

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan ini pertama kali didirikan pada tanggal 20 Februari 1957 dengan nama PT. Astra International Incorporation (AII) oleh Bapak Drs. Tjia Kian Tie, Bapak William Soerdjaya (Tjia Kian Liong), dan Bapak E. Harman (Liem Peng Hong). Pada mulanya perusahaan ini bergerak di bidang perdagangan umum, mulai dari menjual *soft drink*, merk Prem Club dan juga ekspor-impor hasil bumi. Pada tahun 1965 PT. Astra *International Incorporation* mengalihkan usahanya menjadi pengimpor kendaraan bermotor, alat-alat berat, dan alat-alat teknik yang dapat menunjang kebutuhan pembangunan nasional. Maka pada tanggal 25 Februari 1969 didirikan perusahaan PT. Gaya Motor yang bergerak dalam bidang perakitan kendaraan bermotor roda empat. Pada tanggal 1 Juli 1969.

PT. Astra International Incorporation mendapat pengakuan resmi dari pemerintah sebagai agen tunggal mobil merk Toyota untuk seluruh wilayah Indonesia. Sebagai kelanjutannya PT. Astra International Incorporation membentuk “Toyota Division” yang menangani distributor dan pemasaran kendaraan merk Toyota. Pada tahun yang sama PT. Astra International Incorporation (AII) ditunjuk sebagai agen sepeda motor Honda. Dengan banyaknya bidang usaha yang dilakukan oleh PT. Astra International 8 9 Incorporation (AII), maka 1970 perusahaan membangun kantor pusat di Jakarta, sedangkan di Bandung digunakan sebagai kantor Cabang. Pada tahun 1971 didirikan perusahaan baru dengan nama PT. Toyota Astra Motor (TAM) yang merupakan patungan antara PT. Astra International Incorporation dengan Toyota Motor Company (TMC). PT. Toyota Astra Motor ini kegiatannya yaitu mengimpor mobil-mobil merk Toyota dalam keadaan *Completely Knock Down* (CKD) dari Jepang, kemudian dirakit di PT. Multi Astra serta menyalurkan pada dealer-dealer utama di Indonesia. Sehingga status agen tunggal Toyota untuk seluruh Indonesia dialihkan kepada PT. Toyota Astra International Incorporation sejak itu berubah menjadi penyaluran utama. Tahun 1973.

PT. Astra International Incorporation ditunjuk sebagai agen tunggal untuk produk-produk Daihatsu, dengan demikian Toyota Astra Motor tidak hanya memasarkan kendaraan merk Toyota saja tetapi juga kendaraan merk Daihatsu, sehingga status Toyota Division diubah menjadi Motor Vehicle Division. Karena perkembangan yang semakin pesat, maka pada tanggal 1

Januari 1976 didirikan PT. Astra Motor Sales (AMS) berdasarkan Akta Notaris Kartini Mulyadi, S.H. No.195 tanggal 30 Juli 1975 dan No.52 tanggal 10 Oktober 1975. Sejak saat itu PT. Astra Motor Sales menjadi penyalur utama mobil merk Toyota dan memiliki puluhan kantor cabang, Astra International mendirikan AUTO2000 sebagai jawaban terhadap meningkatnya permintaan dan pertumbuhan industri otomotif di Indonesia yang merupakan produsen mobil terkemuka di dunia. Pemilihan nama "AUTO2000" mencerminkan visi perusahaan untuk menjadi yang terdepan di industri otomotif pada masa itu.. Selanjutnya pada bulan Maret 1990, PT. Astra Motor Sales telah menjual sahamnya (go public) terhadap masyarakat, disamping sebagai tempat penjualan resmi untuk mobil merk Toyota, PT Astra International juga memberikan jasa perbaikan/perawatan kendaraan Toyota melalui *Service Division* serta menyediakan suku cadang asli Toyota melalui *Part Shop*. Sebagai dealer utama, wilayah perusahaan PT Astra International Toyota Sales Operation mencakup Sumatra (kecuali Jambi, Riau, dan Bengkulu), Jawa (kecuali Jawa Tengah dan D.I.Yogyakarta), Bali (kecuali NTB dan NTT).

PT Astra International Tbk (AUTO2000 Cabang Yasmin Bogor) didirikan pada tanggal 1 September 2006 yang terletak di Jl. KH.R. Abdullah Bin Nuh, Tanah Sereal yang pada waktu itu. Bentuk Perusahaan pada saat itu masih bersifat Sales Penjualan dengan ruang dapat dikatakan *Showroom* (Ruang Pameran) Bogor sebagai wilayah yang berdampingan dengan ibukota memiliki kesadaran akan pentingnya waktu memacu pemilik mobil untuk mendapatkan pelayanan yang cepat dan tepat, terutama dalam urusan perbaikan mobil. Untuk memfasilitasi konsumennya, Auto 2000 Yasmin membuka layanan *Body and Cat* pertama di Bogor.

Kami tahu kendaraan Anda lebih dari sekedar tunggangan yang siap mengantar Anda ke tempat tujuan. Kendaraan Anda juga cermin kebanggaan Anda yang harus tampil prima baik di dalam, maupun tampilan luarnya. Untuk itulah Auto2000 menyediakan layanan *Body & Paint*.

Body dan *cat* yang baru di *launching* (8 Maret 2012) itu dibangun untuk mengakomodir kebutuhan para pemilik mobil Toyota di sekitar Bogor. Bengkel perbaikan mobil ini merupakan yang pertama kalinya dimiliki Auto 2000 di Bogor. Sedangkan di dealer lainnya hanya menyediakan jasa servis perawatan rutin.

Kepala Cabang dari awal AUTO2000 Yasmin Bogor didirikan hingga saat ini sudah mengalami pergantian atau perubahan yaitu :

1. Bapak Yayus Sutrisnanto (2014 – 2015)
2. Bapak Donny Ekaputra (2015 – 2022)
3. Bapak Suriyawano (2022 – sekarang)

Sedangkan Perusahaan tersebut sudah mengalami beberapa pergantian nama, antara lain :

- a. PT Astra Motor Sales (Mulai tanggal 1 Juni 1979 - 1 September 1989)
- b. PT Astra International Toyota Division (Mulai tanggal 1 September 1989 - 1 Januari 1990)
- c. PT Astra International Toyota Sales Operation (Mulai tanggal 1 Januari 1990 - tahun 1991)
- d. AUTO2000 Yasmin – Bogor (Mulai tahun 1991 sampai dengan saat ini)

2.2 Profil Umum Perusahaan

AUTO2000 adalah jaringan jasa penjualan, perawatan, perbaikan dan penyediaan suku cadang Toyota yang berdiri sejak tahun 1975 dengan nama Astra Motor Sales, dan baru pada tahun 1989 berubah nama menjadi AUTO2000 dengan manajemen yang sudah ditangani sepenuhnya oleh Saat ini AUTO2000 adalah retailer Toyota terbesar di Indonesia, yang menguasai sekitar 42% dari total penjualan Toyota. Dalam aktivitas bisnisnya, AUTO2000 berhubungan dengan PT. Toyota Astra Motor sebagai Agen Tunggal Pemegang Merk (ATPM) Toyota, yang menjadikan AUTO2000 adalah salah satu founder dealer resmi Toyota.

AUTO2000 saat ini memiliki 126 cabang yang terdiri atas 97 cabang VSP (*Vehicle Sales Parts*), 16 cabang VSP+BP (*Vehicle Sales Parts+Body & Paint*), dan 13 cabang S (*Sales*). Selain itu, terdapat pula 6 fasilitas *Body & Paint* (BP) yang berdiri sendiri. Kedepannya jumlah jaringan AUTO2000 pun akan terus bertambah seiring dengan pertumbuhan bisnis, serta untuk memenuhi kebutuhan seluruh pelanggan Toyota, serta memberi kemudahan bagi calon pembeli Toyota.

Sesuai dengan slogan-nya “Urusan Toyota Lebih Mudah!”, AUTO2000 senantiasa berupaya memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh pelanggannya dalam membeli & memiliki kendaraan Toyota melalui :

1. Kemudahan dalam mencari informasi tentang Toyota di AUTO2000 melalui website, *aplikasi mobile*, & *call center* yang dapat diakses kapanpun & dimanapun.
2. Kenyamanan bagi pelanggan dengan fasilitas outlet AUTO2000 yang modern, warm, & *pressure free*.

3. Kemudahan & kenyamanan transaksi dengan layanan one stop shopping service AUTO2000 yang bekerjasama dengan berbagai *value chain*.
4. Kemudahan dalam mendapatkan kendaraan sesuai kesepakatan, tepat waktu, dan melampaui harapan pelanggan.
5. Kemudahan mendapatkan jasa layanan *after sales service* terbaik selama kepemilikan kendaraan, dengan berbagai project penunjang yang inovatif seperti :
 - a. *Toyota Home Service (THS)* - kemudahan *service* secara fleksibel untuk menghargai kualitas waktu pelanggan.
 - b. *Express Maintenance* - kehandalan serta kecepatan perawatan kendaraan & *service* berkala kurang dari 1 jam.
 - c. *Express Body & Paint* keandalan perbaikan body kendaraan 3 panel dalam waktu 8 jam yang merupakan satu-satunya layanan yang sudah tersertifikasi oleh Toyota di wilayah Asia Tenggara.
 - d. *Booking Service* - kemudahan pemesanan untuk memastikan pengerjaan perawatan kendaraan yang berkualitas.
 - e. *Maintenance Reminder System* - layanan/jasa pengingat bagi pelanggan dalam melakukan pengecekan, perawatan, serta *service* berkala untuk memastikan kualitas kendaraan Toyota tetap prima.
 - f. Serta berbagai produk inovatif lainnya yang akan senantiasa AUTO2000 hadirkan bagi pelanggan untuk merasakan “*Life is Easy*”.

Dalam menghadapi tantangan industri otomotif yang semakin kompetitif, PT Astra International terus berupaya untuk memperkuat posisinya sebagai pemimpin pasar. Strategi pemasaran yang efektif, inovasi produk, dan layanan pelanggan yang prima menjadi fokus utama perusahaan. Astra juga memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, mulai dari proses pembelian hingga layanan purna jual. Dengan memanfaatkan platform online dan aplikasi *mobile*, Astra memudahkan konsumen dalam mengakses informasi produk, melakukan pemesanan, dan mendapatkan layanan perawatan kendaraan. Hal ini sejalan dengan tren global yang menunjukkan pergeseran perilaku konsumen menuju digitalisasi dan kemudahan akses informasi.

Kinerja keuangan PT Astra International pada tahun 2024 menunjukkan pertumbuhan yang stabil, dengan kontribusi signifikan dari sektor otomotif dan diversifikasi ke sektor lain. Meskipun sektor otomotif masih menjadi penyumbang utama pendapatan, Astra telah berhasil mengurangi ketergantungan pada sektor ini dari 80% menjadi sekitar 50% dalam beberapa

tahun terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil melakukan diversifikasi yang efektif, dengan memperkuat lini bisnis di sektor agribisnis, alat berat, dan jasa keuangan. Pertumbuhan GDP Indonesia yang tercatat sebesar 4,95% (y/y) pada kuartal ketiga tahun 2024 memberikan dampak positif terhadap kinerja Astra, memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan pertumbuhan ekonomi dan sumber daya alam Indonesia secara optimal.

PT Astra International Tbk. telah mengimplementasikan berbagai program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berfokus pada pengembangan masyarakat, pendidikan, kesehatan, dan lingkungan. Melalui inisiatif seperti *Astra Green Energy* dan *Astra for Nature*, perusahaan berkomitmen untuk mengurangi dampak lingkungan dari operasionalnya serta mendukung keberlanjutan ekosistem. Program pendidikan yang dijalankan, seperti *Astra School*, bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan di daerah terpencil, memberikan akses yang lebih baik bagi anak-anak untuk mendapatkan pendidikan yang layak. Namun, tantangan masa depan yang dihadapi oleh Astra dalam menjalankan program CSR ini cukup kompleks. Perubahan iklim yang semakin nyata, kebutuhan untuk beradaptasi dengan teknologi baru, serta meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan menjadi faktor yang harus diperhatikan. Selain itu, persaingan di industri otomotif yang semakin ketat menuntut Astra untuk tidak hanya fokus pada profitabilitas, tetapi juga pada inovasi yang berkelanjutan dan dampak sosial yang positif. Oleh karena itu, Astra perlu terus berinovasi dalam program CSR-nya, memastikan bahwa setiap inisiatif yang diambil tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga menciptakan nilai jangka panjang bagi masyarakat dan lingkungan.

2.3 Visi dan Misi Perusahaan

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang usaha menjual kendaraan bermotor (mobil) dan menyediakan layanan purna jualnya, AUTO2000 memiliki visi dan misi perusahaan yang harus diikuti oleh segenap karyawannya.

- Visi dari AUTO2000 adalah sebagai berikut :
Menjadi *dealer Otomotif* terbaik di Indonesia dengan proses dan pelayanan kelas dunia.
- Misi dari AUTO2000 adalah sebagai berikut :
 - 1) Memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan
 - 2) Mencapai pangsa pasar nomor satu untuk Toyota

- 3) Menyediakan lingkungan kerja yang aman dan nyaman bagi karyawan
 - 4) Menciptakan nilai tambah ekonomis bagi pemegang saham
- Logo PT. Astra International Tbk – Toyota Auto2000 Cabang Yasmin

Arti dari logo Auto2000 itu sendiri terlihat jelas pada tagline pada logonya “Urusan Toyota Jadi Mudah!” menggambarkan bahwa Auto2000 merupakan salah satu dealer Toyota resmi di Indonesia yang ingin memudahkan para *customernya* dalam urusan mobil toyota dari mulai pembelian sampai perawatan mobil toyota itu sendiri. Perpaduan warna dan bentuk logonya sendiri dirancang hanya untuk identitas perusahaan, agar para *customer* lebih mengenal Auto2000.



Gambar 2. 1 Logo Toyota Auto2000

Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Auto2000 Yasmin
Gambar 2. 3
Logo Toyota Auto2000

2.4 Tugas dan Fungsi Perusahaan

➤ Penjualan

PT Astra International Tbk-TSO (Auto2000) Cabang Yasmin bergerak di sektor penjualan unit kendaraan Toyota yang beragam, melayani berbagai kebutuhan pelanggan. Kendaraan yang dijual meliputi:

a. *Low Cost Green Car*

Kendaraan ini ramah lingkungan karena memiliki konsumsi bahan bakar yang rendah, sehingga mengurangi kadar karbon. Selain itu, harga mobil jenis ini relatif lebih murah dibandingkan dengan jenis mobil lainnya. Jenis kendaraan LCGC dari Toyota adalah Agya dan Calya. Menurut penelitian oleh Prasetyo dan Rahardjo (2019), kendaraan ramah lingkungan semakin diminati oleh konsumen yang peduli terhadap isu lingkungan dan efisiensi biaya.

b. *City Car*

Kendaraan ini memiliki ukuran body dan kapasitas lebih kecil, dapat membawa maksimal 5 orang penumpang. Jika digunakan untuk membawa

barang, kursi belakang harus dilipat terlebih dahulu. Kendaraan ini juga dikenal ekonomis karena hemat bahan bakar, dengan contohnya adalah Etios Valco. Penelitian oleh Nugroho dan Setiawan (2021) menunjukkan bahwa city car menjadi pilihan populer di kalangan konsumen urban yang membutuhkan mobilitas tinggi dengan biaya operasional rendah.

c. *Hatchback*

Jenis kendaraan ini memiliki bagasi yang luas dan satu ruang dengan penumpangnya, serta kapasitas mesin yang lebih besar. Contoh kendaraan hatchback dari Toyota adalah Yaris Cross. Menurut Haryanto dan Sari (2020), *hatchback* menawarkan fleksibilitas dan kenyamanan, menjadikannya pilihan yang menarik bagi keluarga.

d. *Sedan*

Kendaraan ini memiliki bagasi terpisah dari kabin penumpang, menonjolkan kenyamanan dan elegan. Contoh sedan dari Toyota adalah Vios dan Corolla Altis. Penelitian oleh Kotler dan Keller (2020) menunjukkan bahwa sedan sering dipilih oleh konsumen yang mengutamakan kenyamanan dan citra profesional.

e. *Multi Purpose Vehicle (MPV)*

Kendaraan ini nyaman digunakan untuk bepergian dengan keluarga karena kapasitas yang cukup luas dan dapat memuat hingga 7 orang. Contoh MPV dari Toyota adalah Innova Zenix, Avanza, Veloz, dan Alphard. Penelitian oleh Albrecht et al. (2021) menunjukkan bahwa MPV sangat diminati di pasar Indonesia karena fleksibilitas dan ruang yang ditawarkannya.

f. *Sport Utility Vehicle (SUV)*

Mobil bergaya sporty ini mampu memuat 5 orang, dan dilengkapi dengan jok baris ketiga sehingga dapat digunakan untuk memuat 7 orang penumpang. Contoh SUV dari Toyota adalah Rush, Fortuner, dan Land Cruiser. Menurut Wibowo dan Sari (2020), SUV semakin populer di kalangan konsumen yang mencari kendaraan dengan performa baik di berbagai medan.

g. *Pick UP*

Kendaraan pengangkut barang dengan bagasi terbuka di bagian belakang, terdapat dua jenis *pick up* yaitu *single cabin* dan *double cabin*. Jenis kendaraan ini dirancang untuk mengangkut muatan, barang, dan lain-lain. Contoh truk yang dimiliki oleh Toyota adalah Dyna. Penelitian oleh Prasetyo dan Rahardjo (2019) menunjukkan bahwa kendaraan *pick up* banyak digunakan oleh pelaku usaha kecil dan menengah untuk mendukung kegiatan bisnis mereka.

➤ *Service (Layanan Perbaikan dan Pemeliharaan)*

PT Astra International Tbk-TSO (Auto2000) Cabang Yasmin juga merupakan bisnis di bidang jasa *service* dan perbaikan mobil Toyota. Macam-macam *service* yang ditawarkan meliputi *service* berkala, warranty, dan jaringan bengkel. Layanan ini mencakup pergantian oli, perbaikan, dan pemeliharaan sesuai dengan keluhan dan permintaan pelanggan. Menurut penelitian oleh Nugroho dan Setiawan (2021), layanan purna jual yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas terhadap merek.

➤ Suku Cadang

Auto2000 Yasmin juga menjual berbagai suku cadang dan aksesoris untuk mobil, tergantung pada kebutuhan pelanggan, seperti platina, busi, kondensor, saringan udara, oli mesin, dan berbagai komponen lainnya. Penelitian oleh Haryanto dan Sari (2020) menunjukkan bahwa ketersediaan suku cadang yang lengkap dan berkualitas dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

➤ Layanan *Express Body & Paint* Auto2000

Layanan *Express Body Paint* mengadopsi inovasi Toyota Production System (TPS). Dengan memanfaatkan dan mengimplementasikan TPS di proses pekerjaan perbaikan *body*, waktu menunggu diklaim maksimal 8 jam. TPS merupakan sistem dimana terjadi proses yang terintegrasi baik *flow* proses, SDM maupun peralatannya sehingga pekerjaan perbaikan lebih terpadu, efektif dan efisien.

➤ Layanan *Body Repair*

Pelayanan yang bisa diakomodasi oleh bengkel *body* dan cat Auto2000 adalah dari perbaikan kerusakan *body*, kustom ganti warna, mobil bekas tabrakan, poles *body*, menghilangkan jamur, dan yang lainnya.

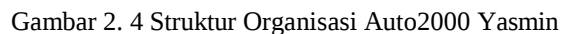
➤ Layanan Tukar Tambah

Pelayanan selanjutnya yaitu Tukar Tambah Mobil sebagai fasilitas pendukung untuk yang sudah mempunyai mobil dan akan meng*upgrade* mobil ke series yang lebih tinggi atau terbaru, caranya sales bekerjasama dengan Mobbi 88 dan TRUST untuk inspeksi dan memberi harga untuk mobil lamanya dan dibuatkan dp untuk unit baru yang direncanakan.

➤ Layanan Klaim Asuransi

Pelayanan yang didapat *customer* yaitu klaim asuransi dengan mudah di bengkel Yasmin, karena Auto2000 Yasmin sebagai *one stop solution* artinya semua *flow* akan dapat diklaim secara mudah dengan asuransi yang mendukung yaitu Garda Oto, ketika ada *customer* yang akan klaim asuransi menggunakan Garda Oto secara *All Risk* maka *customer* akan tercover dalam satu bengkel yang sama.

Struktur Organisasi dan Tata Kerja Auto2000 Yasmin pada bulan Januari 2024 :



Struktur organisasi adalah bagaimana pekerjaan dibagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan secara formal. Sebagai sarana yang digunakan manajemen untuk mencapai sasarnya, struktur organisasi yang efektif sangat penting untuk kelancaran operasional perusahaan. Menurut Robbins dan Judge (2019), struktur organisasi yang baik dapat meningkatkan komunikasi, kolaborasi, dan efisiensi dalam mencapai tujuan perusahaan. Jika manajemen melakukan perubahan signifikan dalam strategi organisasinya, struktur pun perlu dimodifikasi untuk menampung dan mendukung perubahan

ini. Hal ini sejalan dengan pendapat Mintzberg (2019) yang menyatakan bahwa struktur organisasi harus bersifat dinamis dan fleksibel, sehingga dapat beradaptasi dengan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi perusahaan. Uraian peran dan tugas masing-masing kepengurusan adalah sebagai berikut:

1. Kepala Cabang (*Branch Manager*).
 - a. Mengawasi dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan kantor cabang yang dipimpinnya sesuai kebijakan yang telah ditetapkan.
 - b. Membuat analisa mengenai perkembangan perusahaan baik dilihat dari sisi keuangan maupun pelaksanaan operasional perusahaan untuk menilai efisiensi dan efektivitas kerja.
 - c. Menerima laporan dari setiap kepala departemen tentang hasil yang dicapai oleh masing-masing departemen tersebut.
 - d. Mendelegasikan wewenang dan tanggungjawab kepada masing-masing kepala departemen sesuai dengan bidangnya.
2. Kepala Penjualan (*Sales Supervisor*)

Kepala Penjualan (*Sales Supervisor*) memiliki tanggung jawab penuh dalam penjualan unit Toyota baru, yang menunjukkan pentingnya kepemimpinan dalam mencapai target penjualan yang ditetapkan. Penelitian oleh Prasetyo dan Rahardjo (2019) menunjukkan bahwa kepemimpinan yang efektif dalam tim penjualan dapat meningkatkan motivasi dan kinerja individu, yang pada gilirannya berkontribusi pada pencapaian target perusahaan.
3. Kepala Bengkel (*Workshop Head*)

Kepala bengkel bertanggung jawab mengelola seluruh kegiatan bengkel dalam rangka meningkatkan mutu dan kecepatan pelayanan melalui SOP yang berlaku serta menginformasikan kompetensi jajarannya. bengkel dalam usaha pencapaian target untuk meningkatkan produktivitas *performance* bengkel serta kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Wibowo dan Sari (2020) menekankan bahwa penerapan SOP yang baik dalam bengkel dapat meningkatkan produktivitas dan kepuasan pelanggan.
4. Kepala Keuangan dan Administrasi (*Finance and Administration Department Head*)

Kepala administrasi bertanggung jawab mengelola seluruh kegiatan administrasi dalam rangka meningkatkan mutu dan pelayanan melalui SOP yang berlaku serta menginformasikan kompetensi jajarannya administrasi dalam usaha pencapaian target dan mengarsipkan berkas yang berkaitan dengan administrasi serta

Mengatur jalannya keluar atau masuk uang perusahaan. Menurut Nugroho dan Setiawan (2021), pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu perusahaan dalam mengurangi risiko kesalahan pencatatan dan penyalahgunaan kas. Untuk memonitor masalah keuangan di masing masing departemen, maka kepala administrasi menempatkan beberapa pos/*controlling*, diantaranya :

- *Billing Unit*

Ada 4 orang tenaga kerja/ karyawan yang bertanggung jawab membantu setiap aktivitas di Departemen Sales yaitu membantu salesman dalam proses pembelian unit baru kendaraan Toyota di daftarkan, diproses secara bertahap sesuai dengan tahapan sampai dengan kendaraan akan keluar atau di kirim oleh salesman ke pembelinya. Baik itu pembelian tunai ataupun kredit.

- *Billing Service*

Ada 2 Orang tenaga kerja / karyawan yang bertanggung jawab dan membantu aktivitas di Departemen *Service* secara administrasi saja. Karyawan tersebut hanya memonitor setiap kendaraan yang *service* di cabang sampai dengan kendaraan tersebut selesai di *service* lalu diserahkan kembali oleh pemilik nya.

- *Billing Parts*

Ada 2 Orang tenaga kerja / karyawan yang bertanggung jawab untuk membantu / mensupport secara administrasi pemesanan *Spare Parts* AUTO2000 cabang bogor siliwangi ke PT Toyota Astra Motor (Division Parts) Permintaan barang spare parts merupakan permintaan dari salesman *Spare Parts* dari order penjualannya.

- Kasir

Ada 2 orang petugas / karyawan yang ada di Kasir, mereka bertugas menerima uang masuk baik dari unit Penjualan Unit, Pembayaran *service* dan pembayaran pembelian *Spare parts* langsung di cabang

5. *Customer Relationship Coordinator (CRC)*

Customer Relationship Coordinator (CRC) menjadi garda depan (*frontliner*) dalam pelayanan kepada *customer* baik yang datang maupun melalui media lain, menangani komplain *customer*, menjadi role model *Customer Service (CS)* dalam mensosialisasikan dan mengimplementasikan standar CS, serta menindaklanjuti hasil survey untuk *CS improvement* di cabang. Penelitian oleh Kotler dan Keller (2020) menunjukkan bahwa pelayanan pelanggan yang baik dapat meningkatkan loyalitas

pelanggan dan menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.

6. *Service Advisor (SA)*

Service Advisor (SA) bertanggung jawab untuk memeriksa Perintah Kerja Bengkel (PKB) yang mencakup order pekerjaan, barang, dan jasa, serta status pengerjaan. Mereka juga melakukan pencetakan faktur dan kwitansi *service*, serta menangani penagihan piutang kepada pelanggan. Menurut Haryanto dan Sari (2020), peran SA yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional, karena mereka menjadi penghubung antara pelanggan dan bengkel.

7. Kepala Regu *Body Repair*

Kepala Regu *Body Repair* mengawasi aktivitas bengkel dan penjualan suku cadang, serta merencanakan persediaan *spare parts* secara optimal. Penelitian oleh Nugroho dan Setiawan (2021) menunjukkan bahwa pengawasan yang baik dapat meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, yang sangat penting dalam industri otomotif.

8. Kepala *Spare Parts*/Petugas Gudang Parts.

Petugas gudang parts juga memiliki tanggung jawab besar dalam menjamin ketersediaan suku cadang sesuai permintaan mekanik dan pelanggan. Ketersediaan suku cadang yang memadai sangat penting untuk menjaga kelancaran operasional bengkel, dan Wibowo dan Sari (2020) menekankan bahwa manajemen persediaan yang baik dapat mengurangi waktu tunggu pelanggan).

9. *Sales Department* (Departemen Penjualan)

Departemen Penjualan berfokus pada mencari dan mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya untuk memenuhi target penjualan. Penelitian oleh Prasetyo dan Rahardjo (2019) menunjukkan bahwa strategi penjualan yang efektif dapat meningkatkan volume penjualan dan kepuasan pelanggan, yang merupakan kunci keberhasilan perusahaan.

10. *Messenger*

Messenger bertugas untuk membeli kebutuhan barang dan mengirim file, yang mendukung kelancaran komunikasi dan pengiriman barang.

11. *Cleaning Service*

Cleaning Service menjaga kebersihan semua ruangan, yang berkontribusi pada kenyamanan lingkungan kerja. Menurut Kotler dan Keller (2020), lingkungan yang bersih dan teratur dapat meningkatkan pengalaman pelanggan.

12. *Security*

Security bertanggung jawab untuk menjaga keamanan dan ketertiban di lingkungan perusahaan, melindungi aset perusahaan, dan memberikan rasa aman bagi karyawan dan pelanggan.

13. *Customer Relation Coordinator (CRC)*

CRC berperan dalam membangun hubungan yang positif dan berkelanjutan dengan pelanggan, dengan cara memberikan pelayanan yang ramah dan personal, serta membantu mengumpulkan dan menganalisis data kepuasan pelanggan, sehingga Toyota dapat mengetahui area yang perlu ditingkatkan.

14. *Foreman*

Foreman menganalisa PKB dari SA untuk mendistribusikan pekerjaan kepada teknisi, memastikan bahwa semua pekerjaan dilakukan sesuai dengan standar yang ditetapkan dan melakukan test drive terhadap kendaraan yang telah selesai diperbaiki.

15. *Vallet*

Vallet berfungsi Menerima *customer* pertama untuk melakukan *service* serta menghubungkan antara *customer* dengan bagian SA.

16. *Partman*

Partman Menyediakan suku cadang yang dibutuhkan oleh teknisi dan pelanggan serta menerima dan memeriksa parts yang datang sesuai dengan kondisi fisik dan dokumen-dokumen yang dibutuhkan.

17. *Pre Delivery Service (PDS)*

PDS Menyiapkan display mobil baru di kantor, di pameran serta menyiapkan kendaraan baru dan melaksanakan DEC untuk diterima oleh *customer*.

18. *Toyota Home Service (THS)*

Melalui layanan ini, teknisi Toyota datang langsung ke lokasi pelanggan, seperti rumah atau kantor, untuk melakukan berbagai jenis servis, termasuk perawatan berkala, penggantian oli, pengecekan rem, dan pemeriksaan umum kendaraan. Dengan adanya THS, pelanggan dapat menikmati efisiensi waktu, terutama bagi mereka yang memiliki jadwal padat atau tinggal jauh dari bengkel. Selain kemudahan akses, THS menjamin kualitas layanan

dengan melibatkan teknisi bersertifikasi resmi Toyota yang membawa peralatan standar pabrik.

2.6 Sumber Daya Manusia Perusahaan

AUTO2000, memiliki perhatian yang tinggi terhadap kualitas sumber daya manusia. Di samping itu, penghargaan yang tinggi juga diberikan oleh perusahaan kepada setiap individu yang mampu menghadapi tantangan dan berprestasi dalam bidang masing-masing. Sumber daya manusia yang terdapat di Auto2000 saat ini sebanyak 157 orang karyawan.

Divisi	Jumlah Sumber Daya Manusia
Sales	17
Admin	4
Service	45
Part indirect	15
Total	81

Tabel 2. 1 SDM Auto2000 Yasmin