

3. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1. Sejarah dan Latar Belakang PT. Hyundai Mobil Indonesia

PT. Hyundai Mobil Indonesia adalah sebuah perusahaan otomotif yang bergerak di dalam penjualan mobil yang merupakan distributor resmi dari PT. Hyundai Indonesia Motor yang menjadi Agen Tunggal pemegang Merek (ATPM) mobil merek Hyundai di Indonesia, berikut ini sekilas tentang PT. Hyundai Indonesia Motor. Sesuai dengan moto Hyundai "*Drive your way*" mengandung misi Hyundai tidak akan pernah berhenti dalam memberikan yang terbaik kepada seluruh konsumen, PT. Hyundai Indonesia Motor bersama PT. Hyundai Mobil Indonesia akan terus memegang komitmen ini.

Kemajuan Hyundai di Indonesia dibuktikan dengan berkembangnya pabrik perakitan PT. Hyundai Indonesia Motor sebagai Agen Tunggal Pemegang Merk Hyundai di Indonesia. Bangunan yang semula berdiri diatas tanah 8 hektar, kini telah meluas hingga menempati lahan 13 hektar, hal ini berdampak pada kenaikan kapasitas produksi hingga mencapai 27.000 unit mobil/tahun.

Memasuki tahun ke 10 kiprah Hyundai di Indonesia yang relatif muda dibanding pesaing-pesaingnya di dunia otomotif, Hyundai telah menetapkan posisinya dengan keberhasilan mengembangkan dukungan 54 *outlet Dealer* dan Cabang Hyundai, dan 15 *Authorized Workshop*, serta 4 *Part Dealer* dan 84 *Authorized Parts Shop* yang telah berhasil menjual mobil Hyundai lebih dari 50.000 unit di seluruh Indonesia.

PT. Hyundai Indonesia Motor (PT. HIM) selaku ATPM dan PT. Hyundai Mobil Indonesia (PT. HMI) selaku Distributor Tunggal, tetap konsisten terhadap komitmen memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen dengan meningkatkan kualitas dan fasilitas. Salah satunya dengan mendirikan *Hyundai Training Centre* di Bekasi yang memberikan pelatihan bagi tenaga-tenaga *Sales, Service, Spare Part* dan *Customer Satisfaction* secara rutin. Salah satu bukti nyata keberhasilan pelatihan yang telah menjadi agenda tetap setiap *outlet* dan jaringan adalah keterampilan para teknisi Hyundai Indonesia sudah tidak diragukan lagi.

Hal ini dibuktikan dengan kemenangan 2 teknisi Hyundai Indonesia sebagai juara II dalam suatu lomba keterampilan Teknisi *International Contest* yang diadakan oleh *Hyundai Motor Company*, yang diikuti peserta dari 25 negara dan menempati posisi IV dunia. Kemenangan ini tentu menjadi barometer penting bagi kepastian kualitas kepuasan *service* kepada pengguna mobil Hyundai di seluruh Indonesia.

Pada tahun 2005 PT. HMI mencanangkan program Hyundai *Guarantee* sebagai komitmen kepada seluruh pelanggannya, berupa :

1. Sarana Program Jaminan Pelayanan Purna Jual "*On Time or Free*" untuk wilayah Jabotabek, Surabaya & Malang serta Bandung melalui nomor telepon. "*On Time or Free*" adalah :
 - Layanan *Emergency Service* 24 jam siap melayani perawatan dan perbaikan kerusakan, akan datang ketempat tujuan dalam waktu 1 jam atau GRATIS biaya jasa.
 - Jaminan ketersediaan suku cadang dalam waktu 2 x 24 jam atau GRATIS.
2. Pelayanan *Home Service* dari setiap bengkel resmi untuk memudahkan konsumen yang memerlukan bantuan *service* di rumah.
3. Hyundai juga telah mendirikan *Used Car Center, Autosafe* yang juga siap memberikan pelayanan khusus tukar tambah.
4. *Central Parts Warehouse* telah didirikan di Bekasi untuk memberikan jaminan penyediaan *Hyundai Genuine Part* yang memberikan *Part Warranty* selama 6 bulan serta program penghargaan untuk pelanggan yang loyal menggunakan *Hyundai Genuine Part*. Pencapaian yang telah diraih sampai saat ini tidaklah terlalu mengejutkan bila melihat keberhasilan *Hyundai Motor Company* Korea yang telah menjadi pemain no. 2 di Asia yang diraih melalui *Research and Development*. Kualitas produk Hyundai telah diakui di tingkat nasional maupun internasional, terbukti dari penghargaan yang berhasil dicapai seperti di bawah ini:
 - HYUNDAI ATOZ, sebagai *The Best City Car* dari majalah Mobil Motor pada tahun 2002 dan *The Best Compact Car 2003* dari JD Powers Asia Pacific 2003 Indonesia *Initial Quality Study* (IQS)

- HYUNDAI TRAJET GL8, sebagai *The Best MPV 2003* oleh majalah Top Gear.
- HYUNDAI GETZ terpilih sebagai *Australia's Best Small Car 2003*, *Most Reliable Car of 2004* di UK, *The Best Car Of The Year 2005* by *Business Standard*
- HYUNDAI TUCSON terpilih "*The Best New Crossover*" in 2005, *Canadian Car Of The Year Award*, *Good Design Awards* by *The Japanese Industrial Design Promotion Organization*
- HYUNDAI Sonata mendapat penghargaan dari The Automobile Journalist Association of Canada (AJAC) sebagai "2006" *HYUNDAI Sonata as Canada's Best New Family Sedan Under \$35,000*.
- HYUNDAI Sonata dan HYUNDAI Tucson mendapatkan *The U.S. National Highway Traffic Safety Administration's (NHTSA) top five-star crash test rating untuk Front dan Side impacts*.
- Ditingkat Nasional, HYUNDAI Sonata dan HYUNDAI Tucson menjadi *TopGear Magazine Best Choice 2005* serta menjadi nominasi *Car Of The Year 2005* versi Majalah *Autobild*. Sedangkan HYUNDAI Atoz 1.1 berhasil menjadi salah satu nominasi *Car Of The Year 2005* versi Majalah *Mobil Motor*.

Produk Hyundai terbukti telah memiliki teknologi kelas dunia yang didalamnya terdapat kenyamanan dalam berkendara. Kemewahan pada interior dan exterior pada setiap produknya menjadikan Hyundai disukai dan mempunyai tempat dihati masyarakat. Dengan harga terjangkau, jaminan kualitas dan *service* prima sekaligus bisa didapatkan.

Pada tahun 2001 PT. HIM melakukan perluasan wilayah dengan membuka cabang di daerah Jawa Timur, tepatnya di Surabaya dengan nama PT. HMI sebagai distributor resmi di wilayah Jawa Timur, Bali, dan Lombok. PT. HMI Surabaya terletak di jalan HR. Muhammad no.28. Dalam PT. HMI Surabaya tidak hanya terdapat *showroom* saja, tetapi juga bengkel perawatan yang melayani

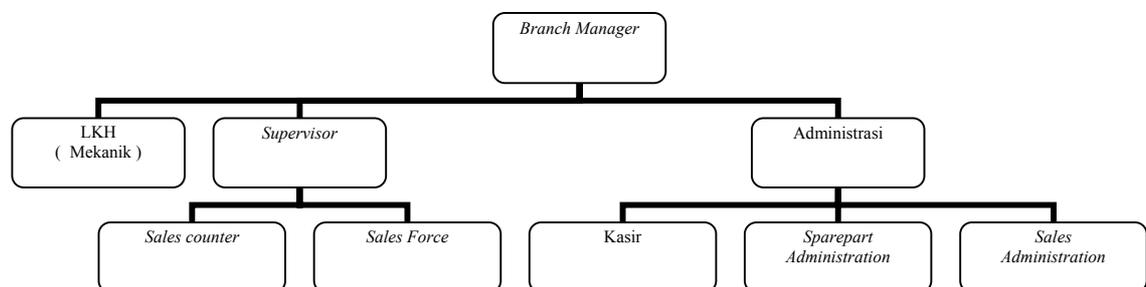
service dan penjualan suku cadang. Ini memudahkan pengguna mobil merek Hyundai dalam perawatan mobilnya. PT. HMI juga ingin meningkatkan kualitasnya dengan mengadakan program “*3 Years Buy Back Guarantee & Warranty*”. Dimana melalui program ini, pemilik mobil merek Hyundai dapat menjual kembali mobilnya pada PT. HMI (*Auto Safe Used Car Centre*) dalam jangka waktu 3 tahun sesudah pembelian mobil, dengan harga yang tetap tinggi.

3.2. Kegiatan dan Platform Perusahaan

Kegiatan PT. HMI Surabaya adalah distributor resmi dari mobil merek Hyundai yang melayani penjualan mobil merek Hyundai, perawatan serta penjualan suku cadang asli mobil merk Hyundai.

Platform dari PT. HMI yang terletak di jalan HR. Muhammad no.28 Surabaya adalah sebagai distributor resmi kendaraan merk Hyundai yang mencakup wilayah Jawa Timur, Bali dan Lombok.

3.3. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 3.1. Struktur Organisasi

NB : LKH = Layanan Kencana Hyundai

Keterangan Tugas:

Branch Manager:

- 1) Mengatur Promosi-promosi dalam meningkatkan penjualan.
- 2) Melakukan *event-event* yang digunakan sebagai promosi dalam meningkatkan *awareness* terhadap merek Hyundai .
- 3) Mengatur penjualan, perawatan dan suku cadang.

LKH (Mekanik):

- 1) Menerima pelanggan yang ingin melakukan perawatan mobilnya.
- 2) Menerima keluhan-keluhan yang berhubungan dengan mobil pelanggan yang akan diperbaiki.
- 3) Memberikan saran-saran dalam rangka perbaikan mobil pelanggan.

Supervisor:

- 1) Mengatur tenaga penjualan yang dibawahinya.
- 2) Memonitor aktivitas tenaga penjual sehari-hari.
- 3) Bersama-sama dengan tenaga penjual melakukan aktivitas penjualan.
- 4) Memonitor penyelesaian administrasi penjualan, pembayaran sampai penyerahan STNK.
- 5) Melakukan pertemuan-pertemuan kecil dengan tim untuk membuat rencana penjualan mingguan.

Administrasi:

- 1) Pengadaan unit *display* dan *delivery*.
- 2) Mengatur persiapan untuk pengiriman
- 3) Memproses order faktur kendaraan.
- 4) Menangani proses pembuatan STNK.

***Sales counter* (merangkap sebagai *telemarketing*):**

- 1) Menelepon calon pembeli.
- 2) Memberi pengarahan mengenai produk kepada calon pembeli yang datang di *showroom*.
- 3) Menerima telepon dari konsumen.
- 4) Menerima keluhan-keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.

Sales Force:

- 1) Mencari serta mengunjungi calon konsumen
- 2) Membuat laporan harian
- 3) Mengkomunikasikan informasi tentang produk dan jasa perusahaan

- 4) Menjual (mendekati, mempresentasikan, menjawab keberatan-keberatan, dan menutup penjualan)
- 5) Menjaga pameran
- 6) Melakukan pengiriman pesanan

3.4. Visi / Misi / Goal / Strategi Perusahaan

3.4.1. Visi

Sebagai pendatang baru di dunia otomotif, distributor resmi PT. Hyundai Mobil Indonesia terus memperkenalkan produk Hyundai agar dapat diterima keberadaannya oleh masyarakat Jawa Timur dan sekitarnya.

3.4.2. Misi

1. Mengembangkan sumber daya manusia perusahaan untuk dapat bersaing dengan distributor dan dealer lainnya untuk peningkatan penjualan.
2. Tidak akan pernah berhenti dalam memberikan yang terbaik kepada seluruh konsumen.
3. Meningkatkan volume penjualan dan menstabilkan harga di wilayah Jawa Timur.

3.4.3. Goal

Mencapai target penjualan yang tinggi di daerah Jawa Timur dan mempunyai fasilitas *service* terbaik dan suku cadang terlengkap di daerah Jawa Timur.

3.4.4. Strategi

Adapun strategi yang dilakukan untuk mencapai *goal* yang diinginkan adalah:

1. Mencapai target penjualan yang tinggi dan membuka cabang ATPM baru di wilayah Jawa Timur.

2. Memberikan fasilitas *service* dan penjualan suku cadang asli yang lengkap.
3. Mengadakan *briefing* tiap pagi dengan seluruh staf dan karyawannya.

3.5. Keterkaitan Fakta dengan Studi Kasus

PT. Hyundai Indonesia Motor sebagai Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) ingin memenuhi kebutuhan pelanggan akan mobil merk Hyundai di Indonesia. Namun PT. HIM tidak dapat langsung menjual ke konsumen, tetapi hanya menyalurkan ke distributor-distributor resmi Hyundai (PT.HMI). Dengan demikian PT. Hyundai Mobil Indonesia yang memasarkan dan menjual produk Hyundai melalui tenaga penjual (*salesman*) kepada konsumen. Salah satu distributor Hyundai untuk wilayah Jawa Timur adalah PT. Hyundai Mobil Indonesia cabang HR. Muhammad Surabaya.

PT. HMI sebagai distributor resmi di wilayah Jawa Timur terletak di jalan HR. Muhammad no.28 Surabaya. PT. HMI ingin terus memperkenalkan produknya ke masyarakat serta membuktikan bahwa meskipun termasuk merek mobil baru tetapi Hyundai tidak kalah bersaing dengan mobil merk yang lain. Di Indonesia, banyak orang belum bisa menerima keberadaan mobil dari Korea, oleh sebab itu Hyundai terus meningkatkan promosi dan pelayanan baik dari tenaga penjual maupun fasilitasnya. PT. HMI Surabaya juga melayani penjualan, perawatan, dan penjualan suku cadang, sehingga memudahkan pemakai mobil merk Hyundai dalam mencari suku cadang serta merawat mobilnya.

Adapun keterkaitan dengan kasus yang kami pelajari tentang pola baku kerja salesman dilihat dari penjualan mobil merk Hyundai menurun dari tahun 2003-2005 dan semakin meningkatnya persaingan penjualan mobil dengan merk lain. Maka kami memfokuskan pada pola baku kerja salesman yang mana kurang efektif dalam menjalankan tugasnya. Hal ini berpengaruh terhadap volume penjualan mobil yang semakin menurun.

Pada kasus ini penulis akan mempelajari, menganalisa, dan memberikan rekomendasi serta saran kepada PT.HMI cabang HR. Muhammad Surabaya mengenai pola baku kerja *salesman* dalam meningkatkan volume penjualan mobil merk Hyundai di daerah Jawa Timur.