

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PT. NEW RATNA MOTOR SEMARANG**

Pada bab II ini penulis akan memaparkan mengenai gambaran umum PT. New Ratna Motor Semarang. Gambaran umum perusahaan meliputi sejarah berdirinya perusahaan, visi, misi, strategi, struktur organisasi perusahaan, dan identitas responden sebagai objek yang diteliti.

#### **1.1 Sejarah Perkembangan Perusahaan**

PT. New Ratna Motor didirikan pada tanggal 15 April 1961 oleh 3 orang pendiri yaitu Bapak AH Budi (alm), Bapak H. Haddy Soejanto (alm), Bapak Bambang Budi Hariono (alm), dan Bapak H. Zoebaidi Maksoem. Karena adanya kesamaan visi, cara pandang serta kebulatan tekad dari 3 pendiri, dihasilkanlah kesepakatan untuk mendirikan PT. Ratna Dewi Motor yang merupakan cikal bakal PT. New Ratna Motor. Bisnis PT. Ratna Dewi Motor dimulai saat membeli Toyota Tiara sedan impor di Jakarta dan adanya pesanan 7 unit oleh Pemerintah Daerah Tingkat I Jateng.

Respon masyarakat Semarang yang baik memacu PT. Ratna Dewi Motor Company untuk mendatangkan produk Toyota lainnya seperti truck FA-100 dan Jeep Land Cruiser FJ-40. Sebagai upaya untuk meningkatkan pelayanan bagi pelanggan, PT. Ratna Dewi Motor Company menawarkan jasa purna jual (pelayanan bengkel dan suku cadang) disamping penjualan unit. Tekad ini diwujudkan dengan membuka

showroom, bengkel, dan penjualan suku cadang di Jl. MH Thamrin 14-16 Semarang pada tahun 1964.

Seiring berkembangnya usaha, 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 ditunjuk sebagai dealer utama PT. Toyota Astra Motor untuk wilayah Jawa Tengah – Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk membuat perusahaan lebih responsif serta menciptakan dinamisasi berorganisasi PT. Ratna Dewi Motor Company pada tanggal 22 Desember 1972 mengubah nama menjadi PT. New Ratna Motor.

Dalam menjualkan produk Toyota PT. New Ratna Motor membuat jaringan berupa *dealer-dealer* untuk melakukan kegiatan penjualan serta pasca penjualannya, jaringan tersebut yaitu Nasmoco. PT. New Ratna Motor sebagai *head office* dari seluruh cabang Nasmoco di Jawa Tengah dan DIY.

Dalam melakukan penjualan unit (mobil) PT. New Ratna Motor (*Head Office of Nasmoco group Authorized Toyota Main Dealer Central Java & DIY*) memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi dengan konsumen, yaitu dengan memberikan berbagai alternatif pilihan pembayaran yaitu pembayaran secara tunai maupun pembayaran secara kredit melalui kerjasama dengan lembaga leasing maupun lembaga pembiayaan lainnya.

Adapun jenis-jenis unit produk yang dijual PT. New Ratna Motor (*Head Office of Nasmoco group Authorized Toyota Main Dealer Central Java & DIY*)

melalui jaringan Nasmoco Group merupakan produk-produk mobil Toyota, yang diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Toyota Camry
2. Toyota Avanza
3. Toyota Corolla Altis
4. Toyota Vios
5. Toyota Yaris
6. Toyota Alpard
7. Toyota Kijang Innova
8. Toyota Fortuner
9. Toyota Rush
10. Toyota Dyna
11. Toyota Hi-LUX
12. Toyota Limo
13. Toyota Hi-Ace
14. Toyota Nav-1
15. Toyota Etios Valco
16. Toyota Agya
17. Toyota 86
18. Toyota Land Cruiser, dll.

## 1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Disetiap perusahaan pasti memiliki visi dan misi dalam menjalankan usaha tersebut, tak terkecuali oleh PT. New Ratna Motor. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan memiliki visi dan misi yang akan diwujudkan yaitu :

### a. Visi

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

### b. Misi

- Meningkatkan profesionalisme karyawan dengan berbasiskan teknologi modern untuk memberikan totalitas kepuasan pelanggan.
- Menghasilkan keuntungan yang optimal bagi pemegang saham.
- Terus berupaya meningkatkan kesejahteraan karyawan.
- Ikut berperan dalam kepedulian lingkungan dan sosial.

### c. Filosofi

Catur marga yang digunakan untuk filosofi PT. New Ratna Motor adalah sebagai berikut:

1. Perusahaanku adalah sawah ladangku
2. Pembaharuan untuk kemajuan harus kulakukan
3. Hari ini saya harus lebih baik dari hari kemarin
4. Kemajuan Perusahaan adalah kesejahteraan bagi karyawan

### **Mars Nasmoco**

Majulah bersama wahai semua  
Dalam wadah nasmoco kita  
Bersatulah untuk yang terdepan  
Pemimpin pasar otomatis  
Rapatkan barisan satukan langkah  
Wujudkan visi misi kita  
Tingkatkan prestasi jadilah yang terbaik  
Hidup Nasmoco jaya  
Nasmoco, nasmoco bangkitlah, bangkitlah  
Harum namamu membahana  
Nasmoco, nasmoco, majulah bersama kita jaya

#### d. Logo Perusahaan

**Gambar 2. 1**  
**Logo NASMOCO (Brand PT. New Ratna Motor)**



Sumber : Dokumentasi MC Departement PT. New Ratna Motor

Makna Logo Perusahaan :

1. Warna merah, orange dan kuning adalah warna TRD (sportifitas) jujur, disiplin, komitmen, prestasi.
2. Menyerupai mobil, kecepatan speed.
3. Warna hitam pada huruf warna kebesaran dan nama baik  
Membaca nama *Nasmoco* ingat mobil Toyota.

### 1.3 Jaringan Bisnis

PT. New Ratna Motor melalui jaringan Nasmoco Group telah memiliki 21 cabang/dealer dengan layanan penjualan unit kendaraan, service dan penyediaan spare part (VSP-Vehicle, Service, dan parts) yang tersebar di hampir seluruh kota-kota beredar di wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada beberapa tahun ke depan, Nasmoco Group merencanakan membangun beberapa outlet baru sebagai perwujudan komitmen pelayanan dan mendekatkan diri dengan customer.

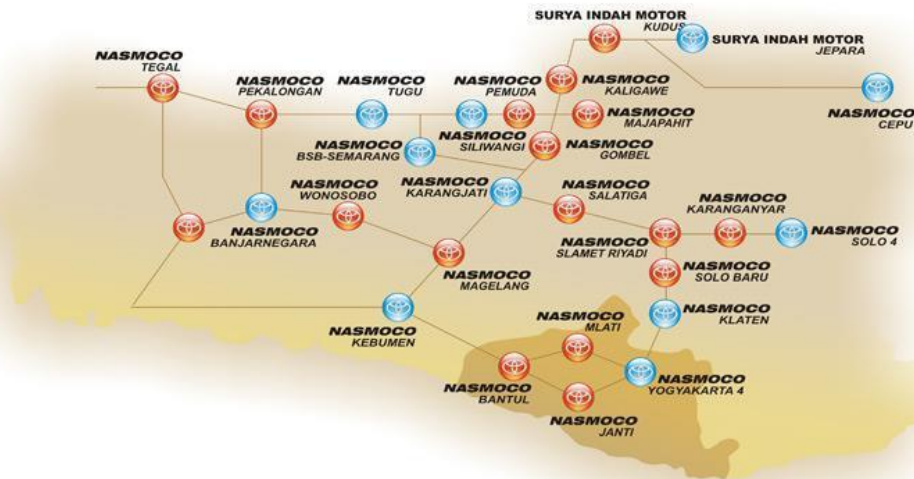
**Tabel 2. 1**  
**Daftar Dealer Nasmoco**

<b>Dealer</b>	<b>Alamat</b>	<b>No. Telp</b>
Kaligawe	Jl. Raya Kaligawe KM. 5, Semarang	024 6580100
Pemuda	Jl. Pemuda No. 72, Semarang	024 3540550
Gombel	Jl. Setiabudi No. 22A, Semarang	024 7476000
Majapahit	Jl. Brigjen Sudiarto No. 426, Semarang	024 6722872
Mlati	Jl. Magelang KM. 7 Mlati, Sleman, Yogyakarta	0274 868808

Janti	Jl. Ring Road Timur No. 58A Banguntapan, Bantul, DIY	0274 452045
Bantul	Jl. Ring Road Selatan, Jadan, Tamantirto, Bantul	0274 4469567
Magelang	Jl. Raya Magelang– Yogya KM. 5 Mertoyudan, Magelang	0274 326871
Slamet Riyadi	Jl. Slamet Riyadi No. 558, Solo	0271 715355
Solo Baru	Jl. Raya Solo Permai JA No.1 Sukoharjo, Solo Baru	0271 621000
Ring Road	Jl. Ring Road Utara KM 9 Jaten, Karanganyar	0271 8202303
Salatiga	Jl. Diponegoro No. 171, Salatiga	0298 3253 96
Purwokerto	Jl. Gerilya Timur No. 56, Purwokerto	0281 634436
Pekalongan	Jl. Raya Kalibanger KM. 3, pekalongan	0285 420020
Cilacap	Jl. MT. Haryono No. 81, Cilacap	0282 533200
Tegal	Jl. Mertoloyo No. 113-115, Tegal	0286 353888
Wonosobo	Jl. Raya Banyumas, KM 3, Keluran Wonorejo	0286 323600
Siliwangi	Jl. Jendral Sudirman Semarang Jawa Tengah	024 76670101
Karangjati	Jl. Soekarno Hatta KM.26 Bergas, Karangjati	0298 5200020
SIM Kudus	Jl. Raya Kudus – Pati KM 4 Ngembal, Kulon, Kudus	0291 433215
SIM Jepara	Jl. Hugeng Imam Santoso, Ngabul KM.9, Jepara	0291 7519007

Banyaknya cabang yang dimiliki oleh Nasmoco Group menunjukkan bahwa berbanding lurus dengan banyaknya minat konsumen terhadap kendaraan Toyota. Dengan dibukanya cabang-cabang Nasmoco Group di berbagai kota, maka Nasmoco Group semakin mudah dalam menjangkau konsumennya. Begitu pula para konsumen akan merasa lebih aman karena hampir di setiap kota besar di Jawa Tengah dan DIY terdapat dealer Nasmoco.

**Gambar 2. 2**  
**Jaringan PT. New Ratna Motor**



*Sumber: [www.nasmoco.co.id](http://www.nasmoco.co.id)*

#### **1.4 Struktur Organisasi**

Struktur Organisasi merupakan suatu susunan unit-unit kerja di dalam organisasi. Di dalam struktur organisasi terdapat hubungan dimana fungsi, bagian ataupun posisi seseorang yang memiliki kedudukan, tugas, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda di dalam suatu organisasi.

Dalam kegiatan sehari-hari PT. New Ratna Motor dikendalikan oleh Manajing Director yang didukung 5 Divisi, yaitu Marketing, After Sales, Finance, HR&GA serta IT dimana strategi dan kebijakan bisnis dirumuskan dalam upaya mencapai tujuan organisasi. Operation Manager membantu Manajing Director memastikan setiap kebijakan yang telah dirumuskan dilaksanakan oleh cabang/dealer. Meskipun seluruh kegiatan dikendalikan terpusat, namun setiap cabang/dealer diarahkan sebagai

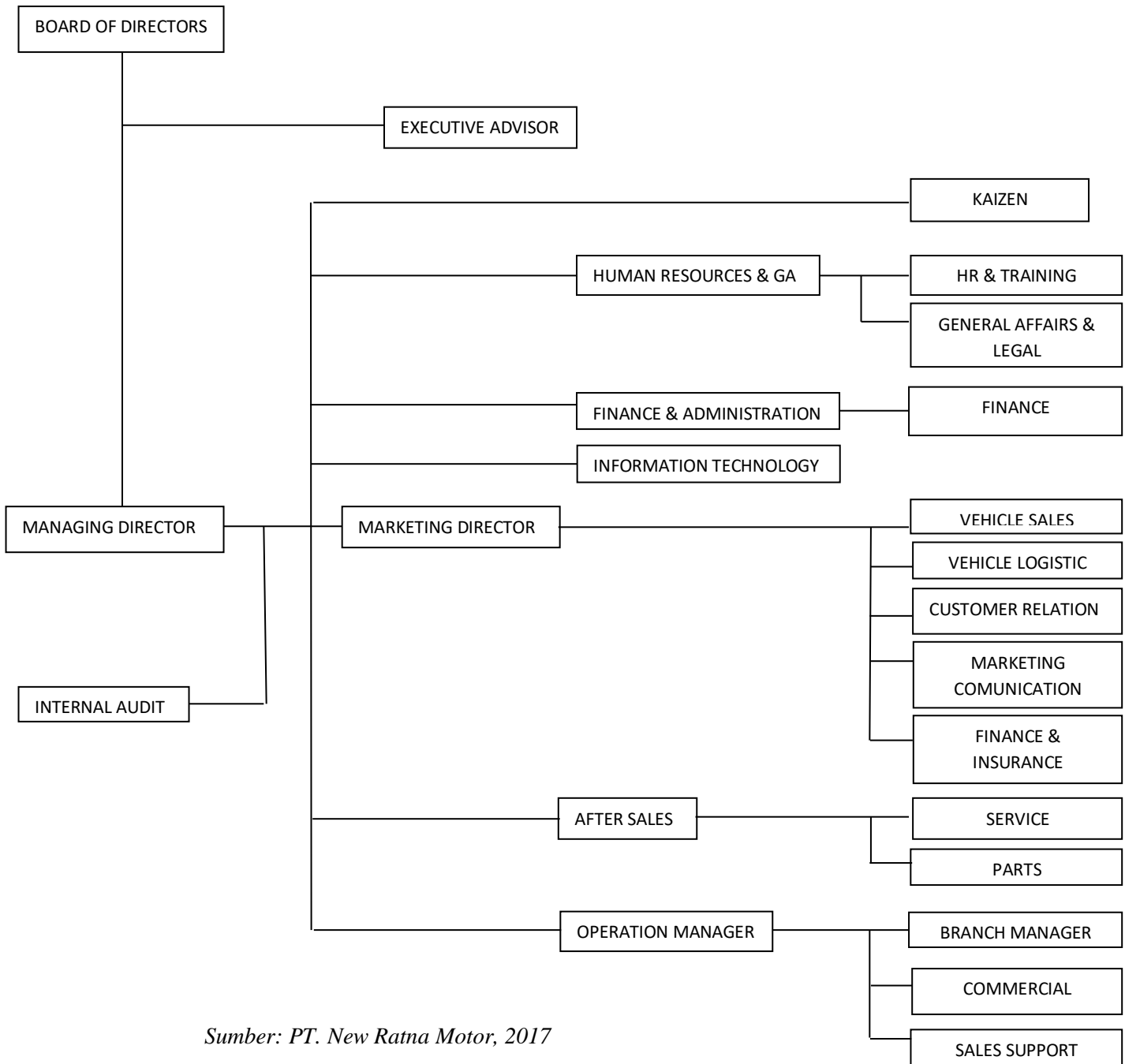


profit center untuk mencapai keuntungan yang optimal. Kepala cabang/dealer PT. New Ratna Motor dan Nasmoco Group sampai saat ini memperkerjakan lebih dari 1.500 orang karyawan. Berikut adalah penjelasan dari ke 4 divisi tersebut:

1. *Marketing*/Penjualan ada 2 team yang bekerja, masing-masing team memiliki pimpinan yang bertanggung jawab untuk mengkoordinir semua kegiatan *salesman*, memberikan arahan kepada *salesman*, dan mengevaluasi target *salesman*.
2. *After Sales*/Purna Jual atau bisa disebut juga pelayanan untuk mobil yang sudah terjual, kegiatan yang termasuk dalam purna jual adalah *service* kendaraan dan penjualan *sparepart*. Dalam kegiatan servis merupakan tanggungjawab bagian bengkel, bagian bengkel dipimpin oleh seorang *Service Section Head* (Kepala Bengkel), kepala bengkel dibantu oleh seorang asisten bengkel.
3. *Finance*  
Dalam kegiatannya, *Finance* bertanggungjawab melakukan kegiatan administrasi keuangan, melakukan kegiatan administrasi menyimpan kas dan dokumen penagihan, melakukan administrasi perpajakan, membuat laporan-laporan keuangan.
4. HR and GA  
Dalam kegiatannya, HR and GA bertanggungjawab melancarkan fungsi pelayanan urusan kepegawaian perusahaan dan melaksanakan semua penerimaan dari luar perusahaan dan meneruskan kepada yang bersangkutan.

**STRUKTUR ORGANISASI**

**PT. NEW RATNA MOTOR**



*Sumber: PT. New Ratna Motor, 2017*

### 1.4.1 Deskripsi Jabatan

Deskripsi jabatan adalah uraian tertulis / penggambaran mengenai tugas, wewenang, dan tanggungjawab masing-masing bagian yang terdapat dalam struktur organisasi. Deskripsi jabatan pada masing-masing bagian dalam struktur organisasi adalah sebagai berikut:

#### 1. *Board of Directors*

- a. Memimpin seluruh dewan atau komite eksekutif
- b. Menawarkan visi dan imajinasi di tingkat tertinggi (biasanya bekerjasama dengan MD atau CEO)
- c. Memimpin rapat umum, dalam hal; untuk memastikan pelaksanaan tat-tertib; keadilan dan kesempatan bagi semua untuk berkontribusi secara tepat; menyesuaikan alokasi waktu per item masalah; menentukan urutan agenda; mengarahkan diskusi ke arah konsesus; menjelaskan urutan agenda dan menyimpulkan tindakan dan kebijakan
- d. Bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam hubungannya dengan dunia luar
- e. Memainkan bagian terkemuka dalam menentukan komposisi dari board dan sub-komite, sehingga tercapainya keselarasan dan efektivitas
- f. Mengambil keputusan sebagaimana didelegasikan oleh BOD atau pada situasi tertentu yang dianggap perlu, yang diputuskan, dalam meeting-meeting BOD

#### 2. *Eksekutif Advisor*

- a. Memberikan saran untuk pengambilan keputusan dalam kegiatan operasional perusahaan.

- b. Menjembatani hubungan-hubungan yang tidak dapat ditangani oleh Operational Director

### 3. *Managing Director*

- a. Bertanggung jawab atas perencanaan dan pelaksanaan produksi
- b. Bertanggung jawab atas rencana kerja terkoordinasi
- c. Bertanggung jawab atas kerjasama antar Kadiv serta staf dibawahnya demi kelangsungan perusahaan

### 4. *Internal Audit*

- a. Membantu Direksi, Dewan Komisaris, dan/atau Komite Audit dalam penerapan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik
- b. Menyusun dan melaksanakan rencana kerja Audit Internal tahunan berdasarkan hasil analisis risiko (risk-based audit)
- c. Menguji dan mengevaluasi pelaksanaan pengendalian internal dan system manajemen risiko sesuai dengan kebijakan perusahaan
- d. Memberikan saran perbaikan dan informasi yang objektif tentang kegiatan yang diperiksa pada semua tingkat manajemen
- e. Membuat laporan hasil audit dan menyampaikan laporan tersebut kepada Presiden Direktur dan Dewan Komisaris dan/atau Komite Audit
- f. Memantau, menganalisis dan melaporkan pelaksanaan tindak lanjut (corrective action) perbaikan yang telah disarankan
- g. Bekerja sama dengan Komite Audit dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawab Komite Audit

- h. Koordinasi dengan Unit Audit Internal yang berada di dalam Group Perusahaan

#### 5. *Marketing Director*

- a. Bertanggung jawab terhadap Manager Umum
- b. Menetapkan tujuan dan sasaran jalannya operasional perusahaan dan strategi penjualan kepada konsumen
- c. Membuat analisa terhadap pangsa pasar dan menentukan strategi penjualan terhadap konsumen atau pelanggan
- d. Menganalisis laporan yang dibuat oleh bawahannya
- e. Mengoptimalkan kerja staf dan administrasi dibawah wewenangnya untuk mencapai tujuan perusahaan
- f. Memberikan pelayanan yang prima kepada setiap konsumen atau pelanggan
- g. Manajer pemasaran bertanggung jawab terhadap perolehan hasil penjualan dan penggunaan dana promosi
- h. Manajer pemasaran membina bagian pemasaran dan membimbing seluruh karyawan dibagian pemasaran

#### 6. *Kaizen*

- a. Daur control kualitas, sekelompok manusia yang tugasnya adalah meningkatkan kualitas secara terus-menerus
- b. Manajemen yang berorientasi proses, lebih memperhatikan bagaimana prosesnya dibandingkan dengan hanya mempertanyakan apa tugasnya
- c. Manajemen yang terbuka, bias dilihat dan bias ditemui

- d. Manajemen *funksional-silang*, bekerja menurut pembagian fungsi untuk menciptakan persatuan yang lebih besar dan visi yang luas
- e. Manajemen tepat waktu (Just-in-time manajemen), mengontrol stock untuk menghindari biaya yang tidak perlu
- f. Kanban, teknik manual penjadwalan produksi untuk mengontrol aliran persediaan
- g. Proses pengontrolan secara statistic agar setiap operator mesin mampu mengontrol dan mengukur kualitas
- h. Proses Perencanaan, Pelaksanaan, Pengecekan, Tindakan untuk memecahkan masalah

#### 7. *Human Resources & GA*

- a. Mengawasi tugas-tugas karyawan dan menjaga ketertiban dalam perusahaan
- b. Mengurus dan mengusahakan kesejahteraan pegawai
- c. Melaksanakan segala kegiatan yang berhubungan dengan pegawai

#### 8. *Finance & Administration*

- a. Bertanggung jawab dalam mengelola data keuangan perusahaan
- b. Mencatat semua transaksi dan asset-asset perusahaan
- c. Membuat laporan laba/rugi
- d. Membuat jurnal ke dalam buku besar berdasarkan jurnal
- e. Menerima pembayaran pen
- f. Jualan dari *customer*
- g. Membuat jurnal

9. *Information Technology*

- a. Member dan meningkatkan layanan bisnis sesuai dengan keinginan perusahaan dalam bidang IT seperti web, *software*, dan *hardware*
- b. *Me-maintenance* system *software* dan *hardware* perusahaan secara berkala

10. *After Sales*

- a. Mengontrol aktifitas penjualan pada divisinya
- b. Melakukan pembinaan dan pengembangan pada setiap pribadi di Departmen Sales
- c. Menetapkan target penjualan divisi baik bulanan maupun tahunan
- d. Menganalisa dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan jumlah customer dan area penjualan pada divisinya
- e. Menganalisa dan mengembangkan kinerja pada divisinya
- f. Memenuhi target penjualan yang ditetapkan
- g. Menerima dan menyelesaikan complain customer sekaligus memperhatikan kewajiban pembayaran customer

11. *Operation Manager*

- a. Merupakan pimpinan perusahaan yang bertanggung jawab atas jalannya keseluruhan system di dalam perusahaan secara menyeluruh dan memegang kendali penuh perusahaan
- b. Meminta laporan dari masing-masing bagian dibawahnya untuk mengevaluasi system kerja perusahaan secara berkala

- c. Membawahi semua divisi dan bertanggung jawab atas kinerja semua bagian divisi perusahaan secara menyeluruh
- d. Memimpin dan mengatur setiap proyek yang dilakukan oleh perusahaan

#### *12. Human Resources & Training*

- a. Memasang iklan lowongan kerja, menyeleksi lamaran, melakukan tes psikologi dan interview awal untuk mendapatkan calon karyawan yang sesuai
- b. Merekomendasikan kandidat berdasarkan hasil tes psikologi dan interview serta mengatur jadwal interview lanjutan (user dan Managing Director), agar proses rekrutmen dapat berjalan dengan baik sesuai rencana
- c. Menyiapkan perjanjian kerja dan kontrak kerja karyawan serta meng-update masa berlakunya kontrak kerja
- d. Membuat laporan jamsostek dan melakukan pembayaran
- e. Menghitung jumlah absen dan hak cuti karyawan
- f. Melaksanakan fungsi kesekretariatan untuk Managing Director
- g. Sebagai HRD, melakukan penilaian terhadap tes dan interview calon karyawan

#### *13. General Affairs & Legal*

- a. Menyediakan sumber daya fisik dan pelayanan umum untuk mendukung aktivitas operasional berdasarkan kebutuhan organisasi, kebijakan pemerintah, dan kebijakan organisasi



- b. Menentukan supplier penyedia sumber daya fisik dan pelayanan umum dengan mempertimbangkan kualitas, biaya, dan pengiriman
- c. Mempromosikan green company
- d. Mengelola asset organisasi dan pemeliharaannya

#### 14. Finance

- a. Mengontrol arus aliran kas cabang
- b. Konfirmasi ke bank mengenai saldo bank harian
- c. Mengeluarkan cek/BG untuk membayar tagihan atau setoran tunai ke pusat (setelah mendapat *approval* dari ADH dan Kepala Cabang)
- d. Menerima pembayaran dari *customer* berupa cek/BG, yang kemudian di setorkan/di *klirinkan* ke rekening perusahaan
- e. Menyerahkan dokumen BPKB ke *customer* setelah di kroscek dengan A/R *customer* tersebut
- f. Mendampingi *salesman* jika *customer* yang minta ijin diambil pelunasan pembayaran (apabila dalam jumlah besar)

#### 15. Customer Relation

- a. Mengenali pelanggan terbaik dan mempercayainya dengan meningkatkan pemahaman perusahaan akan kebutuhan mereka sebagai individu, memenuhi harapan mereka terhadap perusahaan, dan membuat hidup mereka berubah (Brown, Stanley A.:2001)

- b. Menciptakan keunggulan kompetitif secara terus-menerus terhadap merek, produk, atau bahkan perusahaan yang kita miliki dibandingkan dengan merek, produk, atau perusahaan pesaing (CRM, Team: 2002)
- c. Member panduan kepada perusahaan dalam penggunaan teknologi dan sumber daya manusia untuk mendapatkan pengetahuan tentang tingkah laku dan nilai pelanggan dalam berkomunikasi dan berinteraksi sebagai dasar untuk membangun hubungan sejati dengan pelanggan
- d. Menjaga pelanggan yang sudah ada
- e. Menarik pelanggan baru
- f. Cross Selling: menjual produk yang dibutuhkan pelanggan berdasarkan pembeliannya
- g. Upgrading: menawarkan status pelanggan yang lebih tinggi
- h. Perusahaan dapat merespon keinginan pelanggan lebih cepat

#### *16. Marketing Communication*

- a. Melaporkan secara langsung kepada direktur utama atau direktur pemasaran dikantor pusat
- b. Mengkoordinasi dan mengkomunikasikan dengan departemen lain yang terkait
- c. Melaksanakan perencanaan melalui rencana strategi bisnis tahunan termasuk, kalender kegiatan dan promosi, program insentif penyewa, rencana anggaran dan sumber daya, dan lain-lain

- d. Mengelola dan melaksanakan perencanaan tahunan melalui komunikasi pemasaran yang efektif, agar memperoleh target penjualan dan perdagangan
- e. Secara konsisten dan teratur memantau cara kerja divisi marketing dan komunikasi, mengambil langkah pencegahan dan bila perlu memperbaiki untuk menjaga aktifitas kerja

*17. Finance & Insurance*

- a. Memberikan penjelasan mengenai proses penjualan mobil secara kredit kepada konsumen
- b. Membantu konsumen dalam memilih lembaga pembiayaan yang sesuai dengan keinginan dan kemampuan konsumen
- c. Menghubungi pihak lembaga pembiayaan dan mempertemukannya dengan konsumen serta membantu terciptanya suatu kesepakatan
- d. Menangani klaim konsumen yang berhubungan dengan keadaan dan kelengkapan mobil
- e. Mengurus garansi mobil yang menjadi hal konsumen

*18. Branch Manager*

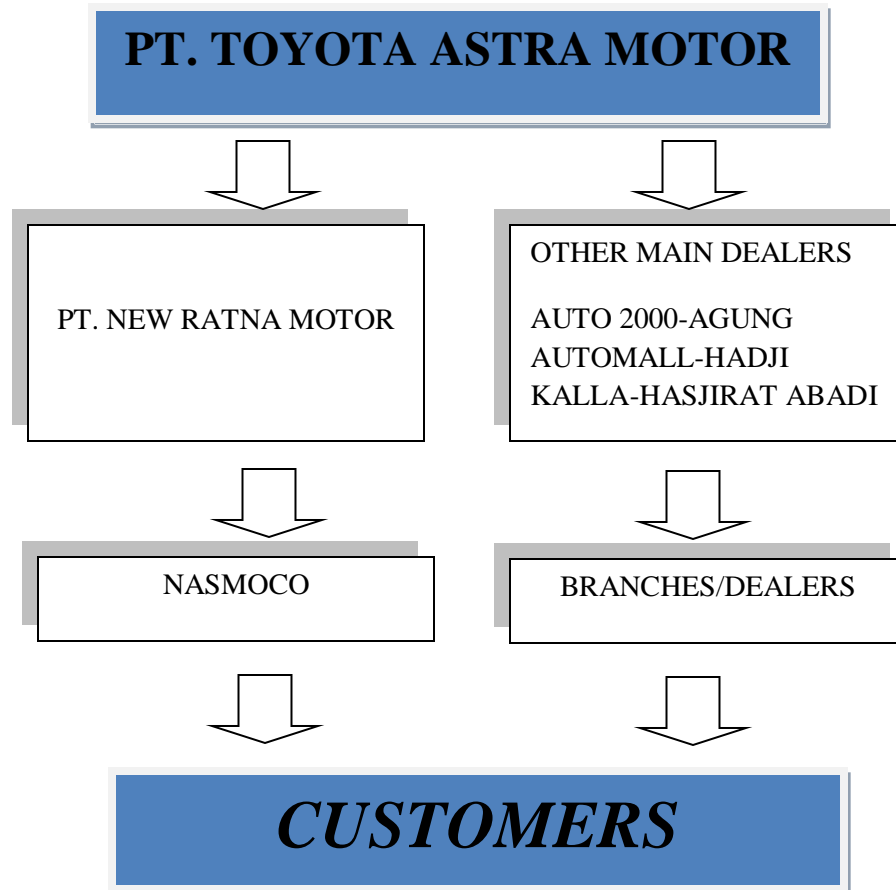
- a. Melaksanakan keputusan yang telah ditetapkan oleh dewan direksi
- b. Mengkoordinasikan seluruh kegiatan usaha untuk sinkronisasi pelaksanaan tugas-tugas
- c. Mengumpulkan laporan kegiatan dari para kepala bagian
- d. Menyusun rencan kegiatan periode mendatang berdasarkan rencan dari masing-masing bagian

- e. Menyampaikan laporan realisasi kegiatan periode berjalan serta rencana kegiatan periode mendatang kepada dewan direksi

### **1.5 Hubungan Bisnis**

PT. New Ratna Motor merupakan salah satu dari 5 jaringan utama PT. Toyota Astra Motor yang merupakan agen tunggal pemegang merek Toyota di Indonesia dalam memasarkan produk Toyota untuk wilayah Jateng & DIY melalui jaringan Nasmoco Group. Dengan terjalinnya hubungan bisnis tersebut PT. Toyota Astra Motor sebagai agen tunggal merek Toyota di Indonesia akan membagi pangsa pasar produknya menjadi lebih efektif dan lebih mudah dalam melakukan monitoring perkembangan pemasarannya melalui jaringan yang telah dibentuk. Di dalam jaringan tersebut terbagi menjadi 5 yang terdiri dari PT. Toyota Astra Motor selaku agen tunggal, lalu PT. New Ratna Motor dan Nasmoco, dan *Other Main Dealer* yang terdiri dari AUTO 2000, Agung Auto Mall, Hadji Kalla, Hasjirat Abadi dan Branches/Dealer. Lalu dari ke empat jaringan bisnis tersebut produk akan dipasarkan kepada customer. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dilihat dari gambar 2.3 berikut:

**Gambar 2. 3**  
**Hubungan Bisnis**



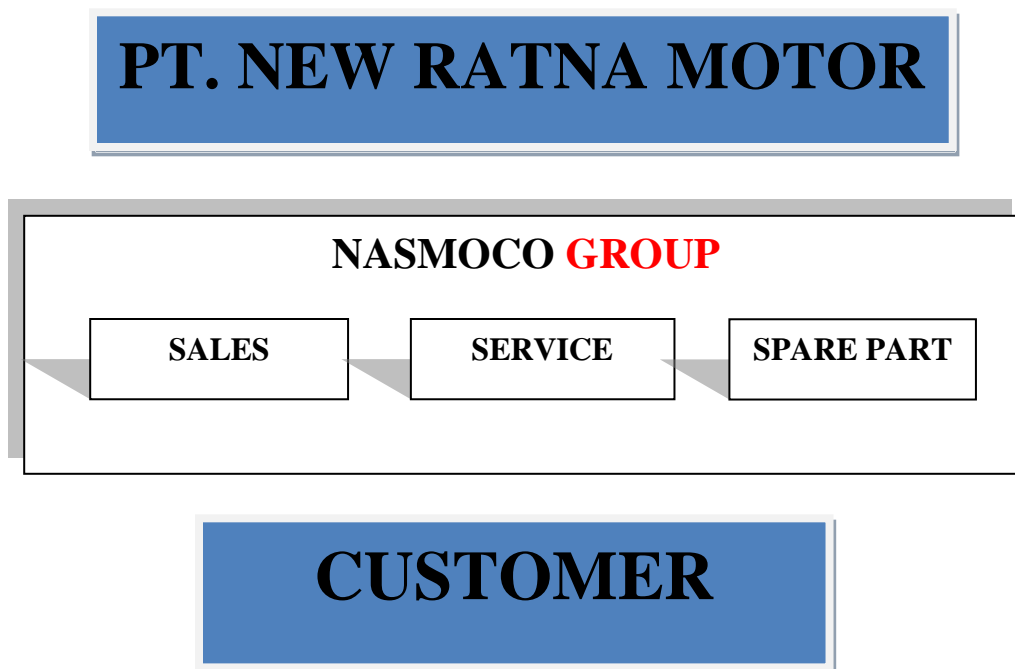
Sumber: PT. New Ratna Motor, 2017

### 1.6 Kegiatan Usaha

Untuk memberikan total pelayanan kepada pelanggan PT. New Ratna Motor melalui jaringan Nasmoco Group tidak hanya fokus pada penjualan unit mobil melainkan juga pada layanan purna jual yaitu jasa bengkel (perbaikan kendaraan dan *spare part* (penyediaan suku cadang), Nasmoco Kredit, Nasmoco Proteksi, dan

Nasmoco Rental akan memberikan kemudahan serta kenyamanan pelanggan dalam berinteraksi dengan kami untuk memiliki ataupun menikmati kendaraan Toyota. Adanya kegiatan usaha yang dilakukan PT. New Ratna Motor tersebut selain agar membuat para pelanggan merasa nyaman juga termasuk fasilitas yang telah ada didalamnya. Karena pelanggan sebagai pembeli sekaligus sesuatu yang harus dijaga keutamaannya agar mereka selalu loyal kepada merek Toyota. Berdasarkan kegiatan usaha yang dilakukan PT. New Ratna Motor dapat dijelaskan melalui bagan yang dapat dilihat pada gambar 2.4 berikut:

**Gambar 2. 4**  
**Kegiatan Usaha**



Sumber: PT. New Ratna Motor, 2017

## 1.7 Identitas Responden

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh customer Toyota Yaris di PT. New Ratna Motor. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah 87 orang yang menjadi customer Toyota Yaris di PT. New Ratna Motor yang memiliki latar belakang yang berbeda-beda baik berupa jenis kelamin, usia, status/martial, pekerjaan, pendidikan terakhir, dan lain-lain.

### 1.7.1 Responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin ini akan mempengaruhi dalam menentukan keputusan transaksi, dimana terdapat perbedaan aktivitas antara laki-laki dengan perempuan dalam kehidupan sehari-hari. Jenis kelamin dari 87 orang responden yang diteliti dapat dilihat pada tabel 2.2 dibawah ini :

**Tabel 2. 2**  
**Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	63	72,40
2	Perempuan	24	27,60
<b>Jumlah</b>		<b>87</b>	<b>100</b>

*Sumber:* Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan table 2.2 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang membeli mobil Toyota Yaris berjenis kelamin laki-laki sebesar 72,40% dan responden perempuan sebesar 27,60%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pembeli mobil Toyota Yaris di PT. New Ratna Motor yang

kebetulan bertemu dengan peneliti dan dijadikan sebagai sumber data berjenis kelamin laki-laki.

### 1.7.2 Responden berdasarkan umur

Usia/umur merupakan salah satu karakteristik yang dapat mempengaruhi seseorang dalam pola pikir. Data mengenai umur responden mempunyai tujuan untuk mengetahui umur responden yakni customer PT. New Ratna Motor Semarang. Gambaran mengenai umur responden yang diteliti dapat dilihat pada table 2.3 dibawah ini :

**Tabel 2. 3**  
**Usia Responden**

<b>No</b>	<b>Umur</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
1	25 – 30 Tahun	7	8,04
2	31 – 36 Tahun	7	8,04
3	37 - 42 Tahun	16	18,39
4	43 – 48 Tahun	26	29,88
5	49 – 54 Tahun	28	32,18
6	55 – 60 Tahun	3	3,44
<b>Jumlah</b>		<b>87</b>	<b>100</b>

*Sumber:* Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.3 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar umur responden terdapat pada kategori interval umur 49 – 54 tahun yang berpresentase sebesar 32,18%. Sedangkan sebagian kecil responden berusia 55 -60 tahun sebesar 3,44%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden



yang melakukan pembelian mobil Toyota Yaris di PT. New Ratna Motor Semarang adalah yang berada di kategori interval umur 49 – 54 tahun.

### 1.7.3 Responden berdasarkan status perkawinan/martial

Berdasarkan data yang diperoleh dari 87 kuesioner, diketahui mengenai status martial responden. Gambaran mengenai status perkawinan/martial dapat dilihat pada tabel 2.4 berikut ini :

**Tabel 2. 4**  
**Status Perkawinan/Marital Responden**

<b>No</b>	<b>Status Perkawinan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
1	Belum Menikah	14	16,10
2	Menikah	66	75,90
3	Duda dan Janda	7	8,0
<b>Jumlah</b>		<b>87</b>	<b>100</b>

*Sumber:* Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.4 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang melakukan pembelian mobil Toyota Yaris di PT. New Ratna Motor Semarang berstatus menikah/berkeluarga yaitu sebesar 75,9%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang telah menikah, kebutuhan akan sarana transportasi yang memadai seperti mobil menjadi kebutuhan yang perlu dipenuhi.

### 1.7.4 Responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan merupakan kegiatan utama yang dilakukan oleh manusia untuk mendapatkan upah atau uang yang digunakan untuk memenuhi hidupnya. Dengan

mengetahui jenis pekerjaan responden akan diperoleh gambaran mengenai kehidupan sosial dan ekonomi. Berikut ini data mengenai pekerjaan utama atau profesi responden yang dapat dilihat pada tabel 2.5 berikut:

**Tabel 2. 5**  
**Jenis Pekerjaan Responden**

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	Pegawai BUMN	14	16,10
2	Pegawai Negeri Sipil	23	26,4
3	Pegawai Swasta	18	20,7
4	TNI/POLRI	6	6,9
5	Wiraswasta	26	29,9
<b>Jumlah</b>		<b>87</b>	<b>100</b>

*Sumber:* Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.5 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berprofesi sebagai wiraswasta yaitu sebesar 29,9%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang melakukan pembelian mobil Toyota Yaris di PT. New Ratna Motor Semarang adalah mereka yang bekerja sebagai wiraswasta.

#### **1.7.5 Responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir**

Tingkat pendidikan dalam penelitian ini adalah pendidikan terakhir yang telah ditempuh oleh 87 responden. Berikut data mengenai tingkat pendidikan responden.

**Tabel 2. 6**  
**Tingkat Pendidikan Terakhir Responden**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
1	Tamat SMU	16	18,4
2	Akademi/Diploma	14	16,10
3	Sarjana	57	65,5
<b>Jumlah</b>		<b>87</b>	<b>100</b>

*Sumber:* Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.6 dapat diketahui bahwa sebagian besar pendidikan terakhir responden yang melakukan pembelian mobil Toyota Yaris pada PT. New Ratna Motor Semarang adalah lulusan perguruan tinggi/sarjana yaitu sebesar 65,5%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa jenjang pendidikan yang tinggi akan mempengaruhi pekerjaan seseorang dan akan berpengaruh pula pada tingkat pendapatan seseorang untuk memutuskan jenis kendaraan apa yang sesuai dengan kebutuhannya.

#### **1.7.6 Responden berdasarkan Penghasilan Responden**

Penghasilan adalah gaji yang diterima seseorang sebagai timbal balik dari pekerjaan yang mereka lakukan dalam kurun waktu tertentu. Besarnya penghasilan yang diperoleh responden akan berpengaruh pada daya belinya. Berikut akan disajikan data mengenai tingkat penghasilan responden yang dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 2. 7**  
**Penghasilan Responden**

<b>No</b>	<b>Penghasilan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
1	Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	19	21,8
2	>Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000	41	47,1
3	>Rp 10.000.000	25	28,7
<b>Jumlah</b>		<b>87</b>	<b>100</b>

*Sumber:* Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.7 dapat diketahui bahwa sebagian besar pendapatan responden yang melakukan pembelian mobil Toyota Yaris di PT. New Ratna Motor Semarang berkisar antara > Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000 sebesar 47,1%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat penghasilan yang diperoleh responden maka semakin besar kemampuan untuk membeli mobil yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.