

BAB II

GAMBARAN UMUM ROCKET MOTOR COMPANY DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 Profile Perusahaan Rocket Motor Company

Skena otomotif di Indonesia selalu memiliki daya tarik tersendiri karena pergerakannya yang sangat dinamis. Baik dari model kendaraan yang dijual dengan agen pemegang merk, hingga komunitas yang terus menggidupkan skena otomotif dengan berbagai macam kegiatan. Rocket Motor Company atau biasa dikenal dengan RMC merupakan commercial brand dari Rocket Motor Indonesia yang fokus berbisnis dalam dunia automotive. Rocket dikenal sebagai showroom premium car builders khususnya showroom untuk specialist mobil klasik dan sport yang didalamnya terdapat penjualan mobil sports car, penjualan spare parts untuk sport car dan membuka jasa auto detailing untuk segala jenis mobil dengan mengutamakan good experience quality car. Perusahaan ini resmi berdiri pada tahun 2019 yang dimana rocket adalah salah satu anak perusahaan dari PT Daur Kelola Mandiri. Daur Kelola Mandiri atau biasa disebut DKM ini dikenal sebagai holding company yang mempunyai banyak anak perusahaan. Gedung Rocket Motor Company berada di lantai satu Gedung DKM yang berlokasi di Jl. RS Fatmawati no 1, Jakarta Selatan. Perusahaan ini sudah sudah dikenal masyarakat sekitar sebagai galeri yang menjadi medium sebagai sarana jual mobil hingga perawatan mobil ternama. Rocket sudah memiliki 35 unit sports car dengan merk ternama diantaranya Ferrari, Porsche, Aston Martin, Mustang, dan beberapa brand

menengah dari berbagai negara. Selain itu rocket juga menerima order by request dari customer untuk Pembangunan mobil sports duplikat mulai dari nol.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan Rocket Motor Company

Visi dan misi perusahaan merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dan juga merupakan hal yang penting bagi suatu perusahaan karena akan menjadi penuntun kearah tujuan yang jelas dan juga objektif. Berikut merupakan visi dan misi dari Rocket Motor Company.

2.2.1 Visi Rocket Motor Company

To be the most efficient, best service luxury automotive dealership in Indonesia. (menjadi dealer otomotif dengan servis terbaik dan paling efisien di Indonesia).

2.2.2 Misi Rocket Motor Company

By Building mutually beneficial relationship and create a positive difference to car communities around us. (dengan membangun hubungan yang saling menguntungkan dan menciptakan perbedaan positif bagi komunitas mobil di sekitar kita).

2.3 Nilai Perusahaan Rocket Motor Company

Nilai-nilai dalam suatu perusahaan merupakan prinsip dasar yang menjadi pedoman bagi seluruh aktivitas operasional dan kebudayaan kerja dalam perusahaan. Rocket Motor Company memiliki nilai-nilai perusahaan yang menjadi dasar dari operasional dan juga kebudayaan kerjanya. Beberapa nilai tersebut yaitu

1. Amanah : Bertanggung jawab atas tugas, keputusan dan tindakan yang diambil.
2. Harmonis : Menghargai setiap orang dengan berbagai latar belakang.
3. Kompeten : Menjunjung tinggi nilai kreativitas untuk perusahaan.
4. Kreativitas : Membangun lingkungan kerja yang aktif dan kondusif.
5. Adaptif : Berpegang teguh terhadap nilai, moral, dan beretika.
6. Kolaboratif : Cepat menyesuaikan diri untuk menjadi yang lebih baik, rela berkorban demi tujuan yang lebih besar, dan memberikan kesempatan kepada berbagai pihak dalam berkontribusi.

2.4 Logo Perusahaan Rocket Motor Company

Logo perusahaan merupakan symbol grafis yang unik, menggambarkan identitas dan citra dari suatu perusahaan. Berfungsi sebagai tanda pengenalan visual, logo tidak hanya membedakan satu perusahaan dengan perusahaan pesaingnya, tetapi juga menjadi wakil dari nilai-nilai, visi, dan juga misi perusahaan. Dalam proses desain, pemilihan elemen seperti warna, bentuk, dan juga simbol tidak hanya berdasarkan pertimbangan estetika, melainkan juga mempertimbangkan pesan yang akan disampaikan. Logo perusahaan dengan elemen-elemen tersebut, bukan hanya representasi visual, tetapi juga sebagai alat branding yang unggul. Memberikan pengalaman visual yang dikenali oleh konsumen, logo menciptakan identitas konsisten dan juga mendalam, membangun hubungan emosional antara perusahaan dan juga pemangku kepentingan.



Gambar 2 1 Logo Perusahaan

Lambang “Rocket” dijadikan filosofi oleh Rocket Motor Company karena roket merupakan salah satu jenis kendaraan yang sangat luar biasa. Filosofi ini diangkat oleh perusahaan dengan makna bahwa keadaan rocket seolah mampu membawa mimpi dan impian bagi banyak orang untuk terbang jauh ke angkasa dengan aman. Namun rocket juga memiliki resiko akan gagalnya penerbangan yang membayangi banyak orang, tetapi hal tersebut akan sebanding apabila rocket berhasil sampai di tujuan. Hal ini dapat di representasikan dengan perusahaan yang senantiasa berpegang pada mimpi besarnya walau mungkin nantinya akan memperoleh kesulitan dan tantangan, tetapi semua itu akan sebanding ketika perusahaan sudah mencapai kesuksesan sesuai yang di harapkan.

2.5 Jenis Produk Perusahaan Rocket Motor Company

Rocket Motor Company Merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang automotive yang menawarkan beberapa jenis produk dan jasa diantaranya adalah :

1. Mobil : Super car mulai dari brand menengah hingga luxury car

2. Sparepart Luxury Car : Velg, Ban, Lampu, dan Copotan mesin yang dapat dibangun
3. Jasa Auto Detailing : Pembersihan dan Perawatan ekstra secara mendetail baik interior, eksterior, bahkan sampai bagian dalam mesin untuk semua jenis mobil

2.6 Promosi perusahaan Rocket Motor Company

Promosi merupakan serangkaian strategi yang digunakan oleh Rocket Motor Company untuk memperkenalkan, mengkomunikasikan, dan meningkatkan kesadaran terhadap produk dan jasa yang ditawarkannya. Rocket Motor Company menggunakan berbagai saluran untuk membranding dirinya seperti melalui media pemasaran secara langsung maupun melalui iklan di media sosial. Selain itu Rocket Motor Company juga memberikan penawaran khusus yang dirancang untuk menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk memilih Rocket Motor Company sebagai solusi ketika mereka ingin menggunakan jasa auto detailing dengan harga yang terjangkau namun hasil sudah dipastikan memuaskan.

2.6.1 Jenis Promosi Rocket Motor Company

Berikut beberapa bentuk kegiatan promosi yang dilakukan oleh Rocket Motor Company :

1. Periklanan (Advertising) : Rocket Motor Company menjalankan iklan yang menampilkan semua produk dan jasa mereka di media sosial. Melalui website mereka dengan menampilkan web yang langsung terjaring pada link Google Ads, Instagram Ads, dan Facebook Ads yang merupakan platform

media sosial untuk menampilkan iklan dengan penargetan yang tepat ke audiens yang relevan.

Keuntungan : Iklan melalui Google Ads, Instagram Ads, dan Facebook Ads dapat menjaring konsumen dengan efektif sesuai target pasar yang dituju.

2. Hubungan Masyarakat (Publisitas) : Rocket Motor Company selalu mengikuti event automotive yang berada di Jakarta pada setiap tahun dan selalu mendapatkan ruang untuk bisa mempromosikan produk dan jasanya dengan menggelar pameran. Acara tersebut dihadiri oleh banyak petinggi negara, media ternama, reviewer mobil baik dari dalam negeri maupun luar negeri, dan pelanggan yang sangat potensial. Selain itu Rocket Motor Company juga selalu mengadakan “*Sunday Morning Ride*” atau biasa dikenal dengan sebutan Sunmory yang berkolaborasi dengan beberapa artis dan reviewer mobil ternama untuk meningkatkan citra merek .

Keuntungan : Publisitas dapat membantu Rocket Motor Company memperoleh liputan yang positif, meningkatkan kesadaran merek, dan memperkuat reputasi sebagai perusahaan bidang automotive di Jakarta Selatan, daerah Kemang terutama.

3. Penjualan Pribadi (Personal Selling) : Pemilik perusahaan dari Rocket Motor Company memanfaatkan relasi yang ada disekitar dan keahlian marketing yang ada pada dirinya untuk melakukan presentasi langsung dalam mengenalkan nama perusahaan.

Keuntungan : Interaksi dalam betatap muka ini penting untuk membangun hubungan dan meningkatkan kepercayaan antara konsumen dan perusahaan.

4. Promosi Penjualan (Sales Promotion) : Rocket Motor Company menawarkan diskon atau penawaran khusus selama periode tertentu, yaitu pada hari-hari besar yang ada di Indonesia. Selain itu Rocket Motor Company juga memberikan penawaran khusus “Customer Loyalty Card” yaitu menawarkan diskon yang biasanya hanya diberikan kepada konsumen yang sudah melakukan transaksi di Rocket Motor Company dengan minimal 10x transaksi. Penawaran ini berlangsung untuk selamanya dengan kategori diskon bebrbeda di setiap bulannya.

Keuntungan : Promosi ini dapat menarik pelanggan baru dan meningkatkan penjualan perusahaan dalam jangka waktu tertentu, terutama pada saat penjualan sedang mengalami penurunan.

2.7 Struktur Organisasi Perusahaan Rocket Motor Company

Struktur Organisasi menjadi faktor krusial bagi kelangsungan Rocket Motor Company dalam mengelompokkan jenis pekerjaan ke dalam koordinasi kerja serupa. Struktur organisasi diartikan sebagai suatu sistem atau jaringan kerja yang melibatkan tugas-tugas, pelaporan dan komunikasi yang saling berhubungan, sejalan dengan pekerjaan individu yang dikelompokkan. Struktur organisasi yang efektif dapat menghasilkan keselarasan dan kekompakan kerja, sekaligus memberikan kejelasan mengenai tanggung jawab pekerjaan, sehingga memudahkan Rocket Motor Company dalam menjalankan kegiatan

operasionalnya. Berikut struktur organisasi Rocket Motor Company dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.



Gambar 2 2 Struktur Organisasi Perusahaan

1. Owner Rocket Motor Company : Sebagai pemegang saham utama yang mendirikan dan mengelola perusahaan sesuai dengan visi dan misi nya, serta bertanggung jawab terhadap seluruh asset baik finansial maupun asset lainnya. Selain itu seorang owner perusahaan juga bertanggung jawab penuh untuk menjaga hubungan dengan klien, pemasok, dan mitra bisnis.
2. Direktur Perusahaan : Seseorang yang memimpin atau mengawasi departement dari sebuah perusahaan yang bertugas untuk melaporkan perkembangan tergantung dari struktur dan kebijakan yang telah ditetapkan. Direktur menciptakan kultur dan budaya yang positif dalam perusahaan

yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan serta operasional bisnis dapat berjalan secara sinergis dan kolaboratif.

3. General Manager Perusahaan : Manager yang memiliki semua tanggung jawab dalam suatu pekerjaan didalam perusahaan. General manager berkewajiban untuk memikul tanggung jawab dan membuat keputusan tentang pencapaian tujuan perusahaan serta fungsi utama dan kendali segala kegiatan didalam perusahaan.
4. Finance : Berkewajiban dan mempertanggung jawabkan segala bentuk transaksi keuangan perusahaan. Seperti melakukan pembayaran terhadap supplier, pencatatan transaksi pemasukan dan pengeluaran perusahaan berdasarkan tiap periode yang sudah ditentukan. Seorang finance harus jelas memahami alur arus informasi keuangan dalam perusahaan.
5. Operasional Manager : Bertanggung jawab dalam mengelola seluruh persoalan yang berlangsung dalam perusahaan mulai dari tenaga kerja, maupun barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.
6. Staf Digital Marketing : Bertanggung jawab atas branding produk dan jasa yang dimiliki oleh perusahaan. Seorang digital marketer harus mampu menggunakan chanel digital media sosial dan membaca sasaran iklan dengan tepat dan memanfaatkan setiap data yang diperoleh untuk pengembangan penjualan
7. Marketing Sales : Bergerak dalam kegiatan promosi penjualan untuk berkomunikasi langsung atau berinteraksi secara tatap muka dengan target

konsumen menggunakan sikap dan Bahasa yang santun dan juga mudah dimengerti.

8. Editing dan Konten Creator : Seseorang yang bertanggung jawab penuh atas materi dengan ide-ide kreatifitas yang dimiliki dalam menambahkan nilai edukasi dan hiburan.

2.8 Karakteristik Responden

Karakteristik responden menjadi gambaran secara umum mengenai profil subyek penelitian yang ditunjuk sebagai data primer. Karakteristik responden pada penelitian ini merupakan konsumen dari Rocket Motor Company dengan jumlah sebanyak 100 responden. Berikut ini merupakan karakteristik responden pada penelitian :

2.8.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin menjadi klasifikasi gender konsumen Rocket Motor Company. Berikut adalah jenis kelamin responden pada penelitian ini disajikan pada table dibawah ini :

Tabel 2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	84	84
2.	Perempuan	16	16
Jumlah		100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.1 menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 84% sementara responden berjenis kelamin perempuan sebanyak

16%. Maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan mayoritas responden penelitian ini berjenis kelamin laki-laki.

2.8.2 Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan suatu variabel yang dapat mempengaruhi cara individu dalam berpikir, bertindak, dan bertingkah laku. Dalam penelitian ini usia seorang responden dapat mempengaruhi. Berdasarkan dari hasil perhitungan maka usia responden dapat dikelompokkan sebagai berikut :

Tabel 2.2 Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	21-25	38	38
2.	26-30	35	35
3.	31-35	15	15
4.	36-40	7	7
5.	41-45	3	3
6.	46-50	1	1
7.	51-55	1	1
Jumlah		100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2.2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada di kisaran usia 21-25 tahun dengan presentase sebesar 38% dengan diikuti oleh responden yang berusia 26-30 tahun dengan presentase 35%. Hal ini disebabkan karena dunia automotive khususnya jasa auto detailing kerap diminati oleh anak muda yang baru memasuki usia remaja dimana mereka sudah menginjak masa legalnya untuk mencoba hal baru dikalangan mereka yang dimana dunia automotive saat ini sangat diminati oleh sekelompok anak muda. Sementara itu, responden lainnya memiliki frekuensi usia yang jauh lebih rendah dengan kelompok 31-35 sebesar

15% tahun, 36-40 tahun sebesar 7%, 41-45 tahun sebesar 3%, 46-50 tahun sebesar 1%, dan 51-55 tahun juga sebesar 1%.

2.8.3 Responden Berdasarkan Domisili

Identitas responden ditinjau dari daerah tempat tinggal dari responden dimana sebagai pertimbangan jangkauan dalam memutuskan penggunaan jasa auto detailing di Rocket Motor Company. Domisili ini berdasarkan persebaran tempat tinggal responden yang khususnya berada di DKI Jakarta. Berikut adalah persebaran domisili responden dalam penelitian.

Tabel 2.2 Responden Berdasarkan Domisili

No.	Domisili	Jumlah	Persentase
1.	Jakarta Timur	57	67
2.	Jakarta Selatan	22	22
3.	Jakarta Pusat	13	13
4.	Jakarta Utara	8	8
Jumlah		100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2024

Tabel 2.3 menunjukkan bahwa terdapat 4 domisili dari responden yang ditinjau berdasarkan domisilinya. Responden berdomisili di Jakarta Timur mendominasi dengan jumlah sebanyak 57 responden (57%), kemudian yang tinggal masing-masing di Jakarta Selatan sebanyak 22 responden (22%) , Jakarta Pusat sebanyak 13 responden (13%) dan Jakarta Utara sebanyak 8 responden (8%). Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden bertempat tinggal di Jakarta Timur.

2.8.4 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan seorang responden menjadi kegiatan aktif yang dilakukan untuk mendapatkan penghasilan. Adapun jenis pekerjaan responden pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2.4 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	PNS/TNI/POLRI	10	10
2.	Pegawai Swasta	39	39
3.	Wiraswasta	23	23
4.	Mahasiswa	24	24
5.	Lain-lain	4	4
Jumlah		100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan data yang diperoleh, jenis pekerjaan meliputi pelajar/mahasiswa berjumlah 24 responden, PNS/TNI/POLRI berjumlah 10 responden, pegawai swasta berjumlah 39 responden, wiraswasta berjumlah 23 responden, Ibu rumah tangga berjumlah 2 responden dan freshgraduate berjumlah sebanyak 2 responden yang dimasukkan kedalam tabel lain-lain. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta.

2.8.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

Pengeluaran per bulan seorang responden menjadi tanda bahwa bagaimana responden menggunakan pendapatan untuk keperluan dan kebutuhan selama per bulan. Berikut kisaran tingkat pengeluaran per bulan yang disajikan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 2.5 Responden Berdasarkan Pengeluaran Per bulan

No.	Pengeluaran Perbulan	Jumlah	Persentase
1.	≤Rp 2.500.000	13	13
2.	>Rp 2.500.000 - Rp 5.000.000	18	18
3.	>Rp 5.000.000 - Rp 7.500.000	35	35
4.	>Rp 7.500.000 - Rp 10.000.000	13	13
5.	>Rp 10.000.000	21	21
Jumlah		100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2024.

Berdasarkan tabel 2.5 terlihat bahwa mayoritas responden memiliki pengeluaran per bulan sebesar Rp 5.000.000 - Rp 7.500.000 yaitu berjumlah sebanyak 35 responden. 13 orang responden lain memiliki pengeluaran perbulan Rp 2.500.000, 18 orang responden memiliki pengeluaran perbulan Rp 2.500.000 - Rp 5.000.000, serta 13 orang responden memiliki pengeluaran perbulan Rp 7.500.000 - Rp 10.000.000 dan 21 orang responden memiliki pengeluaran perbulan Rp 10.000.000. maka dari itu dapat disimpulkan bahwa penghasilan rata-rata responden dalam satu bulan berkisar sebesar Rp 5.000.000 - Rp 7.500.000.