

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Yamaha Mataram Sakti Cabang Purworejo

Yamaha Indonesia Motor Manufacturing (YIMM) berdiri di Indonesia secara resmi di tanggal 6 Juli 1974. PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing memproduksi sejumlah jenis sepeda motor disertai suku cadangnya. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing awalnya berada di Pulo Gadung, Jakarta Timur serta berikutnya menambah cabangnya di Karawang, Jawa Barat guna menunjang produksi dan operasional perusahaan di Indonesia. Sejak awal perusahaan Yamaha yang beroperasi di Indonesia tetap menjalankan impor dari Jepang untuk menjaga kualitas dari unit yang diproduksi sehingga produksi per unitnya bisa terbilang relatif kecil hanya sepuluh unit per hari karena keterbatasan tenaga kerja dan teknologi yang ada. Sekarang ini, pabrik PT. Yamaha Indonesia sudah didukung dengan tenaga kerja yang mumpuni dan teknologi yang berkembang sehingga bisa memproduksi unit sendiri dengan cabang selain Jepang yang berada di Thailand, China, Malaysia, serta Indonesia.

Pada tahun 1990, guna menguatkan serta memperluas aktivitas produksi PT. YIMM bergabung bersama sejumlah perusahaan lain, yakni PT. Adiasa IIC, PT. Yamaha Harapan, PT. Sakti Cipta Logam Sakti, serta PT. Harapan Motor Sakti (PT. Karya Bakti). Hakikatnya PT YIMM yakni perusahaan modal asing (PMA) pada modal sejumlah US\$. 61.800,00. Dana investasi ini 85% bersumber dari Yamaha Motor Co., Ltd serta 15% bersumber dari Mitsui & Co., Ltd.

Kiprah merek Yamaha mencapai puncak produksi di Indonesia saat tahun 2009 tepatnya di bulan Agustus yang berhasil mengalahkan kumulatif produksi pesaing Honda di periode setahun. Dengan selisih 1444 unit, Yamaha mencatatkan sejarah sebagai produsen sepeda motor dengan penjualan sepeda motor di Indonesia.

2.2 Visi dan Misi PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing

Visi serta misi perusahaan yakni suatu dasar dimana dipakai perusahaan sebagai pegangan perusahaan dalam menoperasikan budaya kerja perusahaan, serta tujuan yang hendak diraih perusahaan dalam menjalankan perusahaan tersebut. Melalui visi serta misi perusahaan, khalayak bisa memahami bagaimana gambaran perusahaan secara garis besar, dikarenakan pedoman ini dipakai untuk perusahaan dalam orientasi pengoperasionalan perusahaan. Berikut visi dan misi Yamaha Indonesia Motor Manufacturing. (Yamaha-motor.co.id)

2.2.1 Visi PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing

- a. Kami berupaya mencapai pertumbuhan bisnis yang sejahtera dan berdedikasi sebagai bagian dari pengembangan bisnis yang sehat dan berkelanjutan guna membangun komunitas Yamaha yang sejahtera serta berdedikasi. Hal ini dicapai melalui pemberian pengalaman menyenangkan bagi pelanggan serta akses yang mudah pada barang maupun jasa yang memenuhi standar kualitas tertinggi. Melalui pendekatan yang berfokus pada pelanggan, kami memanfaatkan teknologi serta sumber daya manusia yang andal dan sesuai.

- b. Untuk menjadi produsen sepeda motor terdepan di Indonesia.

2.2.2 Misi PT. Yamaha Indonesia Motor Manufacturing

- a. Menyediakan produk yang bermutu tinggi, produk yang inovatif dengan harga terjangkau dan yakni pilihan daripada pelanggan.
- b. Akan senantiasa meningkatkan kompetensi karyawan, teknologi, dan proses teknologi.

2.3 Logo dan Tagline Yamaha Indonesia

Pada tanggal 25 Januari 2014 , PT. YIMM dengan resmi meluncurkan desain baru bagi tagline korporat Yamaha Indonesia. Logo yakni simbol sebuah perusahaan sebagai individu atau organisasi kelompok sebagai identitas diri mereka, maka dari itu dalam pembentukan sebuah logo yang baik bisa mencerminkan kesan yang baik pada pemiliknya Kotler, 2022.



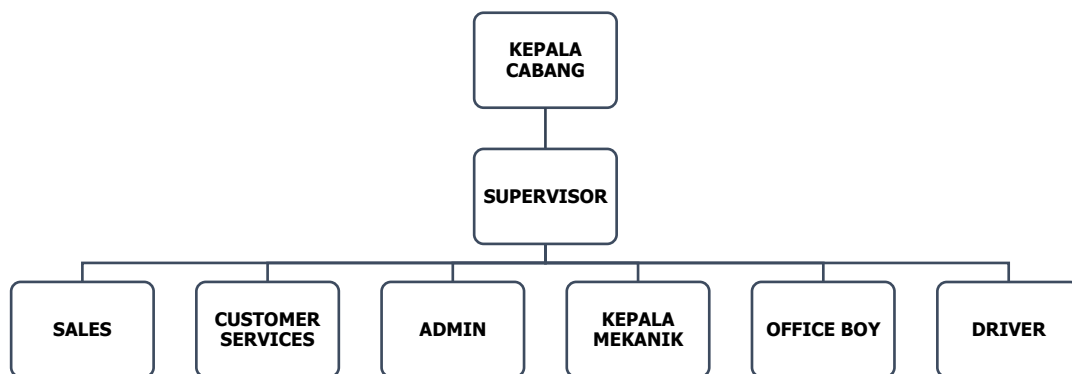
Gambar 2. 1 Logo Yamaha Indonesia

Sumber : Yamaha Motor.co.id, 2025

2.4 Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan

2.4.1 Struktur Organisasi Yamaha Mataram Sakti Purworejo

Hasibuan (2016) menyebut bila struktur organisasi yakni sebuah tatanan dimana disusun mengacu dari kepentingan organisasi selaras pada tugas serta tanggungjawab dari unsur-unsur yang telah ditetapkan. Struktur organisasi Yamaha Mataram Sakti Purworejo yakni dasar menjadi tatanan yang menjalankan operasional perusahaan.



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Yamaha Mataram Sakti Purworejo

Sumber :Yamaha Mataram Sakti Purworejo, 2025

2.5 Deskripsi Jabatan Yamaha Mataram Sakti Purworejo

Dari bagian struktur organisasi diatas, tampak hal pembagian kerja sangat jelas dalam perusahaan, berikut penjabaran terkait jobdesk setiap jabatan yang ada di perusahaan (Mataram Sakti Purworejo,2025) :

a. Kepala Cabang

1. Memberi motivasi, dorongan, mengawasi, merancang penjualan serta aktivitas di perusahaan

2. Mengawasi roda perusahaan
3. Mengangkat serta memberhentikan pegawai

b. Supervisor

1. Mengawasi *sales*.
2. Bertanggung jawab atas penjualan.
3. Mengangkat serta memberhentikan tenaga *sales*.
4. Melaporkan hasil penjualan bagi kepala cabang setiap bulannya.

c. Sales

Berfungsi menjadi tenaga dalam aktivitas penjualan produk serta mencari pelanggan potensial guna meningkatkan *sales*.

d. Admin

1. Memasukan data kepada Yamaha Mataram Sakti Pusat.
2. Memasukan pencairan dana *leasing*.
3. Absensi serta pembayaran gaji seluruh karyawan.

e. Kepala Mekanik

1. Mengorganisir kinerja mekanik.
2. Memberi pelaporan penghasilan *service* bagi kepala cabang.

f. *Customer Service*

Memberi pelaporan serta meminta identitas motor hasil *service* berikutnya hasil diserahkan ke kepala mekanik.

g. *Office Boy*

Menjaga kebersihan kantor dan bengkel agar bersih serta nyaman

h. Driver

Staff yang mengantarkan unit sepeda motor ke rumah pelanggan

2.6 Alamat Yamaha Mataram Sakti Purworejo

Tujuan dari penyajian alamat guna memberi pemahaman terkait di mana letak geografis dari *dealer* Yamaha Mataram Sakti Purworejo menjalankan operasional dan tujuan organisasi. Berikut yakni rincian dari Yamaha Mataram Sakti Purworejo

- a. Nama Perusahaan : Yamaha Mataram Sakti Purworejo
- b. Alamat : Jl. Jenderal Sudirman No.7 54151 Purworejo, Jawa Tengah ·
- c. Facebook : Yamaha Mataram Sakti Purworejo

2.7 Sejarah Generasi Produk Yamaha Aerox

Sejarah Yamaha aerox bermula dari tim *research & Development* Yamaha serta memang sudah ada sejak tahun 1997. Yamaha Aerox ini pertama kali diluncurkan sebagai produk sepeda motor skuter oleh yamaha dengan dibekali pendingin cairan mesin satu silinder atau 2 – tak. Skuter ini memiliki mesin dengan kapasitas 50cc dan 100cc sebagai generasi pertama, seiring perkembangan zaman adanya perkembangan sebagai mesin 4 – tak dengan model dan gaya yang tetap dipertahankan yakni konsep *sporty*.

Yamaha Aerox yakni skuter yang dipakai oleh tim Yamaha untuk mengikuti kompetisi Grand Prix sepeda motor sebagai sepeda motor khusus kompetisi, namun baru masuk serta beredar luas di Indonesia sebagai sepeda motor sah jalan ditahun

2017. Selain bermodel *sporty*, Yamaha aerox juga terkenal sebagai skuter yang memiliki tenaga lincah saat di jalanan. Berikut yakni sejarah generasi Yamaha Aerox, Yakni.

a. Generasi Pertama Yamaha Aerox (1997 – 2013)

Pada tahun 1997 Yamaha Aerox memiliki nama menjadi Yamaha Aerox R, dengan fitur *electric starter*, *tachometer*, dan juga mesin satu silinder 50cc dan mesin satu silinder 100cc.



Gambar 2. 3 Yamaha Aerox R

Sumber: YamahaMotor.co.id, 2025

b. Yamaha Aerox 125 LC (2016)

Pada tahun 2016 Yamaha Aerox R dijalankan pembaruan serta dimodifikasi dari model dan desainnya dengan menjaga konsep utama sepeda motor ini yakni *sporty* dengan model yang lebih modern dan futuristik bersama dengan teknologi yang lebih canggih dibekali mesin 125cc, SOHC, 4 – tak, injeksi serta *liquid cooled*.



Gambar 2. 4 Yamaha Aerox LC

Sumber: YamahaMotor.co.id, 2025

c. Yamaha Aerox155 VVA (2016-2020)

Yamaha Aerox versi ini diluncurkan di sirkuit internasional Sepang, Malaysia pada tanggal 29 Oktober 2016. Generasi ini pertama kali diluncurkan sebagai sepeda motor kompetisi di Indonesia di tanggal 2 November 2016 di ajang Indonesia *Motorcycle Show*. pada versi ini Yamaha Aerox sudah dibekali dengan teknologi yang canggih sebuahnya teknologi yang dikembangkan oleh produsen Yamaha yakni VVA (*Variable valve Actuation*).



Gambar 2. 5 Yamaha Aerox VVA

Sumber: YamahaMotor.co.id, 2025

4. Yamaha Aerox Alpha (2024 – sekarang)

Yamaha Aerox Turbo 2025 yakni sebuah varian terbaru skuter matik sport premium yang diluncurkan oleh Yamaha dengan membawa inovasi pada aspek desain, performa, dan teknologi. Mesin ini beteknologi VVA.



Gambar 2. 6 Yamaha Aerox R

Sumber: YamahaMotor.co.id, 2025

2.8 Identitas Responden

Usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan tertinggi, pekerjaan, dan pendapatan konsumen responden di dealer Yamaha Mataram Sakti Purworejo diuraikan pada identifikasi responden, dimana menjabarkan karakteristik responden.

Pelanggan produk Yamaha Aerox di dealer Yamaha Mataram Sakti Purworejo menjadi responden dalam studi ini. Sejumlah 96 peserta studi berasal dari sejumlah latar belakang, termasuk jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pendidikan tertinggi, dan penghasilan bulanan. Guna memahami latar belakang pelanggan produk Yamaha Aerox di dealer Yamaha Mataram Sakti Purworejo, instrumen penelitian berupa kuesioner serta survei dibagikan langsung kepada konsumen yang mencukupi syarat sampel di studi ini.

2.8.1 Identitas Responden Berdasarkan Umur

Yamaha Mataram Sakti Cabang Purworejo yakni perusahaan distribusi sepeda motor dimana dibentuk guna memberi pelayanan bagi masyarakat dari segala umur. Karena konsumen Yamaha Aerox berasal dari sejumlah kelompok usia rather than hanya satu, usia responden dimasukkan pada identitas responden di studi ini.

Tujuan data usia yakni untuk menetapkan usia rata-rata responden yang membeli produk Yamaha Aerox dari dealer Yamaha Mataram Sakti Purworejo. Kelompok usia berikut mencakup responden dimana membeli produk Yamaha Aerox dari dealer Yamaha Mataram Sakti Purworejo:

Tabel 2. 1 Kategori Usia Responden

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	17 – 20 tahun	7	8
2.	21 – 30 tahun	43	44
3.	31 – 40 tahun	27	28
4.	41 – 50 tahun	19	20
5.	51 – 60 tahun	0	0
6.	>60 Tahun	0	0
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2025

Mengacu dari tabel di atas bisa diamati bila mayoritas responden yang mengisi serta masuk kriteria sampel sebagai konsumen Yamaha Aerox pada dealer Yamaha Mataram Sakti Purworejo yakni usia 21 – 30 tahun, yakni mencapai angka 44% sementara responden yang paling sedikit ada di rentang usia 17 – 20 tahun, sebesar 8%. Hal ini bisa dikatakan bila pelanggan produk Yamaha Aerox pada dealer Yamaha Mataram Sakti Purworejo yakni masyarakat dimana berusia rentang 21 – 30 tahun.

2.8.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin dipakai guna menetapkan karakteristik responden terbagi atas laki – laki dan perempuan. Berikut yakni tabel responden mengacu dari jenis kelamin yang dikategorikan yakni sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Tabel Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki – Laki	70	73
2.	Perempuan	26	27
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Primer Diolah,2025

Mengacu pada tabel di atas, tertera bila penelitian ini mempunyai responden yang didominasi oleh laki - laki sejumlah 70 orang atau sejumlah 73%, sementara itu responden perempuan ada sejumlah 26 orang dengan 27%. Hal ini menunjukkan bila dengan adanya dominasi pembeli sepeda motor yamaha aerox di Yamaha Mataram Sakti Purworejo yakni kalangan laki – laki yang mana minat yang cukup tinggi dalam memakai sepeda motor jenis ini sesuai dengan gaya hidup kebutuhan berkendara responden laki – laki.

2.8.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir dari data responden dimana mengisi kuesioner di penelitian ini guna mengkategorikan konsumen yang membeli Yamaha Aerox di Yamaha Mataram Sakti Purworejo berikut disajikan dalam bentuk tabel :

Tabel 2. 3 Tabel Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1.	SMP	1	1
2.	SMA/Sederajat	55	57
3.	Diploma/Sarjana	38	40
4.	Pasca Sarjana	2	2
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2025

Mengacu dari tabel di atas, tertera bila mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir di jenjang SMA/Sederajat mencapai jumlah 55 orang dengan angka 57% dari keseluruhan responden pada penelitian ini, berikutnya disusul responden dengan tingkat pendidikan Diploma/Sarjana sejumlah 38 orang dengan angka 40% dari total keseluruhan responden pada penelitian ini. Berikutnya responden dengan tingkat pendidikan pasca sarjana sejumlah 2 orang dengan angka 2% disusul dengan tingkat pendidikan responden jenjang SMP sejumlah 1 orang 1%. Dalam hal ini dari keseluruhan responden memiliki dominasi pada kelompok masyarakat dengan tingkat pendidikan menengah hingga ke perguruan tinggi.

2.8.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada penelitian ini dikategorikan responden mengacu dari pekerjaan yang menjalankan pembelian Yamaha Aerox di Yamaha Mataram Sakti Purworejo.

Berikut yakni tabel yang disajikan :

Tabel 2. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Pegawai Swasta	32	35
2.	Pelajar/Mahasiswa	4	5
3.	PNS	16	18
4.	TNI/POLRI	14	16
5.	Wiraswasta	27	29
	Jumlah	96	100

Sumber Data Primer Diolah, 2025

Mengacu dari Tabel di atas, tertera bila pekerjaan responden yang paling besar yakni mayoritas kalangan pegawai swasta yakni mencapai 32 orang dengan angka 35%. Berikutnya, responden yang bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 27 orang pada angka 29% pelajar/mahasiswa sejumlah 4 orang dengan angka 5%, PNS sejumlah 16 orang dengan angka 18%, dan TNI/POLRI berjumlah 14 orang diangka 16%. Temuan ini menampilkan bila mayoritas responden penelitian ini berasal dari kalangan pekerja sektor swasta, yang memiliki kecenderungan untuk memilih kendaraan pribadi sebagai sarana transportasi utama.

2.8.5 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan Per Bulan

Penghasilan per bulan pada penelitian ini menjelaskan penghasilan rerata per bulan yang diperoleh konsumen. Berikut tabel yang disajikan untuk tingkat penghasilan konsumen per bulan

Tabel 2. 5 Tabel Tingkat Penghasilan Responden

No.	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	≤ Rp. 2.000.000	26	27
2.	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.500.000	43	45
3.	> Rp. 3.500.000 - Rp. 5.000.000	18	19
4.	> Rp. 5.000.000	9	9
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2025

Mengacu dari Tabel di atas, diketahui bila sebagian besar responden mempunyai penghasilan antara Rp 2.000.000 – Rp 3.500.000 yakni sejumlah 43 orang 45%. Responden pada penghasilan kurang dari Rp 2.000.000 berjumlah 26 orang 27%, kemudian responden pada penghasilan Rp 3.500.000 – Rp 5.000.000 berjumlah 18 orang 19%, serta responden pada penghasilan di atas Rp 5.000.000 sejumlah 9

orang 9%. Hal ini menampilkan bila mayoritas responden ada di kelompok masyarakat dengan tingkat pendapatan menengah ke bawah.

2.8.6 Identitas Responden Berdasarkan Tahun Pembelian Yamaha Aerox

Pada penelitian ini responden dibagi menjadi sembilan kategori untuk mengetahui bagaimana bentuk model serta keperluan berkendara selaras pada periode generasi Yamaha Aerox seperti apa responden menjalankan keputusan pembelian mengacu pada keperluan mereka dimana mencakup bentuk serta model Yamaha Aerox sesuai generasi dan tipenya. Berikut yakni tabel yang disajikan

Tabel 2. 6 Tabel Responden Berdasarkan Tahun Pembelian Yamaha Aerox

No.	Tahun Pembelian	Frekuensi	Persentase (%)
1.	2017	3	3
2.	2018	2	2
3.	2019	11	11
4.	2020	7	7
5.	2021	22	23
6.	2022	4	4
7.	2023	26	27
8.	2024	14	15
9.	2025	7	7
Jumlah		96	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2025

Pada Tabel 2.6 , bisa diamati bila mayoritas responden membeli Yamaha Aerox pada tahun 2023, yakni sejumlah 26 orang 27%. Responden yang membeli pada tahun 2021 berjumlah 22 orang 23%, disusul pada tahun 2024 sejumlah 14 orang 15%, tahun 2019 sejumlah 11 orang 11%, tahun 2020 sejumlah 7 orang 7%, tahun 2025 sejumlah 7 orang 7%, tahun 2022 sejumlah 4 orang 4%, tahun 2017 sejumlah 3 orang 3%, serta tahun 2018 sejumlah 2 orang 2%. Data ini menampilkan bila puncak pembelian Yamaha Aerox oleh responden terjadi pada tahun 2023. Kondisi

ini bisa dikaitkan pada tren bertambahnya keperluan kendaraan roda dua yang lebih modern serta sporty pada periode selaras pada model yang ditawarkan kala itu.

2.8.7 Identitas Responden Berdasarkan Tipe Yamaha Aerox Yang Dibeli

Pada penelitian ini responden menjalankan pembelian Yamaha Aerox mengacu dari tipe yang sudah dibeli guna sebagai penggolongan responden ditampilkan sebagai tabel berikut.

Tabel 2. 7 Tabel Responden Berdasarkan Yamaha Aerox yang Dibeli

No.	Tipe Yamaha Aerox	Frekuensi	Persentase (%)
1.	125 LC	3	3
2.	Connected ABS	48	50
3.	VVA Standart	30	31
4.	Aerox Alpha	15	16
	Jumlah	96	100

Sumber : Data Primer Diolah, 2025

Dari tabel di atas bisa dijelaskan bila distribusi penyebaran pembelian Yamaha Aerox didominasi oleh pembelian Yamaha Aerox bertipe *Connected ABS* sejumlah 48 unit dengan data sebesar 50% dari seluruh responden. Berikutnya, disusul dengan pembelian Yamaha Aerox bertipe VVA Standart sejumlah 30 unit dengan data 31%. Lalu, aerox Alpha 15 pembeli dengan 16% keseluruhan serta Yamaha Aerox 125cc LC sejumlah 3 unit dengan besar 3%.