

BAB II

GAMBARAN UMUM PT NASMOCO GOMBEL

2.1. Gambaran Umum PT Nasmoco Gombel

PT Nasmoco merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan dan jasa, khususnya dalam penjualan kendaraan bermotor merek Toyota serta layanan purna jualnya (after sales service). Perusahaan ini merupakan anak perusahaan dari PT New Ratna Motor, yang telah berdiri sejak tanggal 15 April 1961. Pada awal berdirinya, perusahaan ini bernama PT Ratna Dewi Motor Company dan didirikan oleh Bapak Agustinus Hardjo Budi. Fokus utama perusahaan sejak awal adalah memasarkan kendaraan Toyota di wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dengan meningkatnya permintaan pasar dan pertumbuhan penjualan yang signifikan, PT New Ratna Motor kemudian memutuskan untuk memperluas layanan dengan membentuk divisi pelayanan purna jual. Langkah ini diambil untuk memberikan pelayanan perawatan dan perbaikan kendaraan kepada pelanggan. Namun, pada saat itu, perusahaan belum memiliki fasilitas dan peralatan yang memadai sehingga pelayanan dilakukan secara langsung dari rumah ke rumah.

Sebagai bentuk pengembangan layanan yang lebih terstruktur, pada bulan Februari 1971 PT New Ratna Motor mendirikan showroom pertama yang dilengkapi dengan bengkel serta fasilitas penyediaan suku cadang di Jalan Pemuda No. 72, Semarang. Hal ini menjadi tonggak awal pengembangan layanan purna jual Toyota di wilayah tersebut. Perusahaan terus menunjukkan perkembangan positif, terutama setelah mendapatkan dukungan dari PT Toyota Astra Motor. Pada tanggal

30 Agustus 1972, PT New Ratna Motor secara resmi ditunjuk sebagai Authorized Toyota Main Dealer atau dealer utama resmi Toyota untuk wilayah Jawa Tengah dan DIY. Penunjukan ini menjadikan PT New Ratna Motor sebagai perwakilan utama Toyota di wilayah tersebut dan mendorong ekspansi perusahaan melalui pendirian dealer-dealer resmi di berbagai kota.

Sejak tahun 1974, PT New Ratna Motor mulai mendirikan jaringan dealer yang lebih luas di berbagai wilayah cakupan. Dealer-dealer tersebut menyediakan tiga layanan utama, yaitu penjualan kendaraan, pelayanan bengkel, dan penyediaan suku cadang. Sistem ini dikenal dengan istilah VSP (Vehicle, Service, and Parts). Sebagai bagian dari pengembangan tersebut, pada tanggal 20 Agustus 1977, didirikanlah PT Nasmoco (New Asiatic Motor Company).

Salah satu cabang penting dari PT Nasmoco adalah PT Nasmoco Gombel, yang secara resmi berdiri pada tanggal 3 Maret 2005 dan berlokasi di Jalan Setiabudi No. 22, Semarang. Dealer ini didirikan untuk memperkuat jaringan layanan Toyota di wilayah Semarang dan sekitarnya. Sejak berdiri, PT Nasmoco Gombel telah berkembang dengan pesat dan menjadi salah satu dealer andalan dengan berbagai fasilitas dan pelayanan yang lengkap.

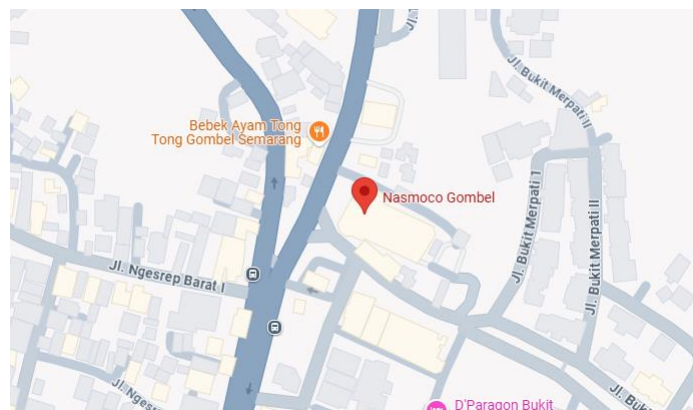
Pada tahun 2023, PT Nasmoco Gombel mencatat prestasi sebagai dealer dengan penjualan tertinggi di antara seluruh jaringan dealer Nasmoco. Keberhasilan ini dicapai di bawah kepemimpinan Bapak FX. Rachmat Dwi Asnanto selaku pimpinan dealer. Selain itu, keberhasilan tersebut juga didukung oleh peran aktif tim manajemen, antara lain: Bapak Tri Sadono sebagai Supervisor Marketing, Bapak Ari Novianto, Bapak Haryo Adi Prestyanto sebagai ADH (Assistant Dealer

Head), Bapak Ardi Rimbawan sebagai Kepala Bengkel, serta total 77 orang karyawan yang bekerja dengan dedikasi tinggi.

Hingga saat ini, PT Nasmoco Gombel tetap konsisten sebagai dealer terbaik dan terbesar di wilayah Jawa Tengah dan DIY. Perusahaan terus berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada seluruh konsumennya dengan menciptakan suasana kerja yang positif, menjunjung tinggi rasa saling menghargai, serta menjadikan profesionalisme sebagai nilai utama dalam menjalankan operasionalnya. Komitmen tersebut selaras dengan slogan perusahaan, yaitu "Nasmoco GREAT", yang mencerminkan semangat untuk terus berkembang dan memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan.

2.2. Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan merupakan faktor strategis yang memengaruhi operasional dan pertumbuhan bisnis. Lokasi yang tepat meningkatkan aksesibilitas bagi karyawan, pelanggan, dan mitra bisnis serta mendukung efisiensi layanan dan distribusi.



Gambar 2.1 Lokasi PT. Nasmoco Gombel

Sumber: PT Nasmoco Gombel (2024)

PT. Nasmoco Gombel berlokasi di Jl. Setia Budi No.22, Ngesrep, Kec. Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah 50269. Perusahaan ini adalah salah satu cabang dealer dari PT Nasmoco di daerah DIY dan Jawa Timur. Lokasi ini dipilih tepat dengan beberapa pertimbangan sebagai berikut:

a. Fasilitas Transportasi

PT. Nasmoco Gombel Semarang berada di lokasi yang strategis karena berada di jalur luar daerah ke selatan Jawa Tengah dan mudah diakses dengan kendaraan umum maupun pribadi.

b. Tenaga Kerja

PT. Nasmoco Gombel Semarang menetapkan lokasinya di area padat penduduk untuk mempermudah akses tenaga kerja, sehingga lebih mudah merekrut karyawan sesuai kebutuhan.

c. Minat Konsumen

PT. Nasmoco Gombel Semarang berada di kawasan perumahan dan pertokoan menarik pelanggan, terutama warga sekitar yang membutuhkan transportasi untuk aktivitas sehari-hari.

2.3. Visi dan Misi PT Nasmoco Gombel

Misi dan visi adalah bagian penting dari setiap organisasi atau perusahaan, dengan berbagai tujuan yang berbeda sesuai dengan jalan yang ingin dicapai. Visi dan misi biasanya disusun saat perusahaan didirikan karena keduanya menjadi landasan utama. Oleh karena itu, peran visi dan misi sangat penting yang tentunya

berlaku untuk PT. Nasmoco Semarang. Perusahaan memerlukan budaya kerja yang menjadi pedoman perilaku untuk mewujudkan visinya.

2.3.1. Visi PT Nasmoco Gombel

Visi adalah pernyataan yang menggambarkan kondisi dan atribut yang ingin diwujudkan oleh suatu organisasi di masa depan. Pernyataan ini harus relevan dalam berbagai situasi dan fleksibel untuk beradaptasi dengan perubahan. Ada pun visi PT. Nasmoco Semarang yaitu :

“Menjadi pelaku bisnis dibidang otomotif yang profesional, berkualitas dan sebagai pemimpin pasar di era global”

PT Nasmoco Gombel memiliki visi dalam meningkatkan pelayanan, meningkatkan kualitas produk, dan berorientasi pada bisnis di dalam dan di luar negeri (Indonesia). Perusahaan dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan dengan membangun jaringan global.

2.3.2. Misi PT Nasmoco Gombel

Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dilakukan oleh lembaga untuk mewujudkan visinya. Misi harus menjadi tujuan yang nyata dan dapat memberikan petunjuk garis besar tentang cara mencapainya. Ada pun visi PT. Nasmoco Semarang yaitu :

“Meningkatkan profesionalisme karyawan dengan berbasis teknologi modern untuk memberikan totalitas kepuasan customer dan menghasilkan keuntungan yang optimal bagi pemegang saham. Terus berusaha meningkatkan kesejahteraan karyawan, serta ikut berperan dalam kepedulian lingkungan dan sosial”.

Misi PT Nasmoco Gombel berfokus pada peningkatan profesionalisme karyawan melalui pemanfaatan teknologi modern guna memberikan pelayanan terbaik dan mencapai kepuasan pelanggan secara total. Dengan tenaga kerja yang kompeten dan sistem yang canggih, perusahaan berupaya memenuhi kebutuhan pelanggan serta menciptakan keuntungan optimal bagi pemegang saham guna memastikan keberlanjutan bisnis.

Selain itu, PT Nasmoco Gombel juga berkomitmen untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan dengan berbagai fasilitas dan program pendukung. Tidak hanya berorientasi pada profit, perusahaan turut berperan dalam kepedulian terhadap lingkungan dan sosial, menunjukkan tanggung jawabnya dalam menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan ekosistem sekitar. Melalui misi ini, PT Nasmoco Gombel berusaha mencapai keseimbangan antara pertumbuhan bisnis, kepuasan pelanggan, kesejahteraan karyawan, serta kontribusi terhadap lingkungan dan masyarakat.

2.4. Budaya PT Nasmoco Gombel

Untuk mencapai tujuan perusahaan, komunikasi dikenal sebagai budaya perusahaan. Di PT. Nasmoco Semarang, budaya pelayanan berbasis 5S berfokus pada memberikan layanan terbaik dan memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan menempatkan pelanggan di urutan teratas.

- Senyum, untuk membuat pelanggan merasa nyaman saat mereka masuk ke dealer, showroom, atau perusahaan, karyawan di depan harus memberikan senyuman hangat.

- Sapa, pelanggan harus disapa dengan ramah saat mereka masuk ke dealer, showroom, atau lingkungan perusahaan.
- Salam, untuk menunjukkan keakraban dan perhatian kepada pelanggan, salam dan jabat tangan harus dilakukan.
- Sopan, menghormati dan menjaga nama baik perusahaan dengan berbicara dengan sopan dan ramah serta tidak menyinggung perasaan pelanggan
- Santun, untuk mempertahankan kepercayaan dan mencegah pelanggan merasa dipermainkan atau dilecehkan, perilaku yang santun harus selalu ditunjukkan.

Kegiatan pemeliharaan dan perawatan juga penting dalam suatu perusahaan agar karyawan dapat bekerja dengan lancar. Divisi Service memastikan bahwa kondisi suatu barang, alat, atau mesin selalu siap untuk digunakan. PT Nasmoco Gombel menerapkan budaya 5R pada karyawan divisi servis dengan tujuan dapat bekerja dengan baik dan efisien sehingga akan mengurangi gangguan bekerja Budaya 5R Divisi Service sebagai berikut :

- Rawat, rawat berarti menjaga suatu objek atau alat agar tidak rusak dan memperbaikinya jika perlu.
- Ringkas, ringkas didefinisikan sebagai tempat di mana peralatan dan perlengkapan ditempatkan dengan teratur, serta segala sesuatu yang dibutuhkan karyawan dapat diambil dengan mudah dan cepat, meningkatkan efisiensi.
- Rapih, pelanggan akan mendapatkan kesan yang baik jika karyawan berpenampilan rapi, lingkungan kerja bersih, dan bekerja secara profesional.

- Resik, resik didefinisikan menyingkirkan hal yang tidak perlu di tempat kerja serta menjaga kebersihan dan keamanan lingkungan kerja.
- Rajin, jika segala sesuatu dilakukan secara teratur dan tulus, itu akan menguntungkan baik diri sendiri maupun perusahaan yang bekerja.

PT. Nasmoco Gombel memastikan bahwa setiap pekerja bekerja dalam kondisi yang mendukung produktivitas dan keselamatan dengan menerapkan budaya 5R. Namun demikian, PT. Nasmoco Gombel juga mengadopsi prinsip "Catur Marga Perusahaan" sebagai pedoman strategis dalam menjalankan bisnisnya untuk mencapai tujuan jangka panjang yang lebih luas.

Catur Marga Perusahaan adalah konsep mengacu pada empat prinsip atau jalur utama yang menjadi pedoman dalam menjalankan kegiatan operasional agar sesuai dengan visi dan misi yang telah ditetapkan. Berikut catur marga yang diadaptasi oleh PT Nasmoco Gombel :

- Perusahaanku adalah sawah ladangku
- Pembaharuan untuk kemajuan harus kulakukan
- Hari ini saya harus lebih baik dari kemarin
- Kemajuan perusahaan adalah kesejahteraan bagi karyawan.

Budaya PT Nasmoco Gombel terakhir adalah filosofi kerja yang dikemas dalam seruan "Nasmoco GREAT". Filosofi ini mencerminkan prinsip utama perusahaan dalam mencapai keunggulan dan pertumbuhan berkelanjutan. Nasmoco GREAT adalah filosofi kerja dan nilai-nilai inti PT Nasmoco yang diterapkan dalam operasi perusahaannya. Akronim "GREAT" menggambarkan lima prinsip utama yang menjadi pedoman bagi perusahaan dan seluruh karyawannya dalam

mencapai keunggulan bisnis, pelayanan pelanggan, dan pertumbuhan perusahaan.

Berikut ini adalah penjelasan lebih lanjut tentang setiap komponen dalam.



Gambar 2.2 Logo Nasmoco GREAT

Sumber: PT Nasmoco Gombel (2024)

Berikut adalah arti dari setiap akronim dalam “GREAT” :

- Give Delight Experience

Berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang melebihi ekspektasi dengan menonjolkan sikap kepedulian, responsif untuk membantu, dan berfokus pada customer.

- Respect for Others

Berempati terhadap sesama dengan membangun kerjasama serta komunikasi terbuka, hingga memberikan apresiasi pada sesama.

- Excellent Performance

Mengerahkan kinerja yang maksimal dan terbaik, kerja keras, optimis, dan fokus terhadap target.

- Always be Professional

Berkompetisi dengan sehat, integritas tinggi, berkomitmen, dan tanggung jawab.

- Take Action to Improve

Mengambil langkah untuk memperbaiki secara kontinyu, berpikiran terbuka, giat belajar yang tinggi dan inovatif.

"Nasmoco GREAT" bukan hanya sekadar slogan, tetapi merupakan pedoman utama yang mengarahkan setiap langkah dan keputusan di Nasmoco Group. Dengan menerapkan nilai-nilai ini dalam budaya perusahaan, Nasmoco berupaya menciptakan lingkungan kerja yang kondusif serta memberikan layanan terbaik bagi pelanggan.

2.5. Logo PT Nasmoco Gombel

Setiap perusahaan pasti memiliki logo yang biasanya berfungsi sebagai tanda pengenal. Berikut ini adalah logo dari PT Nasmoco Gombel Semarang :



Gambar 2.3 Logo Nasmoco

Sumber: PT Nasmoco Gombel (2024)

PT. Nasmoco memiliki identitas visual yang kuat dan mudah dikenali sebagai salah satu dealer resmi Toyota terkemuka di Indonesia. Filosofi dan komitmen perusahaan terhadap kualitas diwakili oleh logo mereka lebih dari

sekedar gambar. Berikut ini penjelasan makna di balik setiap elemen logo Nasmoco:

a. Siluet Mobil Bertumpuk

Logo ini terdiri dari tiga siluet mobil yang dihiasi dengan warna kuning, oranye, dan merah yang melambangkan produk utama Nasmoco yaitu Mobil Toyota. Siluet ini menggambarkan pergerakan dinamis perusahaan menuju pembaharuan. Palette warna yang diinspirasi oleh Toyota Racing Development (TRD) adalah campuran merah, orange, dan kuning. PT. Nasmoco memiliki keunggulan dalam memberikan layanan berkualitas prima dengan cepat.

b. Tulisan “NASMOCO”

Identitas perusahaan yang kuat dan terpercaya ditunjukkan oleh namanya yang tebal dan tegas, "NASMOCO". Kesan kuat dan mewah diberikan oleh warna hitam tulisan Nasmoco.

c. Tulisan “AUTHORIZED TOYOTA DEALER”

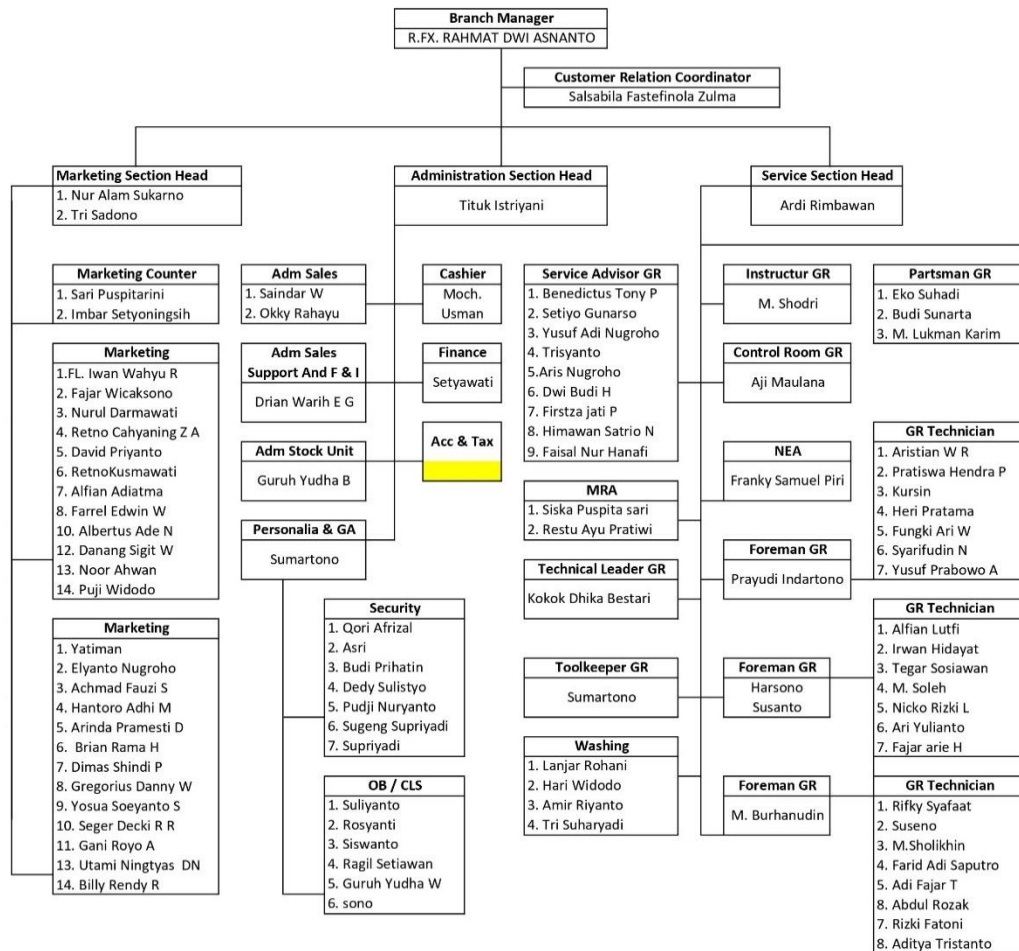
Fasa ini menegaskan status Nasmoco sebagai dealer resmi Toyota, memberikan jaminan kualitas dan keaslian produk Toyota. Tulisan ini sangat jelas untuk calon konsumen.

Logo Nasmoco mencerminkan citra perusahaan sebagai organisasi yang maju dan inovatif dengan estetika yang dinamis dan kontemporer. Warna-warna cerah dalam logo tersebut menunjukkan semangat dan optimisme yang ingin disampaikan oleh perusahaan lebih dari sekedar dekorasi.

Logo Nasmoco terdiri dari tiga bayangan mobil yang bertumpuk yang menggambarkan tiga elemen bisnis perusahaan: karyawan, pelanggan, dan pemilik. Komposisi dan gradasi warna pada bayangan mobil menunjukkan filosofi bahwa ketiga unsur tersebut bersatu untuk mencapai tujuan yang sama, yaitu saling memberikan kepuasan. Secara keseluruhan, desain logo Nasmoco sangat mudah diingat, sehingga pelanggan lebih mudah menghubungkannya dengan merek Nasmoco.

2.6. Struktur Organisasi

PT Nasmoco Gombel menggunakan struktur organisasi fungsional. PT Nasmoco Gombel melakukan pembagian kerja berdasarkan fungsi masing-masing manajemen. Berikut struktur organisasi PT Nasmoco Gombel:



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Nasmoco Gombel Semarang

Sumber: PT Nasmoco Gombel (2024)

Setiap karyawan di PT Nasmoco Gombel memiliki tugas dan tanggung jawab yang terstruktur sesuai dengan posisi mereka. Deskripsi posisi dibuat untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang tanggung jawab, tanggung jawab, dan syarat pekerjaan. Pembagian tugas yang sistematis membantu kolaborasi tim, efisiensi operasional, dan pengembangan karir karyawan sesuai dengan kemampuan mereka. Berikut ini deskripsi jabatan PT Nasmoco Gombel:

a. Branch Manager (Kepala Cabang)

Branch Manager bertanggung jawab atas operasional cabang, seperti target penjualan, pelayanan, dan keuntungan. Memimpin strategi bisnis. memastikan

koordinasi antar divisi, dan mengambil keputusan strategis untuk pertumbuhan perusahaan. Selain itu, kepala cabang memiliki wewenang untuk menganalisis kinerja cabang dan menyusun rencana perbaikan untuk meningkatkan efisiensi operasional.

b. *Customer Relation Coordinator (CRC)*

CRC bertanggung jawab dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan memastikan kepuasan pelanggan. Bertugas untuk menangani keluhan pelanggan, menyelesaikan masalah, dan mengelola komunikasi antara pelanggan dan perusahaan. Selain itu, CRC bertanggung jawab untuk menganalisis umpan balik pelanggan untuk membantu meningkatkan layanan pelanggan perusahaan.

c. *Marketing Section Head (Supervisor)*

Marketing Section Head bertanggung jawab untuk memimpin tim pemasaran dan bertanggung jawab untuk membangun strategi pemasaran yang akan meningkatkan penjualan kendaraan. Pemimpin dalam posisi ini diharuskan untuk melihat tren pasar dan persaingan serta membuat kampanye pemasaran yang efektif. Selain itu, supervisor juga bertanggung jawab untuk membantu tim pemasaran mencapai tujuan mereka.

1. *Sales*

Sales bertugas dalam mencari konsumen baru, membangun jaringan pemasaran, dan mencapai target penjualan mobil. Bertugas meyakinkan calon pembeli untuk melakukan transaksi. Tim penjualan harus mampu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan menawarkan pilihan kendaraan yang tepat.

2. *Sales Counter*

Sales Counter adalah orang pertama yang melayani pelanggan di konter.

Sales Counter ditugaskan untuk memberikan informasi rinci tentang produk, membantu konsumen dalam proses pembelian kendaraan, dan memastikan bahwa mereka mendapatkan pelayanan terbaik. Selain itu, peran ini juga mencakup membangun hubungan baik dengan konsumen untuk meningkatkan peluang penjualan.

d. *Administration Head Section (ADH)*

Administration Head Section (ADH) bertanggung jawab atas semua aktivitas administrasi di cabang. Salah satu tanggung jawabnya adalah mengelola administrasi keuangan, personalia, dan operasional umum. Selain itu, ADH bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pencatatan administrasi dilakukan secara teratur dan akurat untuk membantu bisnis berjalan dengan baik.

1. *Personalia dan General Affair (GA)*

Personalia dan *General Affair (GA)* bertanggung jawab atas kepegawaian dan kebutuhan operasional kantor. Salah satu tanggung jawabnya adalah mengawasi proses rekrutmen karyawan, menjaga kesejahteraan karyawan, dan memastikan bahwa lingkungan kantor tetap dalam kondisi baik untuk memberikan lingkungan kerja yang nyaman dan produktif.

2. *Administration Sales*

Administration Sales menangani semua transaksi penjualan kendaraan. Salah satu tugas utamanya adalah menjaga dokumen kendaraan seperti

STNK dan BPKB, mencatat transaksi, dan memastikan bahwa semua pembayaran dari pelanggan diproses dengan benar. Untuk menjaga sistem penjualan kendaraan perusahaan berjalan lancar.

3. *Administration Stock Unit*

Administration Stock Unit memiliki tanggung jawab untuk mengelola stok kendaraan seperti mencatat jumlah unit yang tersedia, memastikan bahwa kendaraan tersedia jika ada permintaan, dan bekerja sama dengan bagian logistik untuk mengirimkan unit kendaraan ke pelanggan atau dealer lainnya.

4. *Administration Sales Support, Finance and Insurance*

Administration Sales Support, Finance and Insurance bertanggung jawab membantu pelanggan dalam hal pembiayaan dan asuransi kendaraan. Ini termasuk menawarkan pilihan pembiayaan melalui leasing atau kredit, membantu pengajuan kredit kendaraan hingga disetujui, dan mengatur proses asuransi kendaraan dengan perusahaan asuransi rekanan.

5. *Finance*

Finance bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan organisasi, termasuk memantau arus kas dan memastikan bahwa organisasi memiliki keuangan yang sehat. Divisi ini ditugaskan untuk menyusun laporan keuangan rutin dan mengawasi pembayaran kepada vendor.

6. *Cashier*

Cashier bertanggung jawab untuk mengawasi pembayaran pelanggan dan pencatatan keuangan harian perusahaan. Tugas ini mencakup melacak

pembayaran kendaraan, mengelola saldo kecil, dan membuat laporan keuangan harian untuk menjaga stabilitas dan transparansi arus kas perusahaan.

7. *Security*

Security bertanggung jawab atas keamanan lingkungan perusahaan. Tim keamanan bertanggung jawab untuk menjaga aset perusahaan, memantau orang dan kendaraan yang masuk dan keluar dari perusahaan. *Security* juga bertanggung jawab untuk menangani potensi gangguan keamanan.

8. *office Boy/Cleaning Service*

office boy/Cleaning Service memiliki peran utama dalam menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan kerja. Peran ini mencakup membersihkan area kantor, ruang kerja, dan area pelayanan pelanggan untuk menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan profesional.

e. *Service Section Head*

Service Section Head bertanggung jawab atas operasional bengkel dan layanan purna jual, termasuk memastikan kualitas layanan servis, mengelola tim teknisi, dan melacak pencapaian target layanan dan perbaikan kendaraan agar sesuai dengan standar perusahaan.

1. *Service Advisor (SA) GR*

Service Advisor bertugas sebagai perantara antara pelanggan dan teknisi. Tugasnya termasuk menerima pelanggan yang datang untuk servis, mengidentifikasi masalah dengan kendaraan mereka, memberikan

penjelasan tentang estimasi biaya perbaikan, dan memastikan bahwa pelanggan memahami seluruh proses perbaikan.

2. *Instructur GR*

Instructur GR bertugas melatih teknisi dalam keterampilan teknis sesuai standar perusahaan serta memastikan mereka selalu mengikuti perkembangan terbaru dalam teknologi otomotif untuk meningkatkan kualitas layanan.

3. *Control Room GR*

Control Room GR bertugas untuk mengontrol segala bentuk pekerjaan yang ada di bengkel.

4. *Technical Leader GR*

Technical Leader memimpin kelompok teknisi untuk melakukan perbaikan kendaraan, bertanggung jawab untuk mengawasi, dan mengevaluasi hasil kerja teknisi untuk memastikan standar kualitas perawatan kendaraan tetap terjaga.

5. *Toolkeeper GR*

Toolkeeper bertugas pada kelancaran operasional bengkel dengan menyediakan dan merawat peralatan yang dibutuhkan teknisi.

6. *Washing*

Washing bertanggung jawab untuk mencuci kendaraan setelah servis selesai untuk memastikan bahwa kendaraan dalam kondisi bersih dan siap untuk dikembalikan kepada pelanggan dalam kondisi terbaik.

7. *New Engine Assembly (NEA)*

NEA merupakan tim teknisi yang ahli dalam menyusun mesin baru, memastikan kualitasnya, dan mempersiapkannya untuk digunakan dalam kendaraan.

8. *Mobile Repair Assistant (MRA)*

MRA bertugas memperbaiki kendaraan langsung di lokasi pelanggan, memudahkan layanan, dan memastikan kendaraan tetap dalam kondisi optimal.

9. *Partman GR*

Partman bertugas dalam mengawasi ketersediaan suku cadang mobil. Seperti mencatat semua barang yang masuk, memastikan bahwa suku cadang yang dibutuhkan tersedia, dan mengatur distribusi suku cadang ke bengkel dan pelanggan.

10. *Foreman*

Foreman memiliki tanggung jawab untuk mengawasi teknisi di bengkel. Tugasnya mencakup membagi tugas kepada teknisi, memastikan pekerjaan dilakukan sesuai standar, dan melakukan pemeriksaan akhir sebelum kendaraan dikembalikan kepada pelanggan.

a. *GR Technician*

GR Technician bertugas melakukan perbaikan dan perawatan kendaraan pelanggan, serta menangani berbagai masalah teknis untuk memastikan kendaraan tetap dalam kondisi terbaik.

PT Nasmoco Gombel dapat memastikan bahwa operasional bisnis berjalan dengan efektif, efisien, dan profesional berkat struktur jabatan yang terorganisir.

Setiap peran, mulai dari penjualan, pelayanan pelanggan, hingga layanan purna jual, memainkan peran penting dalam mendukung keberhasilan perusahaan.

2.7. Bidang Usaha

a. *Vehicle Division* (Penjualan Mobil)

PT Nasmoco Gombel menjalankan pemasaran dan penjualan kendaraan bermotor merk Toyota dalam kawasan wilayah Jawa Tengah dan DIY Yogyakarta. Ada dua sistem pembelian yang dapat konsumen lakukan untuk membeli kendaraan Toyota di PT. Nasmoco Gombel Semarang yakni melalui penjualan tunai (*cash sale*) atau penjualan kredit (*kredit sale*). Prosedur transaksi pembelian kendaraan yaitu dengan memilih jenis kendaraan yang diinginkan. Setelah itu, melakukan persetujuan harga yang dilanjut dengan pembayaran uang muka sebagai tanda jadi (sistem kredit).

b. *Spare Part Division* (Penjualan Suku Cadang)

PT Nasmoco Gombel juga melakukan penjualan suku cadang Toyota (*Spare part*) yang bertujuan untuk memudahkan konsumen jika sewaktu - waktu membutuhkan suku cadang. Penjualan *spare part* menggunakan metode penjualan yang sama, yaitu melalui pemesanan, sedangkan metode pembayaran menggunakan tunai dan kredit.

c. *Service Division* (Pemeliharaan dan Servis)

Pada *Service* (divisi bengkel) PT. Nasmoco Gombel Semarang customer dapat melakukan pemeliharaan dan servis kendaraan Toyota, baik kendaraan customer maupun kendaraan bukan customer. Tujuan dari pemeliharaan dan servis

ini adalah untuk membuat customer lebih mudah melakukan pemeliharaan dan servis. Selain itu pembelian kendaraan Toyota pada dealer manapun akan mendapatkan FREE Service berkala selama kurang lebih 3 tahun, sehingga konsumen dapat melakukan servis gratis berkala pada dealer Toyota manapun.

2.8. Divisi Sales PT Nasmoco Gombel

Divisi sales adalah salah satu divisi yang berada di PT Nasmoco Gombel yang mengemban tanggung jawab sebagai garda terdepan PT Nasmoco Gombel pada proses transaksi jual beli mobil. Divisi ini memegang peranan penting untuk keberhasilan perusahaan dalam penjualan produk mobil Toyota. Sales bertugas untuk mencari konsumen dan menawarkan produk Toyota, menangani penjualan, hingga mengatur proses penerimaan mobil kepada konsumen.

Sebagai salah satu dealer resmi Toyota terbesar di Indonesia, PT Nasmoco memiliki beberapa kriteria penting untuk menjadi sales. Beberapa kriteria bagi sales PT Nasmoco Gombel sebagai berikut:

1. Kriteria Khusus

- Pria atau Wanita
- Berusia maksimal 30 tahun
- Memiliki pengalaman 2 tahun di bidang penjualan
- Pendidikan Minimum SMA/Sederajat.
- Bersedia penempatan di area DIY dan Jawa Tengah.

2. Kriteria Umum

- Berpenampilan menarik
- Memiliki kepercayaan diri yang tinggi
- Memiliki kemampuan negosiasi dan komunikasi yang baik
- Berorientasi pada pelanggan
- Memiliki kemampuan Digital Marketing (Nilai Tambah)

PT. New Ratna (Toyota Nasmoco Group) juga menghadirkan program Management Trainee Sales & Marketing (MT. MKT) yang bertujuan untuk mencari dan menempatkan sumber daya manusia dalam penjualan dan pemasaran.

PT Nasmoco Gombel menerapkan kriteria khusus dan umum bagi calon sales yaitu dengan usia maksimal 30 tahun dengan minimal pengalaman 2 tahun di bidang penjualan khususnya pada industri otomotif. Untuk minimal pendidikan calon SMA/Sederajat diperbolehkan dan memiliki ketersediaan dalam penempatan area. Kriteria umum juga dicantumkan oleh PT Nasmoco Gombel seperti memiliki keterampilan interpersonal yang baik, komunikatif, dan baik dalam negosiasi.

Divisi sales diklasifikasikan pada beberapa bagian yang masing-masing yang dinaungi oleh dua supervisor. Berikut ini klasifikasi pada divisi sales PT Nasmoco Gombel :

a. Eksekutif Sales

Sub divisi eksekutif secara umum bertanggung jawab secara langsung pada penjualan produk, di dalamnya terdapat counter sales yang berjumlah dua karyawan. Divisi ini memiliki target penjualan sebanyak 4 unit perbulan dengan total anggota 11 karyawan dan 2 karyawan counter sales.

b. Senior Sales

Sub divisi senior secara umum memiliki pengalaman serta rekam jejak yang lebih lama dan terbukti, sehingga banyak karyawan yang berada di sub ini berperan menjadi mentor pada karyawan sales yang junior. Divisi ini memiliki target penjualan sebanyak 8 unit perbulan dengan total anggota 9 karyawan.

c. Junior Sales

Sub divisi junior secara umum adalah karyawan yang relatif baru dalam perusahaan. Junior Sales biasanya mendapatkan arahan dan bimbingan dari senior sales dan supervisor sales. Divisi ini memiliki target penjualan sebanyak 6 unit perbulan dengan total anggota 8 karyawan.

. PT Nasmoco Gombel menerapkan kriteria khusus dan umum bagi calon sales yaitu dengan usia maksimal 30 tahun dengan minimal pengalaman 2 tahun di bidang penjualan khususnya pada industri otomotif. Untuk minimal pendidikan calon SMA/Sederajat diperbolehkan dan memiliki ketersediaan dalam penempatan area. Kriteria umum juga dicantumkan oleh PT Nasmoco Gombel seperti memiliki keterampilan interpersonal yang baik, komunikatif, dan mahir dalam bernegosiasi.

2.9. Identitas Responden

Identitas responden dibawah ini dipergunakan untuk mengetahui informasi yang berhubungan dengan responden dan objek yang diteliti yang berasal dari himpunan pengisian kuesioner oleh karyawan divisi sales PT. Nasmoco Gombel. Kriteria responden meliputi karyawan divisi sales PT. Nasmoco Gombel yang telah bekerja selama minimal satu tahun.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 karyawan divisi sales PT Nasmoco Gombel melalui kepala Personalia & GA yaitu Bapak Martono pada tanggal 13 Desember 2024. Proses pengisian kuesioner berlangsung selama dua bulan untuk memberikan fleksibilitas bagi karyawan yang sibuk dengan pekerjaan mereka sehingga setiap responden dapat mengisi kuesioner dengan tepat dan cermat, mengingat jadwal kerja yang padat dan tanggung jawab yang dimiliki setiap orang.

Dalam memberikan jawaban kuesioner, responden diarahkan peneliti untuk mengisi identitas responden serta persepsi mengenai indikator-indikator variabel penelitian terkait yang meliputi *Komitmen Organisasi*, *Employee Engagement*, *Organizational Citizenship Behavior*, dan *Kinerja Karyawan*. Jawaban dari setiap pernyataan yang tersedia pada kuesioner akan dinilai oleh responden dengan menggunakan skala likert (1-5). Data yang dihasilkan berbentuk tabel yang berisi informasi berdasarkan pengisian jawaban responden.

Responden penelitian ini adalah 31 karyawan divisi sales dengan keberagaman karakter yang berpeluang memberikan persepsi yang berbeda di setiap respondennya. Diawali dengan pengisian identitas responden yang meliputi nama, jabatan, usia, jenis kelamin, status marital, pendidikan terakhir, dan lama kerja di PT. Nasmoco Gombel yang selanjutnya diikuti oleh pengisian jawaban dari pernyataan yang bersangkutan dengan indikator penelitian terkait.

2.9.1 Komposisi Responden Berdasarkan Usia

Karyawan divisi sales PT Nasmoco Gombel memiliki usia yang beragam. Berikut data responden berdasarkan usia:

Tabel 2.1 Komposisi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
25 – 29	11	36,67
30 – 34	12	40
35 $\geq$	7	23,33
Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.1 diketahui bahwa usia yang dominan adalah 30 – 34 tahun dengan jumlah responden sebanyak 12 karyawan (40%) dan usia yang paling sedikit adalah 35 $\geq$ tahun dengan jumlah responden sebanyak 7 karyawan (23,33%). Responden dengan usia 25 – 29 tahun memiliki jumlah responden sebesar 11 karyawan (36,67%).

2.9.2 Komposisi Responden Berdasarkan Lama Kerja

Data terkait Masa Kerja disajikan dengan tujuan untuk mengetahui distribusi masa kerja responden karyawan divisi sales PT Nasmoco Gombel. Berikut data responden berdasarkan lama kerja :

Tabel 2.2 Komposisi Responden Berdasarkan Lama Kerja

Lama Kerja	Frekuensi	Persentase
> 2 - 3 tahun	9	30
> 3 - 4 tahun	9	30
> 4 tahun	12	40
Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.2 diketahui bahwa mayoritas responden lama bekerja pada PT Nasmoco Gombel pada rentang > 4 tahun yaitu sebanyak 12 karyawan (40%). Responden dengan rentang lama kerja > 2 - 3 tahun yaitu sebanyak 9 karyawan (30%) dan rentang > 3 - 4 tahun sebanyak 9 karyawan (30%).

Hubungan antara usia dan lama bekerja responden ditunjukkan melalui *crosstab* usia dan lama bekerja. Tabel berikut menunjukkan tabulasi silang berdasarkan usia dan lama kerja:

Tabel 2.3 Crosstab Usia dan Lama Kerja

		Lamar Kerja			Jumlah
		> 2 - 3 tahun	> 3 - 4 tahun	> 4 tahun	
Usia	25 - 29 tahun	6 (20%)	5 (16,67%)	0	11 (36,67%)
	30 - 34 tahun	3 (10%)	4 (13,33%)	5 (16,67%)	12 (40%)
	≥ 35 tahun	0	0	7 (23,33%)	7 (23,33%)
Jumlah		9 (30%)	9 (30%)	12(40%)	30 (100%)

Sumber: data primer yang diolah (2025)

Pada tabel 2.3 frekuensi terbesar berada pada lama kerja > 4 tahun dan usia ≥ 35 tahun dengan persentase 23,33%. Frekuensi terbesar kedua berada pada lama kerja > 2 - 3 tahun dan usia 25 – 29 tahun dengan persentase 20%. Lama kerja > 3 – 4 tahun dan usia 30 – 34 tahun sebanyak 4 karyawan dengan persentase 13,33%. Frekuensi sebesar 16,67% terdapat pada lama kerja > 3 – 4 tahun dengan usia 25 – 29 tahun, dan lama kerja > 4 tahun dengan usia 30 – 34 tahun. Frekuensi terkecil adalah 10% terdapat pada lama kerja > 2 – 3 tahun dengan usia 30 – 34 tahun.

2.9.3 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karyawan divisi sales PT Nasmoco Gombel terdiri dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Berikut data responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 2.4 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Populasi (%)
Laki - laki	19	63,3
Perempuan	11	36,7
Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.4 diketahui bahwa mayoritas responden adalah Laki – laki dengan 19 karyawan (63,3%), sedangkan responden Wanita sebanyak 11 karyawan (36,7%).

2.9.4 Komposisi Responden Berdasarkan Status Marital

Karyawan divisi sales PT Nasmoco Gombel terdiri dari status menikah dan single. Berikut data responden berdasarkan status marital :

Tabel 2.5 Komposisi Responden Berdasarkan Status Marital

Status Marital	Frekuensi	Persentase
<i>Single</i>	8	26,67
Menikah	22	73,33
Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.5 diketahui bahwa mayoritas responden adalah berstatus menikah sebanyak 22 karyawan (73,33%), sedangkan karyawan dengan status single sebanyak 8 karyawan (26,67%)

2.9.5 Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data terkait tingkat Pendidikan terakhir disajikan dengan tujuan untuk mengetahui distribusi tingkat pendidikan responden karyawan divisi sales PT Nasmoco Gombel. Berikut ini ditampilkan data pendidikan terakhir responden:

Tabel 2.6 Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMA	4	13,33
Diploma	3	10
Sarjana S-1	23	76,67
Jumlah	30	100

Sumber: data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.6 diketahui bahwa responden dengan jumlah terbanyak terdapat pada responden dengan pendidikan terakhir Sarjana S-1 sebanyak 23

karyawan dengan persentase 76,67%. Responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA sebanyak 4 karyawan dengan persentase 13,33%, sedangkan responden dengan jumlah paling sedikit adalah pada tingkat Diploma sebanyak 3 karyawan dengan persentase 10%.