

BAB II

PROFIL PT. NASMOCO KALIGAWE SEMARANG DAN RESPONDEN

2.1 Deskripsi PT. Nasmoco Kaligawe Semarang

2.1.1 Sejarah dan Perkembangan PT. Nasmoco Semarang

PT. Nasmoco didirikan pada tanggal 1 Mei 1966 oleh keempat *founding fathers* PT. New Ratna Motor. Perusahaan ini merupakan anak perusahaan PT. New Ratna Motor dan bergerak dalam bidang usaha dagang kendaraan roda empat produksi Toyota. Selain itu, perusahaan ini juga menyediakan jasa *after sales*, yaitu *Spare parts, Services*, serta *Body and Painting* bagi para pelanggannya.

Kesamaan visi, cara pandang serta kebulatan tekad dari Bapak Agustinus Hardjo Budi (alm.), Bapak Hadi Soejanto (alm.), Bapak Bambang Budi Hariono (alm.), dan Bapak H. Zoebaidi Maksoem menghasilkan kesepakatan untuk mendirikan PT. Ratna Dewi Motor pada tanggal 15 April 1961. Buah kebulatan tekad para beliau, telah menjadikan mereka sebagai empat orang yang paling penting dan berpengaruh didalam proses awal terbentuknya PT. Ratna Dewi Motor.

Pada awalnya perusahaan bertindak sebagai *dealer* dari NV. Honas Jakarta untuk wilayah penjualan di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Kemudian sekitar tahun 1964, perusahaan mengontrak bangunan di Jalan MH. Thamrin 14-16, Semarang, yang digunakan sebagai ruang pameran dan bengkel. Dengan adanya tempat baru ini, diharapkan semua pelayan kepada konsumen dapat berjalan lancar dan memuaskan. Pada tanggal 1 Mei 1966 PT. Ratna Dewi Motor

mendirikan PT. Nasmoco, yaitu anak perusahaan yang difungsikan sebagai *dealer* penjualan kendaraan-kendaraan Toyota dari PT. Ratna Dewi Motor.

Mulai tahun 1965 sampai 1969, PT. Ratna Dewi Motor Company banyak mengimpor kendaraan Toyota dalam bentuk *Semi Knock Down* (SKD), yaitu mengimpor kendaraan Toyota dalam bentuk bagian-bagian mobil, misalnya: pintu mobil, kursi, kaca, AC, *sound* mobil, dan lainnya, sehingga setelah sampai di Indonesia, hanya tinggal merakitnya. Kendaraan tersebut, antara lain: Pick-Up, Toyota 8000, Hilux, dan Land Cruiser.

Pada tahun 1970, untuk ketiga kalinya kendaraan Toyota berpindah dari PT. Gaya Motor ke PT. Astra Internasional Inc. Toyota. Riwayat PT. Ratna Dewi Motor Company melaju dengan datangnya Tuan Z. Kagoma sebagai perwakilan Toyota Motor Thailand Co. Ltd. Dorongan diberikan pada PT. Ratna Dewi Motor untuk melakukan investasi yang besar, mengingat akan bertambah besarnya pemasaran kendaraan Toyota di Indonesia.

Seiring dengan berkembangnya usaha, pada tanggal 1 April 1972, PT. Ratna Dewi Motor Company menempati gedung baru di Jalan Pemuda 72 Semarang. Pada tanggal 30 Agustus 1972 perusahaan tersebut ditunjuk sebagai *dealer* utama resmi (*Authorized Toyota Main Dealer*) PT. Toyota Astra Motor (TAM) untuk wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk membuat perusahaan lebih responsif serta menciptakan dinamisasi berorganisasi, PT. Ratna Dewi Motor Company pada tanggal 22 Desember 1973 mengubah nama menjadi PT. New Ratna Motor (NRM).

Pada mulanya PT. New Ratna Motor didirikan khusus untuk menangani penjualan kendaraan merek Toyota saja, tetapi mengingat peningkatan penjualan kendaraan serta tuntutan *customer* akan pemeliharaan sangat tinggi, maka didirikanlah pelayan purna jual (*after sales service*) dengan cara *door to door* karena pada saat itu perusahaan masih belum memiliki perlengkapan yang lengkap. Tetapi seiring dengan berjalannya waktu, penggunaan bangunan di Jalan Pemuda, Semarang sebagai *show room* yang dilengkapi bengkel dengan suku cadang yang lengkap mempermudah pekerjaan *after sales service*. Lokasi tersebut merupakan cikal bakal berdirinya PT. Nasmoco Pemuda Semarang. Dalam melakukan pelayanan ini perusahaan mendapatkan bantuan dari Toyota Motor Sales Division Do, Ltd, Nagayo.

Ditambah dengan bantuan PT. Toyota Astra Motor, maka PT. New Ratna Motor semakin berkembang. Oleh karena itu, NRM berkeinginan mendirikan perwakilan diberbagai kota di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada tahun 1974 hingga sekarang, NRM telah mengembangkan usahanya dengan mendirikan banyak *dealer* di Jawa Tengah dan Daerah istimewa Yogyakarta .

Perjalanan jaringan Nasmoco berkembang cukup signifikan mewarnai bisnis otomotif di daerah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Satu per satu gedung, fasilitas, dan jaringan bisni dibangun untuk melayani kebutuhan konsumen akan kendaraan, khususnya mobil. Adapun *dealer-dealer* yang telah didirikan adalah sebagai berikut :

1. PT. Nasmoco Pemuda Jl. Pemuda No. 72 Semarang.
2. PT. Nasmoco Kaligawe Jl. Raya Kaligawe Km.5 Semarang.
3. PT. Nasmoco Majapahit Jl. Brigjen Sudiarto No. 426 Majapahit Semarang.
4. PT. Nasmoco Nasmoco Gombel Jl. Setiabudi No. 22 Semarang.
5. PT. Nasmoco Siliwangi Jl. Jendral Sudirman 291 Semarang.
6. PT. Nasmoco Karangjati Jl. Soekarno Hatta Km. 26, Karangjati, Bergas,
Ungaran
7. PT. Nasmoco Slamet Riyadi Jl. Slamet Riyadi No. 558 Solo
8. PT. Nasmoco Solo Baru Jl. Solo Permai HA 22-23 Solo
9. PT. Nasmoco Ringroad Jl. Ringroad Utara Mojosongo Km. 9, Jaten
Karanganyar.
10. PT. Nasmoco Mlati, Jl. Raya Magelang Km. 7, Mlati, Sleman, Yogyakarta.
11. PT. Nasmoco Janti, Jl. Ringroad Timur 58A Banguunpapan Bantul
Yogyakarta.
12. PT. Nasmoco Bantul, Jl. Ringroad Selatan Taman Tirto Kasihan Bantul
Yogyakarta.
13. PT. Nasmoco Salatiga, Jl. Pangeran Diponegoro No. 171 Salatiga.
14. PT. Nasmoco Magelang, Jl. Raya Magelang – Yogyakarta Km. 5, Magelang.
15. PT. Nasmoco Wonosobo, Jl. Raya Banyumas Km. 3. Wonosobo.
16. PT. Nasmoco Cilacap, Jl. MT. Haryono No. 81. Cilacap.
17. PT. Nasmoco Purwokerto, Jl. Gerilya timur No. 56 Purwokerto.
18. PT. Nasmoco Tegal, Jl. Martoloyo No. 113-115. Tegal.
19. PT. Nasmoco Pekalongan, Jl. Raya Kalibanger Pekalongan.

20. PT. Nasmoco Brebes, Jl. Raya Kampok, Wanasari. Brebes.
21. PT. Nasmoco Pati, Jl. Pati-Juana Km. 27. Sarirejo. Pati.
22. PT. Nasmoco Klaten, Jl. Klaten Solo Km. 4. Kabupaten Klaten.
23. PT. Nasmoco Demak, Jl. Raya Demak Kudus Km 4. Kabupaten Demak.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi Perusahaan

Menjadi pelaku bisnis dibidang otomotif yang profesional, berkualitas dan menjadi pemimpin di era globalisasi.

b. Misi Perusahaan

Meningkatkan profesionalisme karyawan dengan berbasiskan teknologi modern untuk memberikan totalitas kepuasan pelanggan dan menghasilkan keuntungan optimal bagi pemegang saham, terus berupaya meningkatkan kesejahteraan karyawan, serta ikut berperan dalam kepedulian lingkungan dan sosial.

c. Catur Marga

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

d. Budaya Perusahaan

PT. Nasmoco Kaligawe Semarang juga memiliki budaya organisasi yang diringkas dalam slogan “GREAT” yang berisi sebagai berikut :

- Give delight experience

Memberikan pelayanan melebihi yang diharapkan dengan menunjukkan kepedulian, bersikap responsif untuk membantu dan berorientasi kepada pelanggan.

- Respect for others

Membangun kerjasama yang saling bersinergi dengan komunikasi terbuka, memberikan apresiasi dan berempati terhadap sesama.

- Excellent performance

Menunjukkan kinerja terbaik dengan optimis, kerja keras dan fokus pada pencapaian target kerja.

- Always be professional

Bekerja dengan selalu menunjukkan kompetensi terbaik, berintegritas tinggi, berkomitmen, dan penuh tanggung jawab.

- Take action to improve

Mengambil tindakan untuk melakukan perbaikan secara terus-menerus dengan selalu berpikiran terbuka, terus belajar dan inovatif.

2.3 Logo perusahaan

Setiap perusahaan pasti mempunyai logo, logo perusahaan biasanya berfungsi sebagai tanda pengenal dari perusahaan. Berikut ini merupakan logo dari PT. Nasmoco Kaligawe Semarang :

Gambar 2.1

Logo PT. Nasmoco Kaligawe



Sumber: PT. Nasmoco Kaligawe, 2019

2.4 Deskripsi Produk Toyota Agya

Toyota Agya adalah mobil kota (citycar) yang dirancang oleh Daihatsu dengan *basic platform* Daihatsu Mira e:s dan Toyota Pixis Epoch (Jepang) pada September 2011 kemudian dikembangkan kembali dan diproduksi di Indonesia untuk pasar domestik. Daihatsu memasok mobil ini untuk Toyota di bawah konsinyasi produksi dan perjanjian manufaktur OEM. Mobil ini ditampilkan pertama kali di Indonesia International Motor Show 2012. Produksi mobil ini dimulai pada tanggal 25 Oktober 2012 di pabrik Karawang. Penjualannya sudah dimulai sejak diluncurkan tanggal 9 September 2013 karena sudah melewati tes

LCGC (Low Cost Green Car) dari pemerintah. Berikut Gambar 2.2 memperlihatkan wujud dari Toyota Agya.

Gambar 2.2

Toyota Agya



Sumber: PT. Nasmoco Kaligawe, 2019

Terdapat 5 varian Toyota Agya diproduksi dari tahun 2013 sampai sekarang antara lain, Tipe 1.0 E (diproduksi Tahun 2013-sekarang), Tipe 1.0 G (diproduksi Tahun 2013-sekarang), Tipe 1.0 TRD S (diproduksi Tahun 2013-2017), Tipe 1.2 G (diproduksi Tahun 2017-sekarang), dan Tipe 1.2 TRD S (diroduksi Tahun 2017-sekarang). Berikut Tabel 2.1 menunjukkan daftar harga Toyota Agya sesuai dengan tipenya di Nasmoco Kaligawe Semarang.

Tabel 2.1

Daftar Harga Toyota Agya

	MT	AT
1.0 G	Rp. 145.750.000	-
1.2 G	Rp. 149.050.000	Rp. 162.350.000
TRD 1.2	Rp. 153.050.000	Rp. 166.350.000

Sumber: PT. Nasmoco Kaligawe, 2019

Tabel 2.1 menunjukkan daftar harga mobil Toyota Agya di Nasmoco Kaligawe Semarang. Toyota Agya 1.0 G dengan transmisi manual memiliki harga Rp. 145.050.000, Toyota Agya 1.2 G dengan transmisi manual memiliki harga Rp. 149.050.000 sedangkan transmisi otomatis memiliki harga Rp. 162.350.000, dan Toyota Agya TRD 1.2 dengan transmisi manual memiliki harga Rp. 153.050.000 sedangkan transmisi otomatis memiliki harga Rp. 166.350.000. Sedangkan, dalam penerapan strategi promosi penjualan, Nasmoco Kaligawe Semarang memberikan beberapa penawaran menarik untuk calon konsumen antara lain, layanan servis gratis, *cashback*, potongan harga, dan pemberian hadiah atau aksesoris setiap pembelian Mobil Toyota Agya.

2.5 Struktur Organisasi

Struktur organisasi dibuat bertujuan untuk mempermudah dalam pelimpahan wewenang, tugas, dan tanggung jawab masing-masing bagian. Perusahaan membutuhkan adanya struktur organisasi secara jelas dan tepat sebagai dasar untuk mempelajari aktivitas yang sebenarnya.

Menurut pola hubungan kerja serta lalu lintas wewenang tanggung jawab, maka bentuk-bentuk organisasi itu dapat dibedakan atas :

1. Bentuk Organisasi Garis

Organisasi garis adalah bentuk organisasi yang tertua dan yang paling sederhana. Penciptanya adalah Henry Fayol dari Prancis. Ciri-ciri bentuk organisasi garis ini adalah organisasi masih kecil, jumlah karyawan sedikit, pimpinan dan semua karyawan saling kenal dan spesialisasi kerja masih belum begitu tinggi.

2. Bentuk Organisasi Fungsional

Organisasi fungsional bermula diciptakan oleh F.W. Taylor, dimana segelintir pimpinan tidak mempunyai bawahan yang jelas, sebab setiap atasan berwenang memberi komando kepada setiap bawahan, sepanjang ada hubungannya dengan fungsi tersebut.

3. Bentuk Organisasi Garis dan Staff

Pada umumnya dianut oleh organisasi besar, daerah kerjanya luas dan mempunyai bidang tugas yang beraneka ragam dan rumit, serta jumlah karyawannya banyak. Penciptanya Harrington Emerson.

4. Bentuk Organisasi Staff dan Fungsional

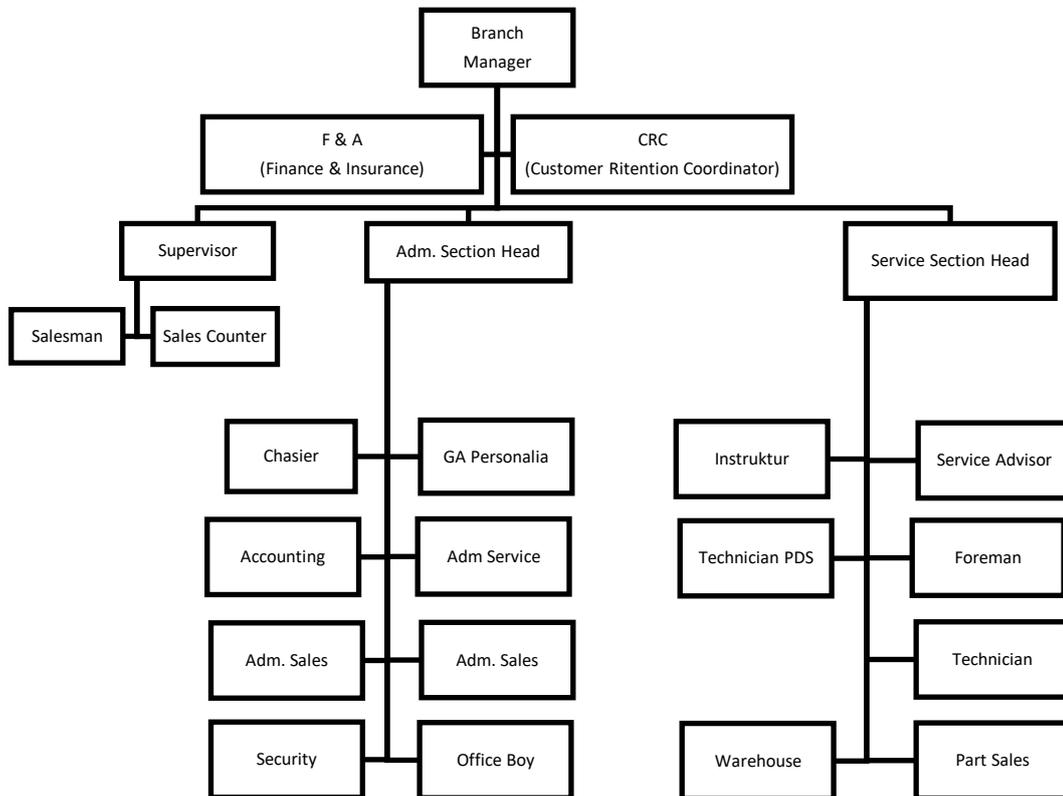
Bentuk organisasi staff dan fungsional merupakan kombinasi dari bentuk organisasi fungsional dan bentuk organisasi garis dan staff (M. Manullang, 2011:86-87).

Bentuk struktur organisasi Perusahaan PT. Nasmoco Kaligawe Semarang adalah bentuk garis dan staff, artinya garis kekuasaan berjalan lurus dari atas ke bawah dan sebaliknya tanggung jawab berjalan dari bawah ke atas. Pada bentuk ini organisasi dibagi dalam satu kesatuan yang bulat pada tingkat-tingkat jenjang yang diperlukan. Wewenang puncak pimpinan mengalir secara langsung kepada para pimpinan yang memimpin satuan organisasi.

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai struktur organisasi fungsional dan staf yang diterapkan oleh PT. Nasmoco Kaligawe Semarang, maka berikut ini akan disajikan gambar struktur organisasi tersebut.

Gambar 2.3

Struktur Organisasi PT. Nasmoco Kaligawe Semarang



Sumber: PT. Nasmoco Kaligawe Semarang, 2019

2.5 Bidang Usaha dan Wilayah Pemasaran

Nasmoco Kaligawe Semarang memiliki beberapa bidang usaha dan wilayah pemasaran yaitu:

2.5.1 Bidang Usaha

Nasmoco Kaligawe Semarang adalah salah satu *sub dealer* dari PT. New Ratna yang bergerak dalam bidang usaha sebagai berikut :

1. Penjualan mobil (*Vehicle Devison*)

Divisi penjualan pada Nasmoco Kaligawe Semarang menangani seluruh kendaraan merek Toyota untuk wilayah Jawa Tengah dan DIY. Sistem penjualan kendaraan Toyota Nasmoco Kaligawe Semarang adalah penjualan tunai (*Cash sale*) dan penjualan kredit (*Credit sale*). Sedangkan prosedur penjualan kendaraan Toyota yaitu pelanggan melakukan transaksi pembelian dengan memilih jenis kendaraan yang akan dibeli. Setelah ada persetujuan harga, pelanggan melakukan pemesanan kendaraan sekaligus membayar uang muka sebagai tanda jadi.

Nasmoco Kaligawe Semarang dalam melayani pembelian secara kredit menetapkan beberapa kebijakan diantaranya :

- a. Pembeli mempunyai tempat tinggal dan tempat usaha yang jelas.
- b. Pembeli harus menyetujui jangka waktu pembayaran yang ditetapkan perusahaan.

Adapun jenis-jenis mobil yang dijual oleh Nasmoco Kaligawe Semarang adalah sebagai berikut :

1. Sedan

- ✓ Toyota Yaris
- ✓ Toyota New Camry
- ✓ Toyota Vios
- ✓ Toyota New Corolla Altis
- ✓ Toyota Avanza

- ✓ Toyota Etios Valco
- ✓ Toyota Agya
- 2. Minibus
 - ✓ Toyota Rush
 - ✓ Toyota Fortuner
 - ✓ Toyota New Avanza
 - ✓ Toyota Innova
- 3. Pick up Kijang
 - ✓ Toyota Hi Lux
- 4. Truck
 - ✓ Toyota New Dyna

2. Penjualan Suku Cadang (*Spare Part*)

Penjualan suku cadang ini ditangani oleh bagian suku cadang (*sparepart division*) yang bertugas menjual suku cadang kendaraan bermotor, baik pada *customer* yang datang ke *dealer* untuk menservis mobilnya, maupun menawarkan suku cadang dan peralatan mobil lainnya ke toko-toko.

3. Bengkel Perbaikan Umum

Aktivitas pada bengkel perbaikan ini meliputi *Engine Tune Up* serta perbaikan umum, yang ditangani oleh bagian mekanik (*serviced division*). Dalam hal perbaikan umum, PT. Nasmoco Kaligawe Semarang tidak hanya menerima mobil dengan merk Toyota saja, tetapi juga merk-merk mobil yang lain.

4. Bengkel *Body Repair & Body Painting*

Express Maintenance (EBP) adalah layanan perbaikan *body* dan *repair* dibengkel resmi Toyota yang prosesnya cepat (9 jam) dimulai dari tanda tangan order pekerjaan sampai kendaraan siap diserahkan ke pelanggan. Dengan menerapkan system TPS Line (*Toyota Production System*), maka perbaikan *body repair* untuk tipe kerusakan ringan (*Light Repair*) dapat diperbaiki hanya dengan waktu 9 jam.

2.5.2 Konsumen dan Wilayah Pemasaran

Setiap kegiatan penjualan tidak terlepas dari adanya konsumen atau pelanggan. Keberhasilan perusahaan pun berorientasi pada kepuasan konsumen, disamping perusahaan juga mengharapkan laba dari penjualannya. Demikian juga PT. Nasmoco Kaligawe Semarang, dalam kegiatan pemasaran mempunyai pelanggan meskipun tidak mengkhususkan pada satu segmen pasar. Konsumen sasaran penjualan mobil PT. Nasmoco Kaligawe Semarang adalah semua pangsa pasar yang mencakup lapisan masyarakat menengah ke atas selain konsumen potensial untuk meningkatkan volume penjualannya.

Daerah yang terjangkau khusus wilayah Kota Semarang, Kudus, Purwodadi, dan Demak. Penetapan daerah pemasaran tersebut tidak boleh dilanggar, artinya PT. Nasmoco Kaligawe Semarang dilarang memasarkan mobil Toyota diluar daerah-daerah yang sudah ditentukan. Pelanggaran wilayah pemasaran akan dikenakan sanksi sebesar Rp. 2.000.000,00 (dua juta rupiah),

karena dengan pelanggaran wilayah berarti memasuki daerah pemasaran dealer Toyota lain.

2.6 Identitas Responden

2.6.1 Identitas Responden Berdasarkan Umur

Usia merupakan suatu hal yang berpengaruh dalam tingkat kematangan seseorang dan mencerminkan masa produktif responden dalam bekerja dan usia responden akan mempengaruhi jawaban didalam sebuah penelitian. Berikut identitas responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 2.1 di bawah:

Tabel 2.2
Responden Berdasarkan Umur

No.	Umur	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	17 sd 20	0	0,00
2.	21 sd 30	8	8,00
3.	31 sd 40	53	53,00
4.	41 sd 50	28	28,00
5.	>50	11	11,00
Jumlah		100	100,00

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.2, hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden berumur 31 sampai dengan 40 tahun, yaitu sebanyak 53% dan minoritas responden berumur 21 sampai dengan 30 tahun, yaitu sebanyak 8%.

2.6.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah bentuk fisik yang membedakan antara laki-laki dengan perempuan. Dalam pengumpulan data responden, jenis kelamin responden

bertujuan untuk mengetahui perbandingan jumlah antara laki-laki dan perempuan yang menjawab pertanyaan penelitian. Tabel berikut ini akan menyajikan data responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 2.3

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	87	87,00
2.	Perempuan	13	13,00
	Jumlah	100	100,00

Sumber : Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 2.3 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 87% sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 13%. Dari data tersebut diketahui bahwa pembeli Toyota Agya di Nasmoco Kaligawe Semarang lebih banyak berjenis kelamin laki-laki daripada perempuan.

2.6.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

Tingkat Pendidikan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Pendidikan formal terakhir yang telah ditempuh oleh responden. Berikut merupakan data responden berdasarkan tingkat Pendidikan.

Tabel 2.4

Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Tamat SMA	39	39,00
2.	Tamat D3	7	7,00
3.	Tamat S1	46	46,00
4.	Pasca Sarjana (S2)	8	8,00
5.	Doktor (S3)	0	0,00
	Jumlah	100	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 2.4 dapat diketahui bahwa mayoritas responden dapat dilihat bahwa Pendidikan terakhir responden dua terbanyak adalah Tamat S1 dengan 46% dan Tamat SMA sebanyak 39%.

2.6.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang demi mendapatkan imbalan baik berupa uang maupun jabatan. Pekerjaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pekerjaan pokok yang dilakukan oleh responden. Berikut merupakan data mengenai jenis pekerjaan responden.

Tabel 2.5

Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Pegawai Swasta	47	47,00
2.	Pegawai Negeri	20	20,00
3.	Wirausahawan	31	31,00
4.	TNI/POLRI	2	2,00
	Jumlah	100	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 2.5 dapat diketahui mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Swasta sebanyak 47% dan Wirausahawan sebanyak 31%.

2.6.5 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah penghasilan yang diterima responden setiap bulannya. Berikut adalah data mengenai penghasilan responden.

Tabel 2.6

Responden Berdasarkan Penghasilan

No.	Penghasilan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	< Rp. 7.000.000	71	71,00
2.	> Rp. 7.000.000 – Rp. 10.000.000	22	22,00
3.	> Rp. 10.000.000 – Rp. 13.000.000	6	6,00
4.	> Rp. 13.000.000 – Rp. 16.000.000	1	1,00
5.	> Rp. 16.000.000	0	0,00
Jumlah		100	100,00

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 2.6 dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki penghasilan perbulan pada rentang > Rp. 7.000.000 dengan 65% dan > Rp. 7.000.000 – Rp. 10.000.000 dengan 23%.