan 1 orang bekerja di anak perusahaan BUMN. Dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak bekerja sebagai pegawai swasta dengan persentase sebesar 45%. Banyaknya responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pekerjaan yang baik yang dapat

memberikan kemampuan daya beli yang baik pula, sehingga responden memiliki daya beli untuk membeli produk lemari es Panasonic.

2.3.6 Responden Berdasarkan Pendapatan

Data berikut ini menunjukkan besar penghasilan atau pendapatan dari responden pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 7 Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	≤ Rp 2.000.000	16	7%
2	>Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	17	17%
3	>Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000	12	12%
4	>Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000	22	22%
5	>Rp 5.000.000	32	32%
6	Lainnya	1	10%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 2.7 tersebut, diketahui responden yang memiliki pendapatan kurang dari sama dengan Rp 2.000.000 sebanyak 16 orang, dimana terdapat 9 orang responden yang merupakan ibu rumah tangga sehingga memiliki pendapatan Rp 0 atau tidak berpenghasilan. Responden yang memiliki pendapatan lebih dari Rp 2.000.000 hingga Rp 3.000.000 sebanyak 17 orang, responden yang memiliki pendapatan lebih dari Rp 3.000.000 hingga Rp 4.000.000 sebanyak 12 orang, responden yang memiliki pendapatan lebih dari Rp 4.000.000 hingga Rp 5.000.000 sebanyak 22 orang, dan responden yang memiliki pendapatan lebih dari Rp 5.000.000 sebanyak 32 orang. Sedangkan 1 orang responden lainnya menyatakan memiliki pendapatan yang tidak tentu setiap bulannya. Dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak memiliki penghasilan lebih dari Rp

5.000.000 dengan persentase sebesar 32%. Berdasarkan informasi tersebut, menunjukkan bahwa mayoritas konsumen yang membeli produk lemari es Panasonic memiliki daya beli yang tinggi ditunjukkan dari jumlah penghasilan yang lebih dari Rp 5.000.000.

2.3.7 Responden Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal

Penelitian ini mengambil daerah penelitian pada Kota Semarang. Oleh karena itu diperlukan pengumpulan informasi terkait alamat tempat tinggal responden untuk mengetahui pemerataan persebaran responden dalam penelitian ini. Adapun informasi persebaran tempat tinggal responden dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2. 8 Persebaran Tempat Tinggal Responden

No	Kecamatan	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Banyumanik	6	6%
2	Candisari	9	9%
3	Gajah Mungkur	2	2%
4	Gayamsari	3	3%
5	Genuk	1	1%
6	Gunungpati	13	13%
7	Mijen	7	7%
8	Ngaliyan	6	6%
9	Pedurungan	10	10%
10	Semarang Barat	14	14%
11	Semarang Selatan	2	2%
12	Semarang Tengah	6	6%
13	Semarang Timur	4	4%
14	Semarang Utara	5	5%
15	Tembalang	11	11%
16	Tugu	1	1%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasar pada Tabel 2.8 mengenai persebaran tempat tinggal responden diperoleh informasi bahwa responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini

tersebar di berbagai kecamatan yang ada di Kota Semarang. Kecamatan dengan persebaran responden paling banyak yaitu Kecamatan Semarang Barat. Kemudian Kecamatan Gunungpati, Kecamatan Tembalang, dan Kecamatan Pedurungan. Berikutnya kecamatan dengan persebaran responden yang sedikit yaitu Kecamatan Gajah Mungkur, Kecamatan Gayamsari, Kecamatan Genuk, Kecamatan Semarang Selatan, dan Kecamatan Tugu. Dapat dilihat bahwa persebaran responden kurang merata dikarenakan terdapat kecamatan dengan persebaran yang banyak, namun juga terdapat beberapa kecamatan dengan persebaran responden yang sangat sedikit. Hal ini dikarenakan pada saat penelitian kuesioner tidak diberikan secara langsung, melainkan menggunakan bantuan *google form*. Sehingga pada saat proses pengumpulan sampel, penyebaran *google form* tidak dapat disesuaikan agar merata pada seluruh kecamatan-kecamatan yang ada, yang mengakibatkan pada saat analisis data barulah ditemukan bahwa persebaran responden yang ada masih kurang merata.