

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Astra *International* didirikan melalui beberapa tahap periode waktu tertentu dengan perkembangan perusahaan tersebut. Adapun tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Periode Tahun 1960

Pada tanggal 20 Februari 1957, William Suryajaya (Tjia Kian Liong) dengan adiknya Drs. Tjia Kian Tie (Alm) bersepakat untuk membuka suatu bidang usaha dengan mendirikan suatu perusahaan yang bernama PT. Astra *International, Inc* di Bandung. Pada awalnya perusahaan ini bergerak dibidang perdagangan umum yaitu dengan menjual *soft drink* yang bermerek "*Parm Club*", mengekspor hasil bumi seperti minyak sereh, kopra, karet serta menjadi salah satu penyalur alat-alat kereta api yang kala itu perusahaannya masih berstatus Perjan. Selain itu, PT. Astra *International, Inc* di Bandung pun menjadi salah satu pemasok bahan bangunan untuk proyek Pembangkit Listrik Tenaga Air (PLTA) untuk kawasan Jatiluhur dan pada Dinas Pekerjaan Umum (DPU).

2. Periode Tahun 1960 – 1970

Sejalan dengan perkembangan perusahaan, maka pada tahun 1965 PT. Astra *International, Inc* mengalihkan usahanya dari perdagangan dalam Negeri dan pengeksporan hasil bumi menjadi suatu perusahaan yang mengimpor kendaraan-kendaraan bermotor, alat-alat berat dan alat-alat teknik yang dapat menunjang kebutuhan pembangunan nasional. Pada tanggal 1 Juli 1969, PT. Astra *International, Inc* baru dapat pengakuan resmi dari pemerintah Indonesia sebagai agen tunggal kendaraan mobil merek Toyota untuk seluruh wilayah Indonesia. Sebagai agen tunggal, PT. Astra *International, Inc* hanya mengimpor dan memproduksi kendaraan Toyota, tetapi tidak memasarkannya secara langsung ke pelanggan. Oleh karena itu, pada pertengahan 1970 dibentuklah "*Toyota Division*" yang digunakan untuk menangani masalah distribusi dan pemasaran kendaraan

Toyota. Pada tahun yang sama perusahaan ini ditunjuk pula sebagai salah satu agen sepeda motor Honda.

3. Periode Tahun 1970 – 1980

Pada periode ini, yaitu tepatnya pada tanggal 12 April 1971 didirikan suatu perusahaan baru yang diberi nama PT. Toyota Astra Motor (TAM), di mana modal usahanya adalah patungan antara Astra dan Toyota *Company* (TMC) dengan komposisi saham 49% dimiliki oleh Astra dan 51% dimiliki oleh Toyota Motor *Company* (TMC). Dengan melihat perbandingan kepemilikan atas saham tersebut maka keagenan pun beralih dari PT. Astra *International* kepada PT. Toyota Astra Motor (TAM). PT. Toyota Astra Motor (TAM) ini hanya bertugas dalam memproduksi saja, tetapi tidak menjual langsung ke pelanggan. Sedangkan kendaraan Toyota tetap dipegang oleh PT. Astra *International, Inc* melalui Toyota *Division* sebagai penyalur utama (*main dealer*) dengan bantuan kerjasama PT. Toyota Astra Motor (TAM).

Selanjutnya pada tahun 1973 PT. Astra *International, Inc* ditunjuk pula sebagai agen tunggal untuk produk-produk Daihatsu. Pada tanggal 1 September 1973 status Toyota *Division* pun diubah menjadi Motor *Vechile Division*. Akibat terjadinya peningkatan pemasaran kendaraan Toyota, maka pada tanggal 1 Januari 1976 dibentuklah Astra Motor *Sales* (AMS), atas dasar akta notaris Kartini Mulyadi, S.H. No. 195 tanggal 30 Juli 1975 dan No. 52 tanggal 10 Oktober 1975. Astra Motor *Sales* (AMS) inilah yang dikenal menjadi penyalur utama (*main dealer*) kendaraan mobil merek Toyota hampir di seluruh wilayah Indonesia kecuali Jawa Tengah, hal ini dikarenakan penyalurannya dipegang oleh PT. *New Ratna Motor Semarang*; Riau dan Pekanbaru oleh PT. *Agung Concern*; Sulawesi Utara dan sekitarnya termasuk Irian Jaya dipegang oleh Hadji Kalla. Maka *Motor Vechile Division* hanya bertindak sebagai agen tunggal kendaraan Daihatsu saja karena pemasaran Toyota sudah beralih kepada Astra Motor *Sales* (AMS).

4. Periode Tahun 1980 – 1990

Pada periode ini PT. *Astra International* cabang Asia Afrika Bandung didirikan, yaitu tepatnya pada bulan Desember 1982. Pada periode tahun ini pula kendaraan yang bermerek Peugeot dan Renault ikut bergabung dengan PT. *Astra International, Inc* disamping kendaraan-kendaraan merek lainnya, seperti kendaraan BMW (6 Oktober 1985), kendaraan Isuzu (Maret 1988) dan kendaraan Fiat (Juni 1988). Pada tanggal 1 Januari 1989 PT. Toyota Astra Motor melakukan kerjasama lagi dengan Multi Astra dan Toyota *Engine* Indonesia, sehingga kini PT. Toyota Astra Motor (TAM) merupakan gabungan dari empat perusahaan, hal ini merubah komposisi saham menjadi 51% dipegang oleh PT. *Astra International, Inc* dan 49% dipegang oleh Toyota Motor Company (TMC).

Dalam rangka persiapan *go public*, maka pada bulan September 1989 PT. *Astra International, Inc* mengadakan restrukturisasi perusahaan dalam *Astra Group* tersebut. Astra Motor Sales (AMS) digabungkan kembali kepada PT. *Astra International, Inc* dan terbentuklah *Astra International Division* dan untuk menyederhanakan nama tersebut maka pada bulan April 1990 namanya diganti menjadi AUTO 2000. AUTO 2000 ini merupakan tempat penjualan resmi *Authorized Main Dealer* bagi kendaraan mobil merek Toyota yang berkantor pusat di jalan Gaya Motor III No. 3 Jakarta 14330.

AUTO 2000 bergerak dalam bidang usaha jasa yang meliputi penjualan mobil merek Toyota dengan suku cadang asli dan purna jual dilakukan pada bengkel-bengkel yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia.



GAMBAR 1.1

LOGO PERUSAHAAN

Sumber : Dokumen Perusahaan, 2017

1.1.1 Sejarah Perusahaan

AUTO 2000 berdiri sejak tahun 1975 dengan nama Astra Motor *Sales*, dan baru pada tahun 1989 berubah nama menjadi AUTO 2000 dengan manajemen yang sudah ditangani sepenuhnya oleh PT. Astra *International Tbk*.

Saat ini AUTO 2000 adalah *retailer* Toyota terbesar di Indonesia, yang menguasai sekitar 45% dari total penjualan Toyota. Dalam aktivitas bisnisnya, AUTO 2000 berhubungan dengan PT. Toyota Astra Motor sebagai Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Toyota, yang menjadikan AUTO 2000 adalah salah satu *founder dealer* resmi Toyota.

AUTO 2000 saat ini memiliki 101 *outlet* (terdiri dari 14 *outlet* V-hanya melayani jual beli kendaraan, 71 *outlet* VSP-melayani jual beli & *service* kendaraan, & 16 *outlet* VSPBP-melayani jual beli, *service*, perbaikan & pengecatan *body* kendaraan) yang tersebar di hampir seluruh Indonesia (kecuali Sulawesi, Maluku, Irian Jaya, Jambi, Riau, Bengkulu, Jawa Tengah dan Yogyakarta). Di samping itu, AUTO 2000 pun bekerjasama dengan 840 *partshop* yang tersebar di berbagai penjuru Indonesia, untuk menjamin keaslian suku cadang produk Toyota.

Jumlah jaringan AUTO 2000 pun akan terus bertambah seiring dengan pertumbuhan bisnis, serta untuk memenuhi kebutuhan seluruh pelanggan Toyota, serta memberi kemudahan bagi calon pembeli Toyota.

Sesuai dengan moto-nya “Urusan Toyota Jadi Mudah”, AUTO 2000 senantiasa berupaya memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh pelanggannya dalam membeli & memiliki kendaraan Toyota melalui :

- a. Kemudahan dalam mencari informasi tentang Toyota di AUTO 2000 melalui *website*, aplikasi *mobile*, & *call center* yang dapat diakses kapanpun & dimanapun.
- b. Kenyamanan bagi pelanggan dengan fasilitas *outlet* AUTO 2000 yang *modern*, *warm*, & *pressure free*.
- c. Kemudahan & kenyamanan transaksi dengan layanan *one stop shopping service* AUTO 2000 yang bekerjasama dengan berbagai *value chain*.

- d. Kemudahan dalam mendapatkan kendaraan sesuai kesepakatan, tepat waktu, dan melampaui harapan pelanggan.
- e. 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* – kehandalan 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*”.

1.1.2 Visi, Misi, Budaya, dan Slogan Perusahaan

a. Visi Perusahaan

Menjadi *dealer* Toyota terbaik & terhandal di Indonesia, melalui proses bisnis berkelas dunia.

b. Misi Perusahaan

- 1) Melayani pelanggan melalui pengalaman kepemilikan yang paling memuaskan.
- 2) Menjadi *share contributor* terbaik bagi Toyota di seluruh kota & kabupaten.

- 3) Menciptakan pertumbuhan yang berkesinambungan bagi seluruh *stakeholders*.
- 4) Senantiasa berkomitmen untuk menjalankan bisnis sesuai kaidah *good corporate governance & corporate social responsibility*.

c. Budaya Perusahaan

Budaya *first* AUTO 2000:

- 1) *Focus on customer*
- 2) *Integrity*
- 3) *Respect for other*
- 4) *Strive for excellence*
- 5) *Teamwork*

d. Moto Perusahaan

MUDAH

AUTO 2000 memberikan berbagai kemudahan kepada pelanggan, yaitu :

- 1) Kemudahan mendapatkan informasi, dengan menyediakan berbagai sumber, mulai dari kantor cabang, pameran, situs *web*, telepon, hingga *call center* dan lain-lain.
- 2) Kemudahan pembelian dengan menyediakan berbagai fasilitas termasuk tukar tambah, proses kredit, dan asuransi.
- 3) Kemudahan layanan purna jual dengan memberikan *service* bengkel yang lengkap dan terpadu.

PERSONAL

AUTO 2000 melayani pelanggan secara personal. Dengan membangun database pelanggan secara komprehensif, AUTO 2000 memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

HANDAL

AUTO 2000 didukung oleh tim dan sistem yang handal, yaitu:

- 1) Wiraniaga profesional.
- 2) Teknisi yang memiliki sertifikasi Toyota Internasional.
- 3) Sistem teknologi informasi yang handal, yang mencatat historis kendaraan dan dapat diakses secara *online* oleh bengkel-bengkel AUTO 2000 di seluruh Indonesia.
- 4) Garansi atas perbaikan yang dilakukan.

1.1.3 Bidang Usaha

Bidang usaha PT. Astra *International* - Toyota Sales Operation (AUTO 2000) Cabang Asia Afrika Bandung adalah sebagai berikut :

1. Penjualan kendaraan (*Vehicle*)

PT. Astra *International* Tbk - Toyota Sales Operation (AUTO 2000) Cabang Asia Afrika Bandung merupakan salah satu cabang resmi yang menjual kendaraan-kendaraan merek Toyota. Penjualan kendaraannya dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

a. Penjualan Tunai

Dalam penjualan tunai, kesepakatan pembelian dilakukan dengan penyerahan tanda jadi oleh *customer* kepada pihak AUTO 2000 dengan jumlah tertentu sesuai dengan harga kendaraan yang dibeli. Kemudian pihak AUTO 2000 memeriksa kesiapan kendaraan, dan setelah kesiapannya diterima selanjutnya dilakukan serah terima kendaraan apabila *customer* telah melunasi pembayaran baik berupa tunai, cek, atau transfer.

b. Penjualan Kredit

Dalam penjualan kredit, *customer* harus mengisi aplikasi kredit disertai dokumen-dokumen lainnya yang dibutuhkan. Kemudian pihak AUTO 2000 akan menghubungi *customer* untuk kelengkapan administrasi dan menjadwalkan waktu untuk serah terima kendaraan.

Jenis kendaraan yang dijual adalah sebagai berikut :

a) *Passenger Car*

Yang termasuk *Passenger Car* adalah Avanza, Corolla, Altis, Camry, Crown, Innova, Rush, Vios, Yaris.

b) *Commercial Car*

Yang termasuk *Commercial Car* adalah Kijang, Pick Up, Dyna, Hilux.

c) *General Purpose*

Yang termasuk *General Purpose* adalah Fortuner, Land Cruiser, Alphard.

2. Penjualan Jasa Bengkel (*Service*)

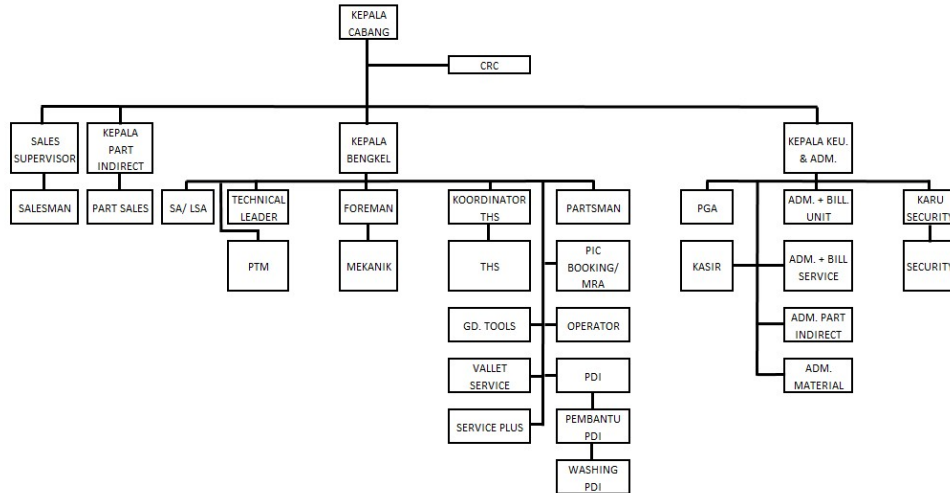
PT. Astra *International* -Toyota *Sales Operation* (AUTO 2000) Cabang Asia Afrika Bandung melakukan pelayanan jasa *service* untuk kendaraan-kendaraan dengan merek Toyota, baik mobil Toyota keluaran tipe terbaru atau yang keluaran tipe lama, sebatas kendaraan tersebut masih dalam satu merek Toyota. Jasa *service* yang diberikan mengacu kepada standar *service* yang ditetapkan oleh PT. Toyota Astra Motor (TAM) sebagai agen tunggal pemegang merek di Indonesia.

3. Penjualan Suku Cadang (*Spare Parts*)

Bentuk pelayanan purna jual PT. Astra *International* - Toyota *Sales Operation* (AUTO 2000) Cabang Asia Afrika Bandung adalah menyediakan suku cadang (*spare parts*) resmi dari Toyota (Toyota *Genuine Parts*), sehingga keaslian dari suku cadang yang ada dijamin oleh Toyota.

1.1.4 Struktur Organisasi AUTO 2000 Asia Afrika Bandung

Adapun struktur organisasi yang ada di AUTO 2000 Asia Afrika Bandung dapat dilihat pada gambar berikut :



GAMBAR 1.2

STRUKTUR ORGANISASI AUTO 2000 ASIA AFRIKA BANDUNG

Sumber : Dokumen Perusahaan, 2017

1.1.5 Tugas dan Tanggung Jawab Unit

Berikut ini adalah jabaran singkat tentang deskripsi tugas yang harus dilaksanakan oleh masing-masing staf di AUTO 2000 Asia Afrika Bandung, yaitu:

1. Kepala Cabang

Uraian Tugas :

- a) Mengawasi dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan kantor cabang yang dipimpinnya sesuai dengan kebijakan yang telah ditetapkan.
- b) Membuat analisa mengenai perkembangan perusahaan baik dilihat dari sisi keuangan maupun pelaksanaan operasional perusahaan untuk menilai efisiensi dan efektifitas kerja.
- c) Menerima laporan dari setiap kepala departemen tentang hasil yang dicapai dari masing-masing departemen tersebut. Laporan ini kelak akan menjadi laporan kantor pusat.

- d) Mendelegasikan wewenang dan tanggung jawab kepada masing-masing kepala departemen sesuai dengan bidangnya.
- e) Menandatangani surat-surat penting yang berhubungan dengan kantor cabang.

2. *Customer Relation*

Uraian Tugas :

- a) Memberikan laporan kepada kepala cabang mengenai hasil kegiatannya.
- b) Memelihara hubungan baik dengan pelanggan atau calon pembeli agar tercapai *Customer For Time* (Pelanggan seumur hidup).

3. *Sales Supervisor*

Uraian Tugas:

- a) Mengontrol penjualan.
- b) Menyusun dan membuat laporan penjualan.
- c) Menentukan metode-metode pendistribusian dan kebijakan penjualan.
- d) Mengusahakan terpenuhinya produk yang diinginkan pelanggan.
- e) Menyusun strategi dan memotivasi para *salesman* untuk menjual mobil sesuai target.

4. *Administration Departemen Head*

Uraian Tugas :

- a) Menyusun dan menetapkan anggaran dalam rangka menilai efisiensi dan efektivitas AUTO 2000 Asia Afrika dan memberikan saran-saran atau perbaikan jika memungkinkan.
- b) Menandatangani atau memberikan paraf sebagai tanda persetujuan atas penerimaan dan pengeluaran masing-masing departemen.
- c) Memberikan perintah penyaluran dinas serta kerja lembur kepada karyawan administrasi.

- d) Menghadiri rapat-rapat intern bersama pimpinan lainnya baik di dalam maupun di luar perusahaan.
- e) Memusyawarahkan dan mengawasi agar administrasi dapat dilakukan dengan benar, agar laporan dapat selesai tepat pada waktunya.
- f) Mengelola bidang-bidang personalia, keuangan, persediaan, dan piutang dagang.

5. *Service Departement*

Uraian Tugas :

- a) Memimpin bengkel AUTO 2000 Asia Afrika, mengkoordinir, mengarahkan dan mengawasi pelaksanaan kegiatan bengkel.
- b) Menilai, menganalisis perkembangan bengkel dari segala segi guna memajukan bengkel.

6. *Salesman/Counter Sales*

Uraian Tugas :

- a) Mencari *order*.
- b) Menjual kendaraan.
- c) Melayani pembeli secara tunai maupun kredit.
- d) Membuat surat pesanan kendaraan (SPK).
- e) Menerima telepon, apabila di *counter* telepon tidak ada yang mengangkat sebanyak 3 (tiga) kali, maka *salesman* wajib mengangkat telepon.
- f) Menyiapkan Surat Tanda Uji jalan (STUJ) dan menyiapkan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK).
- g) Mengecek *list* kendaraan jika kendaraan sudah ada.
- h) Mengurus aplikasi kredit jika pelanggan membeli secara kredit.
- i) Merencanakan dan mengadakan *showroom event*.
- j) Pengecekan kendaraan setelah *delivery*.
- k) Meyakinkan para pelanggan untuk membeli kendaraan-kendaraan yang dihasilkan.

l) Menyerahkan kendaraan kepada pelanggan.

7. Kasir

Uraian Tugas :

- a) Menerima uang atau pembayaran dengan bukti yang sah.
- b) Membuat laporan kas dan bank secara harian.
- c) Menjaga keamanan uang kas.
- d) Mengeluarkan uang kas atas dasar bon permintaan yang disetujui oleh kepala cabang atau kepala administrasi.
- e) Membuat laporan uang masuk maupun uang keluar.
- f) Menyetor *check*/bilyet giro/tunai ke bank.
- g) Memonitor pinjaman kuitansi.
- h) Membukukan uang muka.
- i) Membuat rekonsiliasi bank.
- j) Melakukan *tracking system* uang muka dan pelunasan.

8. *Sales Administrations*

Uraian Tugas :

- a) *Filling*/meregister surat pesanan kendaraan.
- b) Memasukan mutasi-mutasi penerimaan.
- c) Membuat *delivery order* (DO) dan Bukti Serah Terima Kendaraan Baru (BSTKB).
- d) Registrasi DO dan BSTKB.
- e) Membuat laporan penjualan, *stock*, dan lain-lain.
- f) Membuat surat pengantar, surat masuk, dan surat keluar kendaraan.
- g) Membuat proses Bea Balik Nama (BBN).
- h) Membuat faktur Toyota Astra Motor/*Aplication for invoice* (TAM/AFI) dan *File Register*.

9. Koordinator Administrasi Bengkel

Uraian Tugas :

- a) Membuat laporan *performance* bengkel.
- b) Membuat laporan material (bahan).
- c) Menganalisis penjualan material untuk order kelapa bengkel.
- d) Menganalisis rekapitulasi *Account Receivable* (A/R) bengkel.
- e) Membuat laporan pajak PPn, PPh pasal 21 (jasa bengkel) dan pasal 23 (perpajakan cabang)

10. *Service Advisor* (SA)

Uraian Tugas :

- a) Memahami dan menganalisa dengan benar kebutuhan *service* bagi pelanggan.
- b) Membuat laporan material.
- c) Menerangkan pekerjaan yang telah dilakukan dengan jelas pada saat penyerahan kendaraan.
- d) Bertindak sebagai penasihat *service*.
- e) Melaksanakan tahap proses pelayanan pelanggan dan menerima perjanjian sampai menindaklanjuti pekerjaan *service*.
- f) Menyiapkan Perintah Kerja Bengkel (PKB) dan catatan hasil diagnosa dalam PKB.
- g) Membuat kalkulasi terhadap langganan kepada PKB, bukti pengeluaran bahan dan *part*.
- h) Menerima semua PKB dari *service advisor* (SA) dan melakukan sortir untuk semua PKB klaim, *service intern* ke bagian administrasi.
- i) Membuat kuitansi bengkel, nota jasa dan nota barang kemudian menyerahkannya kepada kepala bengkel untuk ditandatangani dan selanjutnya diserahkan ke kasir.
- j) Melakukan *final check*.

11. *Parts Man*

Uraian Tugas :

- a) Memeriksa jumlah unit, kualitas dan spesifikasi dari barang yang diterima.
- b) Ikut memeriksa fisik atas persediaan dan mencocokkannya dengan saldo menurut kartu gudang.
- c) Membuat laporan penerimaan dan pengeluaran barang serta mengirimkan *copy* pada bagian administrasi.

12. Instruktur

Uraian Tugas :

- a) Merencanakan dan melaksanakan program bengkel.
- b) Merencanakan dan melaksanakan *training* bengkel.

13. *Foreman*

Uraian Tugas :

- a) Melakukan pembagian tugas pada para mekanik yang dibawahinya sehingga kegiatan dapat dilaksanakan dengan lancar.
- b) Menganalisa catatan atas keluhan dari pemilik kendaraan.
- c) Bertanggungjawab atas mutu pekerjaan mekanik selama melakukan *checking* sebelum kendaraan ke SA.
- d) Melakukan pembagian tugas mekanik dengan mencatat jam pekerjaan.

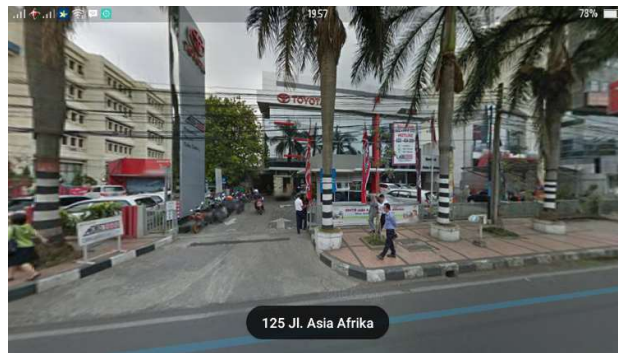
14. Mekanik

Uraian Tugas :

- a) Melakukan pekerjaan perbaikan.
- b) Meminta dan mengambil suku cadang dan bahan yang dibutuhkan dalam pekerjaan perbaikan kendaraan.

1.1.6 Lokasi AUTO 2000 Asia Afrika

Nama Perusahaan : PT. Astra *International* Tbk - Toyota *Sales Operation* (AUTO 2000) Cabang Asia Afrika Bandung
Alamat : Jl. Asia Afrika 125 Bandung
Telepon/fax : Telp 022 424 2000/ Fax 022 423 0923
Website : www.astra.co.id / auto2000.co.id



GAMBAR 1.3

**KANTOR PT. ASTRA *INTERNATIONAL* TBK - TSO (AUTO 2000) CABANG ASIA
AFRIKA BANDUNG**

Sumber : Dokumen Pribadi, 2017

1.2 Latar Belakang

Zaman semakin berubah, pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat setiap tahunnya, mengakibatkan peningkatan akan hal kebutuhan dan keinginan. Di zaman yang semakin modern ini, kesibukan disetiap harinya yang membuat setiap orang banyak menghabiskan waktu diluar. Kegiatan diluar inilah yang membuat orang memiliki mobilitas yang tinggi dan menimbulkan setiap orang tersebut membutuhkan alat transportasi untuk mendukung kelancaran kegiatannya.

Dari hasil survei badan statistik di kota Bandung, pada tahun 2015 sebanyak 382.383 unit kendaraan pribadi dan 14.104 unit kendaraan umum, pada tahun 2016 sebanyak 425.007 unit kendaraan pribadi dan 14.815 unit kendaraan umum, untuk

kendaraan mobil dan lainnya yang serupa. Dari hasil data tersebut dapat kita lihat bahwa banyak orang yang lebih memilih untuk memiliki dan menggunakan kendaraan pribadi ketimbang kendaraan umum.

Jumlah Kendaraan Umum dan Bukan Umum Untuk BPKB Menurut Wilayah Di Kota Bandung Tahun 2015						
Cabang Pelayanan Dinas	Jenis Kendaraan					
	Sedan, Jeep, Station Wagon		Bus, Microbus		Truck, Pick Up	
	Pribadi	Umum	Pribadi	Umum	Pribadi	Umum
Kota Bandung I Pajajaran	102.058	2.920	802	773	26.561	1.818
Kota Bandung II Kawalayaan	119.905	3.049	877	1.600	20.204	736
Kota Bandung III Soekarno Hatta	96.635	1.788	502	793	14.839	627
Jumlah	318.598	7.757	2.181	3.166	61.604	3.181

Jumlah Kendaraan Umum dan Bukan Umum Untuk BPKB Menurut Wilayah Di Kota Bandung Tahun 2016						
Cabang Pelayanan Dinas	Jenis Kendaraan					
	Sedan, Jeep, Station Wagon		Bus, Microbus		Truck, Pick Up	
	Pribadi	Umum	Pribadi	Umum	Pribadi	Umum
Kota Bandung I Pajajaran	112.879	2.961	832	823	27.774	2.170
Kota Bandung II Kawalayaan	131.563	3.045	1.056	1.642	20.937	770
Kota Bandung III Soekarno Hatta	113.138	1.743	502	861	16.326	800
Jumlah	357.580	7.749	2.390	3.326	65.037	3.740

TABEL 1.1
DATA KENDARAAN MOBIL DI KOTA BANDUNG

Sumber : bandungkota.bps.go.id, 2017

Dapat dilihat dari hasil data yang diperoleh bahwa pengendara mobil di setiap tahunnya terus mengalami peningkatan. Hal tersebut berpengaruh terhadap peningkatan jumlah produksi mobil pada setiap tahunnya seiring dengan kebutuhan dan keinginan.

Pada umumnya alat transportasi digunakan untuk mengefisienkan dan mengefektifkan waktu, biaya, dan tenaga. Mobil merupakan salah satu contoh alat transportasi darat yang dapat digunakan sebagai alat transportasi sehari-hari yang dapat mengangkut banyak orang maupun perorangan dari suatu tempat ke tempat yang lain. Selain sebagai alat transportasi, bagi sebagian orang mobil juga dapat menjadi suatu *prestige* bagi pemiliknya. Maksud dari *prestige* tersebut adalah mobil dapat menunjukkan status sosial bagi pemiliknya. Tidak sedikit orang yang mengeluarkan uangnya untuk membeli mobil sebagai ajang untuk menunjukkan derajatnya maupun tingkatan sosialnya.

PT Astra *International Tbk* - *Toyota Sales Operation* merupakan salah satu divisi operasional dari PT Astra *International Tbk* - *Toyota Sales Operation* yang dikenal juga dengan AUTO 2000 yang merupakan *main dealer* Toyota di Indonesia. AUTO 2000 adalah jaringan jasa penjualan, perawatan, perbaikan, dan penyediaan suku cadang Toyota yang manajemennya ditangani penuh oleh PT Astra *International Tbk*. AUTO 2000 merupakan merek dagang yang melangsungkan kegiatan usahanya sebagai *dealer* resmi penjualan mobil, jasa bengkel, dan suku cadang asli Toyota.

Di dalam penjualan mobil, tidak hanya sampai *closing the sale* saja tetapi sangat diperlukan layanan purna jual (*after sale service*) tersebut dengan menjual suku cadang asli Toyota atau Toyota *Genuine Parts* (TGP). Kendaraan Toyota merupakan hasil rakitan dari berbagai suku cadang yang dapat berfungsi secara maksimal sesuai dengan spesifikasi-spesifikasinya. Suku cadang pengganti pun sangat dibutuhkan apabila ada suku cadang yang rusak, agar tetap menjaga daya kerja dan kemampuan mobil tetap prima. Bila suku cadang pengganti tidak sesuai maka hal ini dapat menimbulkan keseimbangan mobil terganggu dan daya kerjanya

menurun. Karena itu faktor *supplying* Toyota *Genuine Part* (TGP) merupakan bagian yang penting dari kehidupan mobil Toyota.

Departemen *Part Indirect* AUTO 2000 Cabang Asia - Afrika Bandung merupakan divisi yang melaksanakan penjualan suku cadang asli Toyota secara tidak langsung di daerah Jawa Barat. Departemen *Part Indirect* menjual suku cadang tersebut kepada pelanggan yang dikategorikan kedalam beberapa jenis, yaitu Bengkel Umum (BU), *Fleet Owner* (FO), *Part Shop* (PS), *Sub Dealer* (SD), dan *Vehicle Service Part* (VSP).

Departemen *Part Indirect* PT. Astra *International* - Toyota *Sales Operation* (AUTO 2000) Cabang Asia - Afrika Bandung sebagai departemen yang menjual suku cadang memiliki banyak *customer* yang memiliki banyak karakter. Sebagai departemen yang menjual suku cadang kepada pembeli *business to business* (B2B), kerap kali *customer* melakukan komplain terhadap produk-produk yang mereka beli. Berdasarkan hasil wawancara dengan *staff* administrasi di Departemen *Part Indirect*, sekitar 5% konsumen komplain dikarenakan oleh beberapa faktor, yaitu suku cadang yang dibeli *customer* itu rusak dan suku cadang yang dibeli tidak sesuai spesifikasinya.

Departemen *Part Indirect* PT. Astra *International* - Toyota *Sales Operation* (AUTO 2000) Cabang Asia - Afrika Bandung sebagai departemen yang menjual suku cadang selalu membuat target penjualan untuk para *Sales Part* berdasarkan dari pembelian masing-masing konsumennya di tahun-tahun sebelumnya. Target penjualan itu diprediksi berdasarkan hasil dari penjualan tahun-tahun sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di PT. Astra *International* Tbk – Toyota *Sales Operation* (AUTO 2000) Cabang Asia Afrika mengenai **“Tinjauan Aktivitas Penjualan Suku Cadang Toyota Pada Departemen *Part Indirect* PT Astra *International* Tbk - AUTO 2000 Cabang Asia Afrika Bandung 2017”** .

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka Penulis merumuskan beberapa masalah, yaitu:

1. Bagaimana mekanisme penjualan *spare parts* setiap tahunnya pada departemen *Part Indirect* PT. Astra *International* Tbk – AUTO 2000 Cabang Asia Afrika Bandung?
2. Apa yang menjadi pertimbangan untuk menentukan kuota penjualan *spare parts* setiap tahunnya pada departemen *Part Indirect* PT. Astra *International* Tbk – AUTO 2000 Cabang Asia Afrika Bandung?
3. Bagaimana target dari penjualan *spare parts* setiap tahunnya pada departemen *Part Indirect* PT. Astra *International* Tbk – AUTO 2000 Cabang Asia Afrika Bandung?
4. Bagaimana realisasi dari penjualan *spare parts* setiap tahunnya pada departemen *Part Indirect* PT. Astra *International* Tbk – AUTO 2000 Cabang Asia Afrika Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka Penulis memiliki tujuan penelitian, yaitu:

1. Untuk mengetahui mekanisme penjualan *spare parts* setiap tahunnya pada departemen *Part Indirect* PT. Astra *International* Tbk – AUTO 2000 Cabang Asia Afrika Bandung.
2. Untuk mengetahui pertimbangan menentukan besar kecilnya penjualan *spare parts* setiap tahunnya pada departemen *Part Indirect* PT. Astra *International* Tbk – AUTO 2000 Cabang Asia Afrika Bandung.
3. Untuk mengetahui target dari penjualan *spare parts* setiap tahunnya pada departemen *Part Indirect* PT. Astra *International* Tbk – AUTO 2000 Cabang Asia Afrika Bandung.

4. Untuk mengetahui realisasi dari penjualan *spare parts* setiap tahunnya pada departemen *Part Indirect* PT. *Astra International Tbk – AUTO 2000* Cabang Asia Afrika Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis yaitu, sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam akan ilmu dan teori-teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan.

2. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan referensi untuk mengembangkan dan memperkaya khasanah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran serta dapat menjadi bahan pertimbangan, perbandingan dan penyempurnaan bagi penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan bagi perusahaan berkaitan dengan penjualan *spare parts* pada departemen *Part Indirect* PT. *Astra International Tbk – AUTO 2000* Cabang Asia Afrika Bandung.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir

Sistematika penulisan Laporan Proyek Akhir ini disusun berdasarkan bab demi bab yang dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

- b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**
Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka penelitian, penelitian terdahulu, dan ruang lingkup penelitian.
- c. BAB III METODE PENELITIAN**
Bab ini berisi tentang jenis penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, pengumpulan data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan keabsahan data.
- d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**
Bab ini meliputi gambaran umum, analisis dan pembahasan.
- e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**
Bab ini menguraikan kesimpulan dan saran yang merupakan penyajian singkat dari keseluruhan hasil penelitian yang diperoleh.