

BAB II

GAMBARAN UMUM PT NASMOCO MAJAPAHIT

1.1 Sejarah Perusahaan

Nasmoco adalah perusahaan otomotif yang berfokus pada penjualan unit mobil dan pelayanan purna jual yaitu jasa bengkel (perbaikan kendaraan) dan *spare part* (penyedia suku cadang). PT Nasmoco Majapahit merupakan anak perusahaan PT New Ratna Motor yang berdiri pada tahun 2003 menempati gedung di Jalan Brigjen Sudiarto 426, kemudian menempati gedung baru di Jalan Brigjen Sudiarto KM 4.3, Pedurungan, Semarang pada tanggal 29 Oktober 2014. PT New Ratna Motor didirikan atas dasar keasamaan visi, cara pandang serta kebulatan tekad dari Bapak AH 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 yang merupakan cikal bakal PT Ratna Motor.

Seiring dengan perkembangan usaha ini, pada tanggal 1 April 1972 PT Ratna Dewi Motor Company menempati gedung baru di Jl. Pemuda 72 Semarang dan pada tanggal 30 Agustus 1972 PT Ratna Dewi Motor Company ditunjuk sebagai dealer utama PT Toyota Astra Motor untuk wilayah Jawa Tengah - DIY. Untuk membuat perusahaan lebih responsif serta menciptakan dinamisasi berorganisasi PT Ratna Dewi Motor Company mengubah nama menjadi PT New Ratna Motor pada tanggal 22 Desember 1973.

Pada tahun 1974 PT New Ratna Motor mulai mengembangkan usahanya dengan mendirikan dealer-dealer cabang di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. PT New Ratna Motor sampai sekarang telah mendirikan 22 cabang Toyota dengan layanan penjualan, bengkel, dan penyediaan suku cadang (VSP-Vehicle Servis and Parts). Dan nama Nasmoco sendiri merupakan singkatan dari New Asiatik Motor Company dan termasuk dalam anak perusahaan PT New Ratna Motor.

1.1.1 Perjalanan Jaringan Nasmoco

PT New Ratna Motor telah memiliki 22 cabang Nasmoco yang melayani penjualan, bengkel service dan penyediaan suku cadang mobil merek Toyota di Jawa Tengah dan DI Yogyakarta. Berikut merupakan perjalanan jaringan Nasmoco:

- 1961

Perjalanan direksi PT Ratna Dewi Motor dimulai dari bangunan di JL. MH. Thamrin.

- 1972

PT Ratna Dewi Motor memiliki keinginan untuk menawarkan Jasa Pelayanan Purna Jual (pelayanan bengkel dan suku cadang) di samping jasa penjualan unit. Maka pada tahun 1964 menempati bangunan di Jalan MH Thamrin 14-16, Semarang untuk membuka *Showroom*, Bengkel, dan Penjualan Suku Cadang.

Seiring dengan berkembangnya usaha, pada tanggal 1 April 1972, PT Ratna Dewi Motor menempati gedung baru di Jalan Pemuda 72, Semarang. Lokasi gedung tersebut tidak terlepas dari bantuan pemilihan tempat yang ideal oleh Mr. Z Koyama, Representative Director Toyota Motor Thailand, CO., Ltd.

- 1974

Berdirinya cabang baru di Yogyakarta diawali dengan diresmikannya CV Mataram yang terletak di Jalan Sala 163, Yogyakarta pada 22 Mei 1974. Dan berganti nama setelah beberapa tahun kemudian menjadi PT Sumber Bahterah Motor di Jalan Raya Magelang, Yogyakarta KM 7, hingga sekarang.

CV Bengawan Motor, Solo (PT Bengawan Abadi Motor) Dealer Toyota untuk Ex. Karasidenan Surakarta didirikan di atas tanah seluas 3.800 m² yang mulio digunakan pada 7 September 1974.

- 1976

Lahirnya CV Jati Motor, dealer Toyota untuk Ex Karasidenan Pati didirikan di Jalan AKBP Kusumadya, Kudus. Diresmikan penggunaannya pada 21 Oktober 1976. Kini berubah menjadi CV Surya Indah Motor.

- 1977

PT Nasmoco Kaligawe diresmikan penggunaannya pada 20 Agustus 1977 dan berdiri di atas tanah seluas 12.000m² di Jalan Raya Kaligawe KM 5. Dealer ini melayani pembelian Toyota di Karasidenan Semarang.

CV Chandra Motor dealer Toyota untuk daerah Ex. Karasidenan Pekalongan terletak di Jl. Mertoloyo 9 Tegal dan dibangun di atas tanah seluas 3.600 m² . Diresmikan pada 20 Agustus 1977.

Cikal bakal berdirinya PT Nasmoco Magelang adalah CV Rio Motor pada tanggal 20 Agustus 1977.

Sebagai cikal bakal berdirinya PT Nasmoco Purwekerto, Serayu Motor didirikan pada 7 November 1977 yang terletak di Jl. Jenderal Sudirman No. 444 Purwokerto yang berdiri pada 20 Agustus 1977.

- 1978

Untuk mengantisipasi pembelian di daerah kersidenan Cilacap, PT New Ratna Motor mendirikan cabang di Jl. MT. Haryono Cilacap. Cabang perusahaan ini didirikan di atas tanah seluas 12.000 m² pemakaian dimulai pada 15 April 1978.

13

PT. Chandra Pratama Motor , masih ditahun yang sama setelah berdiri PT Nasmoco Cilacap, di Pekalongan didirikan dealer baru PT Chandra Pratama Motor.

- 1980

PT Nasmoco Salatiga berdiri di Jalan Diponegoro 171, Salatiga.

- 1996

PT Nasmoco Pemuda Semarang berdiri menempati Jalan Pemuda 72 Semarang pada tanggal 1 Mei 1996.

- 2003

PT Nasmoco Janti berdiri menempati gedung di Jalan Ringroad Timur 58 A, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta.

PT Nasmoco Majapahit berdiri menempati gedung di Jalan Brigjend Sudiarto 426 Majapahit, Pedurungan, Semarang.

- 2005

PT Nasmoco Gombel berdiri menempati Gedung di Jalan Setiabudi 22, Semarang.

PT Nasmoco Solo Baru berdiri menempati Gedung di Jalan Raya Solo Permai No. 1, Solo Baru, Sukoharjo.

- 2010

Pada tanggal 20 Oktober 2010, PT Nasmoco Kaligawe menempati gedung baru di lokasi yang sama yaitu di Jalan Raya Kaliawe KM 5, Semarang.

Untuk meningkatkan layanan purna jual, pada tahun 2010 didirikan Nasmoco Karanganyar (Pusat Bodi dan Cat) menempati gedung di Jalan Ring Road Mojosongo, Sroyo, Karanganyar.

- 2012

Berdiri Nasmoco Cabang Bantul pada tanggal 11 April 2012 di Jalan Ring Road Selatan, Taman Tirto, Bantul.

- 2014

Nasmoco Siliwangi berdiri di Jalan Jend Sudirman No. 291 Puspogawang, Semarang pada tanggal 29 Oktober 2014.

Nasmoco Ringroad berdiri di Jalan Raya Ringroad Utara Mojosongo KM. 9, Jaten, Karanganyar pada tanggal 29 Oktober 2014.

Nasmoco Pusat Pelayanan Dyna berdiri di Jalan Kaligawe KM. 5 Semarang pada tanggal 29 Oktober 2014.

Nasmoco Majapahit berdiri di Jl. Brigjen Sudiarto KM. 4.3, Pedurungan, Semarang pada Tanggal 29 Oktober 2014.

- 2016

Nasmoco Pati berdiri di Jalan Raya Pati – Juwang km. 2.7, Sarirejo, Pati, Jawa Tengah pada tanggal 25 April 2016

Nasmoco Klaten berdiri di Jalan Raya Klaten, Solo KM. 4, Belang Wetan, Klaten 57437 pada tanggal 2 November 2016.

Cabang-cabang dari PT New Ratna Motor tersebar hampir di semua kota yang ada di Jawa Tengah dan DI Yogyakarta. Adapun alamat kantor cabang tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2.1
Kantor Cabang Nasmoco

No	Nasmoco Group	Alamat
1	PT NASMOCO CILACAP	Jl. MT. Haryono no. 81
2	NASMOCO JANTI	Jl. Ringroad Timur 58 A, Wonocatur Yogyakarta
3	NASMOCO MLATI	Jl. Raya Magelang KM. 7, Mlati, Sleman , Yogyakarta
4	NASMOCO BANTUL	Jl. Ringroad Selatan, Taman Tirto, Kasihan Bantul Yogyakarta
5	CV. SURYA INDAH MOTOR	Jl. Raya Kudus - Pati KM 4 Ngembal Kulon Kudus
6	PT NASMOCO MAGELANG	Jl. Raya Magelang - Yogyakarta KM. 5 Mertoyudan
7	PT NASMOCO PEKALONGAN	Jl. Raya Kalibanger KM. 3 Pekalongan
8	PT NASMOCO PURWOKERTO	Jl. Gerilya Timur No. 56 Purwokerto
9	PT NASMOCO SALATIGA	Jl. Diponegoro No. 171 Salatiga

10	PT NASMOCO GOMBEL	Jl. Setiabudi No. 22 Semarang
11	PT NASMOCO MAJAPAHIT	Jl. Bridjen Sudiarto No. 426, Pedurungan, Semarang
12	PT NASMOCO PEMUDA	Jl. Pemuda No. 72 Semarang
13	PT NASMOCO KALIGAWA	Jl. Raya Kaligawe Km 5, Semarang
14	PT NASMOCO SILIWANGI	Jl. Jendral Sudirman 291 Semarang
15	PT NASMOCO UNGARAN	Jl. Soekarno Hatta KM. 26, Karangjati, Bergas , Ungaran
16	PT NASMOCO SOLO BARU	Jl. Raya Solo Permai JA No. 1 Solo Baru Madegondo-Grogol Sukoharjo
17	NASMOCO SLAMET RIYADI	Jl. Slamet Riyadi 558, Solo
18	NASMOCO RINGROAD	Jl. Ringroad Utara Mojosongo KM 9, Jaten Karanganyar
19	NASMOCO TEGAL	Jl. Martoloyo No. 113-115 Tegal
20	NASMOCO WONOSOBO	Jl. Raya Banyumas KM.3 Wonosobo
21	NASMOCO BREBES	Jl. Raya Kkampok , Wanasari Brebes
22	NASMOCO PATI	Jl. Pati- Juana Km. 27 Sarirejo Pati

Sumber : PT Nasmoco Majapahit, 2019

1.2 Visi dan Misi PT Nasmoco Majapahit

1.2.1 Visi

Menjadi pelaku bisnis di bidang otomotif yang professional, berkualitas, dan sebagai pemimpin pasar di era global.

1.2.2 Misi

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

1.3 Logo Perusahaan

Logo adalah lambang atau simbol khusus yang mewakili suatu perusahaan atau organisasi. Sebuah logo bisa berupa nama, lambang atau elemen grafis lain yang ditampilkan secara visual. Sebuah logo diciptakan sebagai identitas agar unik dan mudah dibedakan dengan perusahaan kompetitor/pesaing. Logo merupakan sebuah visi penyampaian citra positif melalui sebuah tampilan sederhana dalam bentuk simbol.

Semakin banyaknya kompetitor dalam dunia otomotif juga memotivasi tiap perusahaan dalam membuat logo yang mudah diingat oleh masyarakat. PT Nasmoco Majapahit memiliki logo perusahaan yang dapat dilihat pada Gambar 2.1. Logo perusahaan Nasmoco menggambarkan nama perusahaan dan brand yang dipasarkan. Dan berikut ini merupakan lambang dari Nasmoco :

Gambar 2.1
Logo Perusahaan Nasmoco



Sumber : PT Nasmoco Majapahit, 2019

Adapun arti dan makna logo adalah:

- a. Elemen logo yang membentuk tiga mobil dari samping yang secara keseluruhan merupakan representasi bentuk mobil Toyota sendiri, dimaksudkan PT New Ratna Motor sebagai perusahaan swasta yang bergerak dibidang otomotif yang melayani jasa penjualan, perbaikan dan penyediaan suku cadang Toyota yang bergerak maju dan progresif.
- b. Kata “NASMOCO” merupakan nama Dealer / Cabang Perusahaan dari PT New Ratna Motor dan merupakan singkatan dari New Asiatik Motor Company.
- c. Kata “AUTHORIZED TOYOTA DEALER” menunjukkan bahwa PT New Ratna Motor (Nasmoco Group) merupakan dealer resmi yang telah mendapatkan otorisasi dari Toyota Astra Motor.

Selain logo perusahaan, juga terdapat logo merek Toyota. PT Nasmoco Majapahit merupakan distributor resmi mobil merek Toyota. Lambang dari merek Toyota dapat dilihat pada Gambar 2.2 berikut ini :

Gambar 2.2
Logo Toyota



Sumber : PT Nasmoco Majapahit, 2019

Logo Toyota adalah penggambaran dari 3 buah bentuk oval dimana, bentuk oval yang pertama menggambarkan konsumen atau pengguna, oval kedua adalah komitmen Toyota untuk memuaskan dan melayani konsumen dengan baik dan menghadirkan produk terbaiknya dan bentuk oval terakhir mengandung makna perkembangan teknologi dan Inovasi Toyota yang tidak terbatas. Ada hal yang menarik dari logo Toyota yang sekarang, jika diamati dengan teliti logo oval dalam Toyota ini bisa membentuk huruf Toyota.

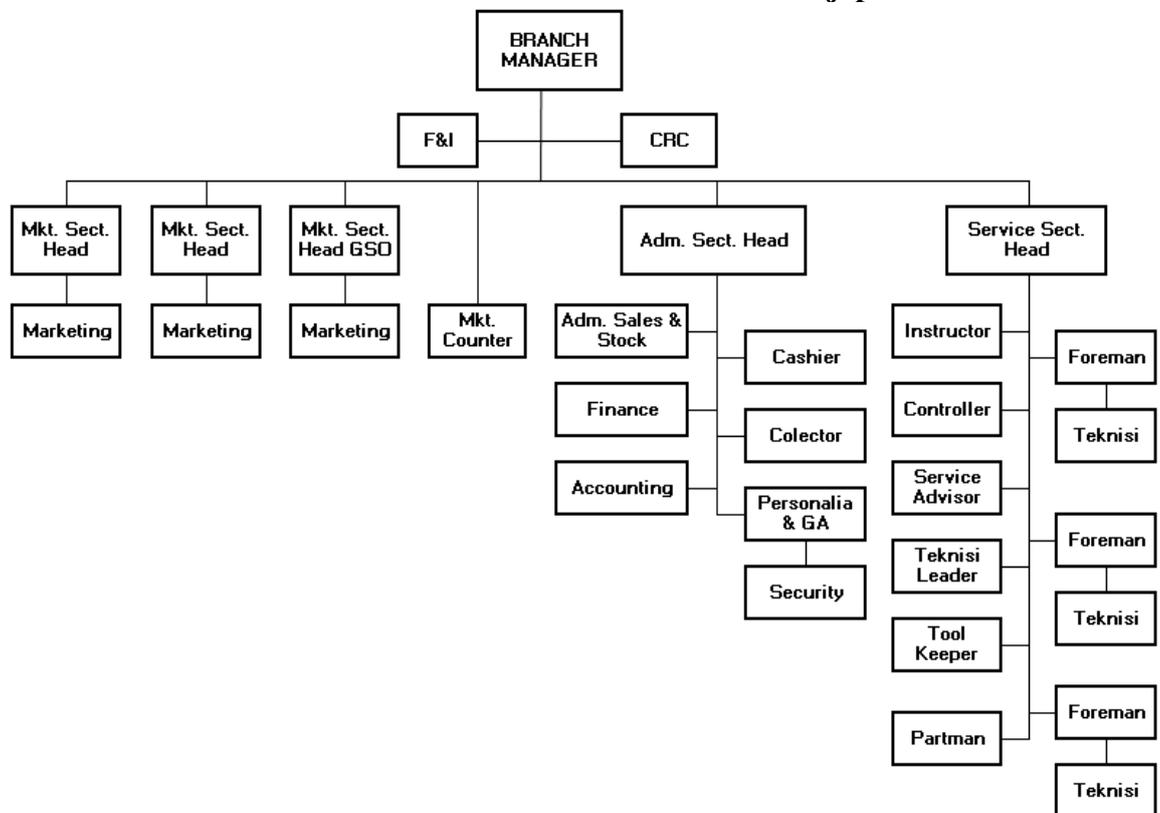
Warna logo Toyota yang merah jika diteliti menurut psikologi warna warna merah melambangkan passion, energi, dan kesan berani sedangkan warna Putih

pada ketiga ovalnya melambangkan kemurnian, kebersihan, dan netralitas. Dalam tulisan Toyota, produsen Toyota menggunakan font Helvetica Bold yang terkesan netral.

1.4 Struktur Perusahaan PT Nasmoco Majapahit

Berikut adalah struktur organisasi PT Nasmoco Majapahit:

Gambar 2.3 Struktur Perusahaan PT Nasmoco Majapahit



Sumber : PT Nasmoco Majapahit, 2019

1.5 Deskripsi Pekerjaan

Berikut adalah deskripsi pekerjaan di PT Nasmoco Majapahit:

a. *Branch Manager*

Bertanggung jawab penuh terhadap semua kegiatan cabang, meliputi:

- Menetapkan kebijakan operasional perencanaan dan pengembangan usaha.
- Menetapkan ketentuan-ketentuan, peraturan-peraturan dan pengembangan di bidang operasional untuk unit-unit yang berada di lingkungan cabang.
- Melaporkan serta menyusun strategi dan program pelaksanaan operasional perusahaan di tingkat cabang.
- Melaporkan pertanggungjawaban atas seluruh kegiatan cabang, termasuk usaha pembinaan, pengembangan dan penyelenggaraan unit di lingkungan cabang.

b. F&I

Tugas dan tanggung jawab:

- Menangani urusan dengan pihak leasing untuk penagihan pencairan pembayaran mobil dari leasing kepada dealer.

c. *Customer Relation Coordinator (CRC)*

Tugas dan tanggung jawab:

- Menganalisa laporan indeks kepuasan pelanggan untuk dipresentasikan hasilnya ke seluruh bagian terkait.

- Membuat program perbaikan di cabang sekaligus mengevaluasinya.
- Merawat data pelanggan pembelian mobil Toyota.
- Memotivasi rekan kerja untuk melakukan pelayanan, baik internal maupun eksternal secara prima.
- Berwenang untuk memastikan seluruh karyawan agar benar-benar menjalankan program Customer Satisfaction Indeks (CSI) yang sudah ditanamkan perusahaan.
- Mem *follow-up* pelanggan sales dan after sales dalam rangka peningkatan nilai CSI dealer.

d. *Marketing Section Head*

Bertanggung jawab terhadap:

- Penjualan kendaraan
- Peningkatan market share serta pemasaran di wilayahnya.
- Pengkoordinasian, pengawasan serta pemberian motivasi terhadap salesman.

Bagian ini membawahi:

- *Marketing*

Tugas dan tanggung jawab:

- Menangani penjualan secara langsung kepada pembeli.
- Membina dan mencari pelanggan.
- Mengatur penerimaan mobil dari perusahaan hingga sampai ke tangan pembeli.

e. *Marketing Section Head GSO*

Bertanggung jawab terhadap:

- Menangani penjualan mobil ber plat merah atau pembelian dari instansi pemerintah

f. *Marketing Counter*

Tugas dan tanggung jawab:

- Menjual kendaraan dan melayani konsumen yang datang ke kantor.
- Memberikan keterangan yang diperlukan oleh konsumen dengan sebaik-baiknya.

g. *Administration Section Head*

Tugas dan tanggung jawab:

- Mengkoordinir dan mengawasi seluruh proses administrasi di cabang baik itu pembukuan, keuangan dan personalia.
- Membantu kegiatan kepala cabang dalam merumuskan kebijakan perusahaan tentang target yang akan diraih, penyusunan anggaran perusahaan serta strategi pemasaran perusahaan setiap periode (tahunan).
- Memberikan jaminan kelancaran administrasi kepada pelanggan sesuai dengan aturan dalam *Standar Operation Procedure* (SOP).
- Memberikan data-data dan laporan keuangan yang akurat dan tepat waktu kepada pihak-pihak terkait (internal dan eksternal), terutama yang menyangkut dengan kebijakan manajemen.
- Berwenang atas arus keluar masuk kas dan bank.

Bagian ini membawahi:

- *Adm. Sales and Stock*

Tugas dan tanggung jawab:

- Bertanggung jawab atas seluruh proses administrasi penjualan mobil cabang dan mengawasi pemakaian form SPK (Surat Pesanan Kendaraan).
- Mengumpulkan SPK valid untuk diproses lebih lanjut dan memproses SPK valid untuk diajukan dalam MDP (*Month Delivery Plan*) cabang.
- Mengontrol posisi stock mobil cabang.
- Berwenang untuk meminta kepada pembeli agar melengkapi semua dokumen yang diperlukan dan menyerahkan STNK, BPKP dan plat nomor kepada pelanggan.

- *Finance*

Tugas dan tanggung jawab:

- Melakukan kegiatan administrasi keuangan mulai dari transaksi penerimaan atas tagihan, pembayaran atas pembelian sesuai dengan SOP yang berlaku.
- Menerima invoice penjualan kredit dari AR Control setelah mengkonfirmasi adanya pembayaran, kemudian menginput pada sistem.

- Membuat bukti Bank masuk berdasarkan informasi mutasi dari Bank dengan dilengkapi oleh dokumen pendukung.

- *Accounting*

Tugas dan tanggung jawab:

- Melaksanakan fungsi pembukuan dan keuangan di cabang.
- Membuat dan memberikan laporan yang akurat, benar dan tepat waktu sesuai jatuh tempo yang sudah ditentukan.
- Mengkoordinasi administrasi pembukuan penjualan dengan staf administrasi penjualan, pembukuan layanan purna jual, suku cadang dan pembukuan penerimaan kas dan bank dengan kasir.

- *Cashier*

Tugas dan tanggung jawab:

- Menerima, mencatat dan menginput ke program computer semua transaksi tunai dari customer.
- Mengeluarkan uang untuk biaya operasional maupun non operasional perusahaan yang sudah diotorisasi yang berwenang.
- Mengeluarkan kas bon yang sudah diotorisasi ASH atau kepala bagian yang berwenang dalam waktu 2 x 24 jam, selebihnya harus di *follow up*.
- Menyetorkan uang ke bank dengan menghubungi petugas bank.
- Meminta laporan dari administrasi servis dan parts setelah *cut off*, kemudian disamakan dengan *Invoice* yang diterima.

- Merekap semua bukti kas masuk dan bukti kas keluar lalu menyesuaikan dengan nominal fisik uang.
- Membuat laporan harian kas yang berisi rincian penerimaan kas, pengeluaran kas, kas bon serta hasil *stock opname* setiap harinya.
- Melakukan *stock opname* kas.

- *Collector*

Tugas dan tanggung jawab:

- Melakukan penagihan piutang.
- Bertanggung jawab terhadap piutang yang berasal dari penjualan kredit kendaraan, spare part dan bengkel.

- *Personalialia & General Affair*

Tugas dan tanggung jawab:

- Menangani masalah kepegawaian dan sumber daya manusia.
- Mengelola dan mengawasi administrasi dan rumah tangga secara fisik.
- Menunjang kegiatan operasional perusahaan berdasarkan rencana kerja dan anggaran perusahaan serta masalah-masalah umum perusahaan.

Bagian ini membawahi:

- *Security*

Tugas dan tanggung jawab:

- Bertanggung jawab atas keamanan seluruh aset perusahaan, menjaga situasi dan kondisi perusahaan selalu dalam kondisi kondusif
- Bertindak tegas jika ada sesuatu yang dirasa mengancam situasi dan kondisi di lingkungan perusahaan.
- Menjaga kebersihan di halaman depan perusahaan, memonitor semua unit mobil yang keluar masuk di lingkungan perusahaan dan mengatur parkir mobil atau motor karyawan, customer dan tamu.

h. Service Section Head

Tugas dan tanggung jawab:

- Mengontrol kegiatan konsultan perusahaan.
- *Follow-up All Program Toyota Astra Motor (TAM) dan Head Office (HO).*
- Evaluasi kegiatan *7 Step*.
- Menerima komplain pelanggan.
- Mengontrol pelaksanaan *Customer Retention*.
- Mengontrol pencapaian target pelayanan.
- Mengontrol *Man Power Service*.
- Mengevaluasi dan memperbaiki sistem pelayanan servis.

Bagian ini membawahi:

- *Instructor*

Tugas dan tanggung jawab:

- Bertanggung jawab atas pelatihan bengkel.
- Membuat jadwal rencana pelatihan, serta data man power bengkel.
- Membantu problem teknik yang terjadi di bengkel.
- Membuat, mengevaluasi, dan improvisasi SOP yang berlaku di bengkel.
- Mengevaluasi kinerja foreman dan technician setiap bulan.

- *Controller*

Tugas dan tanggung jawab:

- Mengatur dan membagi *service order* dari *Service Advisor* ke teknisi sesuai tingkat level teknisi.
- Memastikan *service* sesuai dengan waktu yang telah disepakati *Service Advisor*.

- *Service Advisor*

Tugas dan tanggung jawab:

- Mengimplementasikan *6 step* pada setiap kendaraan pelanggan.
- Menerima keluhan dan menganalisa kerusakan kendaraan.
- Mengestimasi biaya dan waktu perbaikan kendaraan.

- Membuat servis yang lengkap disertai dengan keluhan pelanggan.
 - Memonitor perkembangan pekerjaan.
 - Menginformasikan apabila ada perkembangan di luar servis order kepada pelanggan.
 - *Follow-up* 3-4 hari selesai perbaikan.
- Teknisi *Leader*

Tugas dan tanggung jawab:

- Berkoordinasi dengan semua teknisi
 - Memastikan semua teknisi bekerja sesuai SOP
 - Menangani kasus kerusakan yang sulit.
 - Berwenang dalam keputusan klaim garansi
- *Tool Keeper*

Tugas dan tanggung jawab:

- Menjaga dan merawat *Special Service Tool* (SST) dan perlengkapannya.
- Membuat laporan harian daftar peminjaman SST.
- Membuat laporan bulanan daftar SST dan peralatan.
- Membuat laporan kehilangan SST dan perlengkapannya.

- *Partman*

Tugas dan tanggung jawab:

- Melayani permintaan *parts* sesuai dengan SOP.
- Memonitor ketersediaan *spare part*.
- Bertanggung jawab terhadap pengelolaan sistem administrasi khusus *part*.
- Berwenang untuk mencetak *part Invoice* atau *supply slip*.
- Membuat laporan penjualan harian *part*.

- *Foreman*

Tugas dan tanggung jawab:

- Mengkoordinasikan pekerjaan teknisi.
- Mengontrol dan mengarahkan pekerjaan teknisi.
- Menerapkan SOP pada teknisi.
- Memonitor pekerjaan teknisi.
- Memastikan pekerjaan selesai sesuai dengan janji penyerahan.
- Bertanggung jawab atas hasil pekerjaan teknisi dalam kelompoknya.

Bagian ini membawahi:

- Teknisi

Tugas dan tanggung jawab :

- Melakukan perbaikan sesuai dengan *Work Order* atau *Service Order*.
- Bekerja berdasarkan kerja tim.
- Melaporkan kepada mandor apabila terjadi masalah di lapangan.
- Menjaga dan merapikan sarana yang ada di bengkel.
- Menjaga kebersihan dan perlengkapan kendaraan yang diperbaiki.
- Melaporkan kepada mandor apabila ada tambahan order.

1.6 Produk dan Layanan yang Ditawarkan

Berikut ini merupakan produk dan layanan yang ditawarkan oleh PT Nasmoco

Majapahit:

1. Penjualan mobil merek Toyota semua tipe.

Tabel 2.2
Produk Mobil Toyota

No.	Jenis	Tipe Mobil
1.	Hatchback	New Agya dan New Yaris
2.	Sedan	New Vios, New Corolla Altis, dan New Vios
3.	MVP	New Calya, New Avanza, Veloz, New Sienta, Kijang
4.	SUV	All New Rush, Fortuner, All New C-HR, dan Land Cruiser
5.	Commercial	All New HiLux, Dyna, dan HiAce
6.	Sport	Toyota 86

Sumber : PT Nasmoco Majapahit, diolah, 2020

2. Bengkel *service* dan *spare part*.

1.7 Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pembeli mobil merek Toyota di PT Nasmoco Majapahit dengan jumlah 97 orang dengan kriteria yang telah ditentukan dan memiliki heterogenitas karakter yang akan memberikan persepsi yang berbeda mengenai variabel penelitian.

Penentuan responden menggunakan syarat-syarat tertentu untuk keabsahan penelitian. Adapun syarat yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

1. Berusia 25 – 60 tahun.
2. Merupakan pemilik dan pengguna yang juga berposisi sebagai pengambil keputusan dalam pembelian mobil Toyota.
3. Membeli mobil merek Toyota di PT Nasmoco Majapahit.
4. Mengetahui promosi mobil merek Toyota di PT Nasmoco Majapahit.
5. Pernah mendatangi dan merasakan pelayanan di kantor PT Nasmoco Majapahit.

Berdasarkan data yang telah diisi oleh responden, diperoleh kondisi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan per bulan, dari mana mengetahui PT Nasmoco Majapahit, frekuensi membeli mobil di PT Nasmoco Majapahit dalam 5 tahun terakhir.

1.7.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden dibedakan menjadi dua, yaitu laki-laki dan perempuan.

Data jenis kelamin responden sebagai berikut:

Tabel 2.3
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	Laki-laki	76	78,4
2.	Perempuan	21	21,6
	Jumlah	97	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan data pada Tabel 2.2 di atas, dapat dilihat bahwa kebanyakan responden pembeli mobil merek Toyota di PT Nasmoco Majapahit adalah laki-laki. Pengambil keputusan dalam pembelian mobil kebanyakan laki-laki karena merupakan pemimpin dalam keluarga dan menafkahi keluarga.

1.7.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan suatu hal yang berpengaruh dalam tingkat kematangan seseorang dan mencerminkan masa produktif responden dalam bekerja dan usia responden akan mempengaruhi jawaban di dalam sebuah penelitian. Berikut merupakan data usia responden:

Tabel 2.4
Identitas Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	26 – 30	18	18,6
2.	31 – 35	16	16,5
3.	36 – 40	13	13,4
4.	41 – 45	11	11,3
5.	46 – 50	15	15,5
6.	51 – 55	18	18,6
7.	56 – 60	6	6,2
	Jumlah	97	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Data pada Tabel 2.3 di atas, dapat diketahui bahwa distribusi pembeli mobil merek Toyota di PT Nasmoco Majapahit tersebar relatif merata di segala usia. Berdasarkan fakta tersebut, mobil telah menjadi kebutuhan bagi masyarakat terutama dalam kelompok usia produktif.

1.7.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut merupakan data pendidikan terakhir responden:

Tabel 2.5
Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	SMA	19	21,6
2.	Diploma	9	9,3
3.	Sarjana	54	55,6
4.	Magister	12	12,4
5.	Doktor	3	3,1
	Jumlah	97	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan data di atas, lebih dari 50% pembeli mobil merek Toyota di PT Nasmoco Majapahit memiliki pendidikan terakhir Sarjana. Pendidikan terakhir yang ditempuh tentu dapat mempengaruhi cara berpikir pembeli dalam proses pengambilan keputusan.

1.7.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan merupakan profesi atau kegiatan utama yang dilakukan responden secara rutin dalam kehidupan sehari-hari. Jenis pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2.6
Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan Responden	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	PNS/TNI/POLRI	34	35,1
2.	Karyawan Swasta	21	21,6
3.	Karyawan BUMN	7	7,2
4.	Wiraswasta	26	26,8
5.	Profesional	9	9,3
Jumlah		97	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan data di atas, kebanyakan pembeli mobil merek Toyota di PT Nasmoco Majapahit adalah pegawai. Hal ini menunjukkan pembeli membutuhkan mobil untuk menunjang mobilitasnya dalam bekerja. Pekerjaan juga berhubungan erat dengan penghasilan yang didapat.

1.7.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

Data pendapatan perbulan responden dalam penelitian ini dapat dilihat di tabel berikut:

Tabel 2.7
Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan per Bulan (Rupiah)	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	6.500.000 – 30.699.999	57	58,7
2.	30.700.000 – 54.899.999	12	12,4
3.	54.900.000 – 79.099.999	9	9,3
4.	79.100.000 – 103.299.999	8	8,2
5.	103.300.000 – 127.499.999	4	4,1
6.	127.500.000 – 151.699.999	2	2,1
7.	151.700.000 – 175.899.999	3	3,1
8.	175.900.000 - 200.099.999	2	2,1
Jumlah		97	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Data pada tabel 2.6 di atas, dapat dilihat bahwa lebih dari setengah responden pembeli mobil merek Toyota di PT Nasmoco Majapahit memiliki pendapatan antara Rp. 6.500.000 – Rp. 30.699.999. Pendapatan pembeli mobil merek Toyota di PT Nasmoco Majapahit masuk ke golongan pendapatan sedang hingga golongan pendapatan tinggi. Pendapatan yang didapat setiap bulannya mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian mobil Toyota, terutama pada pembelian dengan proses pembayaran kredit.

1.7.6 Identitas Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengetahui PT Nasmoco Majapahit

Jumlah data berdasarkan kategori ini adalah untuk mengetahui pertama kali responden mendapatkan informasi tentang PT Nasmoco Majapahit dari mana. Berikut disajikan data responden berdasarkan asal mula responden mengetahui informasi tentang PT Nasmoco Majapahit:

Tabel 2.8
Identitas Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengetahui PT Nasmoco Majapahit

No.	Sumber Informasi	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	Kerabat	27	27,8
2.	Teman	47	48,5
3.	Iklan	10	10,3
4.	Pameran	13	13,4
	Jumlah	97	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan data di atas, menunjukkan bahwa mayoritas pembeli mobil merek Toyota di PT Nasmoco Majapahit mendapatkan informasi melalui teman dan kerabat. PT Nasmoco Majapahit memiliki reputasi yang baik sehingga banyak

orang merekomendasikannya kepada teman maupun kerabatnya jika ingin membeli mobil merek Toyota.

1.7.7 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Jumlah data berdasarkan kategori ini adalah untuk mengetahui frekuensi pembelian responden dalam 5 tahun terakhir. Berikut disajikan data responden:

Tabel 2.9
Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian 5 Tahun Terakhir

No.	Frekuensi Pembelian	Frekuensi (Orang)	Presentasi (%)
1.	1	66	68,1
2.	2	20	20,6
3.	3	8	8,2
4.	4	3	3,1
Jumlah		97	100

Sumber : Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan data pada Tabel 2.9 di atas, dapat dilihat mayoritas responden melakukan 1 kali pembelian dalam 5 tahun terakhir. Mobil bukanlah barang yang harganya terjangkau, mobil dapat mengangkut beberapa orang sekaligus, dan mobil bukanlah barang yang cepat rusak sehingga banyak orang merasa cukup membeli satu unit mobil dalam kurun waktu 5 tahun.