

**PROSEDUR MONITORING PENGIRIMAN STOK UNIT BARU PADA
ADMIN UNIT PT. ASTRA INTERNASIONAL, TBK. TSO AUTO 2000
RADEN INTAN LAMPUNG**

(LAPORAN AKHIR)

Disusun Oleh:

Irdaliana

2001071034



**PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
TAHUN 2023**

ABSTRAK

PROSEDUR MONITORING PENGIRIMAN STOK UNIT BARU PADA ADMIN UNIT PT. ASTRA INTERNASIONAL, TBK. TSO AUTO 2000 RADEN INTAN BANDAR LAMPUNG

Oleh

Irdaliana

PT. Astra Internasioanl, Tbk Auto 2000 Raden Intan cabang Tanjung Karang merupakan perusahaan tempat penjualan resmi bagi mobil yang bermerek Toyota. Pada masa sekarang ini khalayak menginginkan produk yang mereka butuhkan dengan mudah didapatkan, cepat dan efisien. Dalam Auto 2000 Raden Intan mereka selalu berusaha meningkatkan pelayanan dengan baik, selalu memperbarui proses-proses pelayanannya seperti proses pengiriman kendaraan unit baru. Dalam proses ini masih ada kendala atau terdapat masalah yaitu masalah waktu tunggu atau *inden*, untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pengiriman unit baru ke konsumen sudah berjalan dengan baik atau belum baik.

Penelitian ini menggunakan dasar teori bauran pemasaran yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana produk tersebut direncanakan untuk dipasarkan, bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, sumber daya manusia, bukti fisik (*Physical evidence*), dan proses. Serta ada manajemen distribusi untuk mengetahui alur distribusi yang digunakan PT. Astra Internasional, Tbk TSO Auto 2000 Raden Intan dalam melakukan pengiriman kendaraan unit baru kepada *customer*.

Desain penelitian yang di gunakan yaitu deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan sebuah penelitian yang bertujuan untuk menjalankan dan menceritakan kejadian pada objek penelitian. Analisis kualitatif adalah metode analisis data yang digunakan untuk membahas permasalahan yang ada dengan menggunakan pendekatan teori yang fokus pada penyaluran atau pendistribusian.

Kata Kunci : Prosedur dan Pengiriman

**PROSEDUR MONITORING PENGIRIMAN STOK UNIT BARU PADA
ADMIN UNIT PT. ASTRA INTERNASIONAL, TBK. TSO AUTO 2000
RADEN INTAN LAMPUNG**

Oleh:

IRDALIANA

Laporan Akhir

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar

AHLI MADYA (A.Md)

Pada

Program Studi DIII Manajemen Pemasaran

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



**PROGRAM DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
TAHUN 2023**

Judul Laporan Akhir

**: PROSEDUR MONITORING PENGIRIMAN
STOK UNIT BARU PADA ADMIN UNIT PT.
ASTRA INTERNASIONAL, TBK. TSO AUTO
2000 RADEN INTAN LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

: Irdafiana

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2001071034

Program Studi

: DIII Manajemen Pemasaran

Jurusan

: Manajemen

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis



Menyetujui

Pembimbing Laporan Akhir

Mengetahui

Ketua Program Studi

DIII Manajemen Pemasaran

Aida Sari, S.E., M.Si.

NIP 19620127 198703 2 003

Dr. Dorothy RH Pandjaitan, S.E., M.Si

NIP 19810126 200801 2 011

HALAMAN PENGESAHAN

1. Tim Penguji

Ketua Penguji : Aida Sari, S.E., M.Si.

Penguji Utama : Dr. Roslina, S.E., M.Si.

Sekretaris : Nindytia Puspitasari Dalimunthe S.E., M.Sc

2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.

NIP 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Laporan Akhir : 15 Juni 2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul:

PROSEDUR MONITORING PENGIRIMAN STOK UNIT BARU PADA ADMIN UNIT PT. ASTRA INTERNASIONAL, TBK. TSO AUTO 2000 RADEN INTAN LAMPUNG.

Yang telah diajukan untuk diuji adalah hasil karya sendiri.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam laporan akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik laporan akhir yang saya ajukan ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain namun mengakui seolah-olah sebagai hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia untuk dibatalkan gelar atau ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Lampung.

Bandar Lampung, 15 Juni 2023

Pernyataan



Irdaliana

Npm 2001071034

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Jl. Ikan Kembung No.27 Gudang Agen Pelabuhan Teluk Betung Selatan Kota Bandar Lampung pada tanggal 15 juli 2002. Buah hati dari pasangan Bapak Irwan Darmawan Hs dan Ibu Yuliana. Penulis adalah anak pertama dari empat bersaudara. Penulis telah menyelesaikan pendidikan di pendidikan taman kanak – kanak di selesaikan di TK Perkemas Bandar Lampung pada tahun 2007. Pendidikan sekolah dasar diselesaikan di SD Negeri 1 Pesawahan Bandar Lampung pada tahun 2014. Lanjut sekolah tingkat pertama diselesaikan di SMP Negeri 6 Bandar Lampung pada tahun 2017. Kemudian melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Atas diselesaikan di SMA Negeri 11 Bandar Lampung pada tahun 2020.

Pada tahun 2020 penulis di terima sebagai mahasiswi di Universitas Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan Jurusan Manajemen pada program Diploma III Pemasaran. Pada awal tahun 2023 penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama 40 hari yang bertempat di PT Astra Internasional, Tbk. TSO Auto2000 Raden Intan Lampung.

Selama menjadi mahasiswa penulis mengikuti kegiatan kampus sebagai anggota Himpunan Mahasiswa Manajemen Universitas Lampung.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat, nikmat, dan kesempatan dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik. Segala ketulusan dan kerendahan hati, karya ini ku persembahkan sepenuhnya untuk kedua orang tua ku yang hebat, yaitu Bapak Irwan Darmawan Hs dan Ibu Yuliana, terima kasih atas segala doa dan dukungannya. Terima kasih untuk segala kasih sayang dan segala bimbingan yang telah kedua orang tuaku berikan sehingga saya dapat menjadi anak yang terus semangat dan pantang menyerah sampai saat ini. Terima kasih atas segala nasihat, kasih sayang, semangat, dan doa-doa terbaik yang dipanjatkan kalian. Semoga kebahagiaan yang saya dapatkan hari ini dan seterusnya dapat membuat kedua orang tuaku selalu bahagia.

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

(Q.S Ar-Ra’d: 11)

Mengetahui baik atau tidaknya diri kita adalah diri kita sendiri, dengan cara menjalani hidupnya ini adalah bagaimana diri kita sendiri yang mengetahui harus bagaiamananya.

Karena kita adalah Insan untuk diri kita sendiri.

(Irdaliana)

SANWACANA

Bismillahirrohmanirrohim

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmat syukur tiada terukur sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir. Sholawat serta salam tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya di akhir kelak.

Laporan akhir ini sebagai hasil akhir Kerja Praktik di PT Astra Internasional, Tbk. TSO Auto2000 Raden Intan. Laporan akhir ini berjudul **“Prosedur Monitoring Pengiriman Stok Unit Baru Pada Admin Unit PT. Astra Internasional, Tbk. TSO AUTO 2000 Raden Intan Lampung”**. Laporan akhir ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan meraih gelah Ahli Madya (A.Md.) Program Studi Diploma III Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan akhir ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu segala keterbatasan penulis mohon dapat dimaklumi dan menjadi pembelajaran untuk karya-karya yang lebih baik. Atas segala doa, dorongan, dan bimbingan yang telah diberikan, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Aripin Ahmad, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Ribhan, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

4. Ibu Dr. Dorothy Rusly Pandjaitan, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
5. Ibu Aida Sari, S.E., M.Si. selaku pembimbing dalam penyusunan laporan akhir ini, terima kasih banyak telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam menyelesaikan laporan akhir ini.
6. Ibu Dwi Asri Siti Ambarwati, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Akademik (PA) yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama menjadi mahasiswa D3 Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
7. Ibu Dr. Roslina, S.E., M.Si. selaku Penguji Utama Ujian Komprehensif yang telah bersedia membimbing penulis selama menyelesaikan laporan akhir ini.
8. Ibu Nindytia Puspitasari, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Ujian Komprehensif yang telah bersedia membimbing penulis selama menyelesaikan laporan akhir ini.
9. Seluruh Dosen beserta Staf dan Karyawan Program Studi D III Pemasaran atas segala ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan serta dukungan secara langsung maupun tidak langsung selama penulis menjadi mahasiswa di Universitas Lampung.
10. Kepada kedua orang tuaku yang tercinta. Bapak Irwan Darmawan Hs dan Ibu Yuliana yang selalu memberikan nasihat, bimbingan, serta kepada adik-adikku Isna Maulida, Muhammad Alfarizi, dan Indah Rahma, yang selalu memberikan semangat, dukungan, doa dan kasih sayang dalam menyelesaikan laporan akhir ini.
11. Pimpinan dan seluruh Karyawan PT. Astra Internasional, Tbk. TSO Auto 2000 Raden Intan yang sudah menerima penulis melakukan penelitian, memberikan pengalaman, bantuan dan semangat selama kegiatan penelitian. Terima kasih kepada Pak Farid, Pak Agus Herman Himawan,

Bang Doni Hastomo, Bang Ervin, dan Bang Agusta yang sudah membimbing saya selama melakukan Kerja Praktik.

12. Untuk bestieku Adelia Destriani terima kasih sudah menemaniku selama proses bimbingan dan menyelesaikan laporan akhir.
13. Untuk teman-teman seperjuangan D3 Pemasaran 2020 terima kasih sudah memberi semangat, dukungan dan pengalaman berkuliah selama 3 tahun ini. Semangat buat kalian semua teman-temanku.
14. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan laporan akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
15. Almamater tercinta Universitas Lampung yang menjadi identitas selama masa studi.

Semoga Allah SWT selalu meridhoi setiap langkah dan melimpahkan rahmat-Nya kepada mereka semua atas jasa-jasanya dan semoga laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bandar Lampung, 15 Juni 2023

Penulis

Irdaliana

NPM. 2001071034

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
COVER DALAM	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	ix
SANWACANA	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penulisan Laporan Akhir	8
1.4 Manfaat Penelitian Laporan akhir	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Prosedur	10
2.2. Pengertian Manajemen.....	10
2.3. Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.4. Pengertian Proses	11
2.5. Pengertian Monitoring	11

2.6. Pengertian Distribusi	12
2.7. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	14
2.8. Konsep Analisis Dan Perancangan	15

BAB III METODE DAN PENYELESAIAN

3.1. Desain Penelitian.....	18
3.2. Jenis Dan Sumber Data	18
3.3. Metode Pengumpulan Data	19
3.4. Objek Kerja Praktik.....	20

BAB IV PEMBAHASAN

4.1. Hasil Pembahasan Menggunakan Teori Bauran Pemasaran	30
4.2 Proses Pengiriman Unit (Delivery Order).....	33

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	44
5.2. Saran.....	46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Proses Waktu Tunggu atau Inden PT. Astra Internasional, Tbk. Toyota Sales Operation Auto2000 Raden Intan Lampung.	4
Tabel 3.1 Jadwal Waktu Kerja Praktik di PT Astra Internasional Tbk. Auto2000 Raden Intan.	20
Tabel 4.1 Proses Billing Unit PT. Astra Internasional, Tbk. TSO Raden Intan Bandar Lampung	35
Tabel Analisis SOP dengan Praktek Di Lapangan.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo PT Astra Internasional Tbk. Auto2000	20
Gambar 3.2 PT Astra Internasional Tbk. Auto2000 Raden Intan	20
Gambar 3.3 Struktur Organisasi PT. Astra Internasional Tbk. Auto2000 Raden Intan.....	23

DAFTAR LAMPIRAN

Regist Leasing	49
Buku Penjualan/Tagihan	49
Surat Pemesanan Kendaraan	50
Surat AFI.....	50
Surat DO (Delivery Order)	50
Kuitansi	50
Buku Pengambilan SPK.....	51
Surat BSTK/BSTB	51
Struktur Organisasi Sales TSO Raden Intan	52
Form Tagihan	52
Dokumentasi	53

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dan perkembangan dalam bidang industri maupun jasa sampai pada saat ini pesat. Hal ini menimbulkan persaingan antar perusahaan dalam memberikan pelayanan yang terbaik pada konsumen dalam hal kualitas barang maupun jasa, yang meliputi hasil produksi dan pelayanan yang terbaik kepada para konsumen. Maka perusahaan harus bisa sekuat tenaga menggunakan sumber daya manusia dengan seefektif dan seoptimal mungkin agar para konsumen dapat loyal kepada perusahaan tersebut.

Perusahaan memiliki berbagai macam-macam tujuan. Ada yang berpendapat dengan tujuan perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya, dan ada yang berpendapat perusahaan juga harus meningkatkan nilai perusahaan demi untuk kemakmuran pemilikinya. Dinyatakan makmur jika pemegang saham memperoleh keuntungan dari setiap lembar atas investasi yang ditanam, keuntungan yang diperoleh antara lain berasal dari laba perusahaan dan berasal dari peningkatan harga saham bursa efek. Maka nilai perusahaan yang semakin meningkat dan kemakmuran pemegang saham juga semakin meningkat.

PT. Astra Internasional, Tbk merupakan salah satu perusahaan besar di Indonesia yang bergerak dibidang agrobisnis, pemasaran, otomotif, dan lain-lain. Di bagian otomotif meliputi penjualan, suku cadang (sperepart) dan melayani service mobil, Serta di bagian administrasi unit terdapat pengolahan data pembelian mobil melalui para *sales*. Kemampuan perusahaan dalam mengoperasikan dapat dilihat dalam kinerja yang diperoleh yaitu dengan

melalui laporan keuangan yang berisi tentang data-data keuangan yang terdapat pada sebuah after sales. Salah satunya PT. Astra Internasional, Tbk. Auto 2000 cabang Raden Intan di Kota Bandar Lampung merupakan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif di bawah naungan PT. Astra Internasional. Yang berdiri sebagai perusahaan yang bertaraf Internasional, Auto 2000 diharapkan mampu memberikan sebuah pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan. Pelayanan yang diberikan tidak hanya pada penjualan mobil dan suku cadang, juga mengutamakan pelayanan pada service kendaraan, dan dapat menjalankan operasional sesuai SOP, ketentuan dan *Good Corporate Governance* (GCG). Untuk memberikan sebuah pelayanan yang terbaik semua karyawan diberi Training atau Pelatihan agar menghasilkan etos kerja dan motivasi yang tinggi pada karyawan-karyawan.

Fokus pada penelitian ini adalah pada sebuah proses atau prosedur. Dalam penelitian ini berfokus pada proses monitoring pengiriman unit baru pada perusahaan Auto 2000 ini di lakukan untuk selalu meningkatkan, mengembangkan, dan memperbaiki kualitas pelayanan yang dilakukan perusahaan, salah satu yang menjadi kunci kesuksesan dan keberhasilan perusahaan adalah dengan memberikan pelayanan pelanggan dengan baik.

Penelitian ini dilakukan di PT. Astra Internasional, Tbk. Toyota Auto2000 Cabang Raden Intan. Pentingnya pelaksanaan pelatihan atau training sangat berperan penting di PT. Astra Internasional, Tbk. Toyota Auto2000 yang bergerak dalam bidang Administrasi Unit dan Administrasi Service. Sehingga peneliti ingin mengetahui apakah dengan adanya prosedur seperti apa cara menyelesaikan proses monitoring pengadaan stock unit baru untuk *customer* atau pelanggan.

Auto2000 merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa, maka harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik atau *service excellent* untuk dapat memenangkan persaingan yang semakin hari semakin kompetitif pada masing-masing perusahaan.

Keinginan masyarakat sekarang sangat berkembang, karena semuanya ingin

instan dan mudah jadi setiap perusahaan mau tidak mau harus selalu berkreasi dan berinovasi menciptakan ide baru dalam melayani serta membuat produk untuk pelanggan agar pelanggan terus membeli produk perusahaan tersebut. Pada perusahaan seperti Auto2000 Raden Intan yang sudah terbukti kualitas pelayanannya terhadap pelanggan, terus menerus berinovasi selalu mencari ide-ide baru untuk menambah pelayanannya terhadap konsumennya. Salah satunya ada dalam proses pengiriman unit baru (*Delivery Order*).

Dalam proses *delively order* ini pada perusahaan Auto2000 cabang Raden Intan setiap tahun selalu ada perubahan, perusahaan selalu memikirkan bagaimana cara memudahkan *customer* dalam pembelian unit baru dan menerima unit baru yang dibelinya.

Dalam penelitian ini akan memaparkan tentang proses atau prosedur pengiriman unit baru pada perusahaan Auto2000 cabang Raden Intan dari awal membeli hingga unit ada di tangan pelanggan. Masalah umum yang ada di setiap otomotif, khususnya untuk unit penjualannya yaitu proses pengiriman unit kepada pelanggan seringkali mengalami waktu tunggu yang sedikit lama dan inden. Maka hal itu juga merupakan masalah yang di alami Auto 2000 Raden Intan Lampung.

Pada saat sekarang ini dalam bisnis kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kualitas perusahaan karena pada saat sekarang ini masyarakat banyak yang sudah memahami apa arti sebuah pelayanan yang baik. Masyarakat sekarang ini bukan hanya lebih konsumtif tetapi menjadi lebih cerdas, masyarakat sudah mengerti apa saja yang bisa di dapatkan dalam membeli sebuah produk dan selalu berharap untuk mendapatkan lebih dari sekedar kegunaan produk tersebut.

Tabel 1.1 Proses Waktu Tunggu atau Inden PT. Astra Internasional,Tbk.
Toyota Sales Operation Auto2000 Raden Intan Lampung.

- **CBU (Completely Build Up)**

Asal Barang/Unit	Tipe Barang/Unit	Keterangan
Thailand	1. Hilux 2. All New Vios	Waktu Tunggu atau Inden yang diperlukan 2 bulan, Karena Pengambilan unit ini adalah <i>CBU(Completely Build Up)</i> yang dimana pengambilan dari luar indonesia atau pengambilan import.
Jepang	1. Land Cruiser 2. Ft 86 3. GR Supra 4. Alphard 5. Vellfire 6. Voxy 7. Camry 8. Corolla Altis 9. CHR 10. Corolla Cross 11. BZ4X 12. Hiace	Waktu Tunggu atau Inden yang diperlukan 3 bulan lebih, Karena Pengambilan unit ini adalah <i>CBU(Completely Build Up)</i> yang dimana pengambilan dari luar indonesia atau pengambilan import.

1. KEBIJAKAN PRODUK

Menurut Kotler dan Keller (2009)

Mendefinisikan produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, pengalaman, jasa, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide.

Produk merupakan unsur yang penting karena dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, produk yang di jual oleh PT. Astra Internasional, Tbk. TSO Auto 2000 Raden Intan adalah mobil, jasa, body repair, dan pelayanan service.

2. KEBIJAKAN HARGA

Menurut Kotler dan Keller (2007)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pembeli untuk memperoleh produk. Harga merupakan unsur terpenting kedua dalam bauran pemasaran setelah produk dan merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan, sedangkan unsur-unsur lainnya merupakan pengeluaran biaya saja. Keputusan – keputusan mengenai harga mencakup tingkat harga, keinginan periode pemasaran, potongan harga, dan rencana iklan yang dibuat oleh produsen.

3. KEBIJAKAN PROMOSI

Dalam hal kegiatan promosi tidak dapat lepas dari kegiatan pemasaran barang atau perusahaan jasa, perusahaan harus bisa memilih bentuk promosi yang tepat bagi produk yang dipasarkan atau dijual. Promosi yang baik diharapkan dapat mempertahankan dan mendorong sebuah peningkatan penjualan.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Auto2000 Raden Intan Bandar Lampung dalam meningkatkan penjualan adalah:

1. Mengadakan acara gettering atau acara makan malam yang diadakan perusahaan dengan mengundang para konsumen, acara gettering ini setiap bulannya.
2. Penyebaran brosur.
3. Melalui adanya pameran seperti diadakan pameran di Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.
4. Melalui bulletin.

4. KEBIJAKAN TEMPAT

Kebijakan dalam tempat penjualan unit mobil dan pelayanan service Auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung bertempat di Jl. Raden Intan No. 61A Bandar Lampung. Sistem distribusi yang digunakan oleh Auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung adalah sistem langsung dan tidak langsung, pada distribusi langsung adalah apabila ketika unit baru sudah berada ditempat atau ada di perusahaan unit baru akan segera di pindah tangan ke pelanggan.

5. ORANG

Auto2000 Raden Intan Bandar Lampung memiliki sumber daya manusia sudah terlatih dan mahir di bidang masing-masing, memiliki kedisiplinan dan cara kerja yang cepat, tepat dan efisien. Terbukti dari awal penyaringan penerimaan karyawan apabila ada pembukaan lowongan kerja banyak tahap-tahap tes yang harus di lakukan, semua itu dilakukan supaya mendapatkan kualitas pada sumber daya manusia yang baik.

PT. Astra Internasional, Tbk. TSO Auto2000 Raden Intan Bandar Lampung juga memberikan pelatihan supaya karyawan yang baru memiliki tujuan yang selaras dengan perusahaan serta memiliki kemahiran di suatu bidang yang akan di kerjakan, karena PT. Astra Internasional, Tbk. Sangat menuntut kualitas yang baik karena hal kecil seperti sumber daya manusia dapat

mencitrakan kualitas dari perusahaan.

6. BUKTI FISIK

Bukti fisik dari produk dan tata ruang dari perusahaan akan mempengaruhi penilaian konsumen dalam pembelian sebuah produk yang ditawarkan. Fasilitas fisik Auto2000 Raden Intan Bandar Lampung yang disediakan untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan yang melakukan servis. Indikator dari bukti fisik dalam penelitian ini, seperti penampilan karyawan yang bersih dan rapih, peralatan bengkel yang lengkap, kenyamanan, dan kebersihan ruang tunggu serta letak perusahaan yang strategis.

7. PROSES

Proses adalah gabungan dari semua kegiatan, umumnya terdiri dari prosedur, mekanisme, jadwal dan hal-hal rutin, dimana produk dan jasa dihasilkan dan disampaikan kepada pelanggan. Dalam penelitian ini akan membahas bagaimana proses pengiriman unit baru pada Auto2000 Raden Intan Bandar Lampung.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas pada tabel 1.1 Proses Waktu Tunggu atau Inden PT. Astra Internasional,Tbk. Toyota Sales Operation Auto2000 Raden Intan Lampung, dalam penelitian laporan akhir ini penulis tertarik untuk mengetahui tentang prosedur proses pengiriman unit baru ke pelanggan (*Delivery Order*) pada admin unit yang terjadi pada Toyota Auto2000 Raden Intan Lampung karena terdapat masalahnya yaitu masih ada kendala atau terdapat masalah yaitu masalah waktu tunggu atau *inden* pada pelanggan. Sehingga penulis tertarik membuat laporan akhir berjudul **“PROSEDUR MONITORING PENGIRIMAN STOK UNIT BARU PADA ADMIN UNIT PT. ASTRA INTERNASIONAL,TBK. TSO AUTO 2000 RADEN INTAN LAMPUNG.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah utama yang terkait dalam identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah dalam proses pengiriman unit baru ke konsumen ini masih ada kendala atau terdapat masalah yaitu masalah waktu tunggu atau *inden*, untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses pengiriman unit baru ke pelanggan (*Delivery Order*) pada admin unit yang terjadi pada Toyota Auto2000 Raden Intan Lampung untuk *customer* atau pelanggan dan apakah prosedur sudah berjalan dengan baik atau belum?

1.3 Tujuan Penulisan Laporan Akhir

Berdasarkan permasalahan tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara penyelesaian langkah-langkah proses pengiriman unit baru pada PT Astra Internasional Tbk – Toyota Sales Operation (AUTO2000) cabang Raden Intan.

1.4 Manfaat Penelitian Laporan akhir

1. Bagi Penulis

- a. Penelitian ini sebagai tempat memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengalaman dan pengetahuan pada dunia perusahaan.
- b. Melatih mahasiswa untuk berinterkasi, beradaptasi, dan bekerjasama dengan orang lain di dunia pekerjaan.
- c. Mendapatkan pengetahuan keterampilan, cara bersikap, serta pola tingkah laku yang diperlukan untuk menjadi seorang pekerja atau karyawan yang profesional dan bertanggung jawab.
- d. Penelitian ini untuk menambah ilmu dan pengetahuan serta informasi yang dipergunakan dalam penulisan penelitian ini.

e. Dapat menerapkan apa yang sudah dipelajari dan pengetahuan akademis yang didapatkan di perkuliahan, khususnya di bidang pemasaran yang dilaksanakan langsung di Toyota Auto2000 Raden Intan Lampung.

2. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unila

a. Penelitian ini sebagai sarana untuk memberikan informasi yang berharga dan dapat digunakan sebagai sumber bacaan atau literasi untuk penelitian selanjutnya.

b. Menjalin kerjasama dan mendapatkan umpan balik untuk menyempurnakan kurikulum sesuai dengan yang dibutuhkan di lingkungan perusahaan sehingga dapat mewujudkan konsep dalam meningkatkan kualitas layanan bagi dunia kerja.

c. untuk memperkenalkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unila serta prodinya kepada khalayak banyak dan menunjukkan kualitas mahasiswa Universitas Lampung.

3. Bagi Perusahaan

a. Perusahaan dapat melakukan tanggungjawab sosialnya karena telah memberi sebuah kesempatan kepada mahasiswa untuk melakukan praktik kerja lapangan.

b. Penelitian ini menyiapkan sumber daya manusianya yang baik dan siap bekerja untuk perusahaan.

c. Penelitian ini sebagai sarana penghubung kerjasama antara instansi dengan lembaga pendidikan, penelitian, dan pengembangan.

d. Dapat menjalin hubungan yang teratur, sehat dan dinamis antara perusahaan dengan lembaga Universitas, serta menumbuhkan hubungan kerja sama yang saling menguntungkan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. PENGERTIAN PROSEDUR

Menurut Zaki Baridwan (2011:30), Prosedur merupakan suatu urutan-urutan pekerjaan kerani (*clerical*), biasanya melibatkan beberapa orang dalam suatu bagia atau lebih, disusun unutk menjamin adanya perlakuan yang seragam terhadap transaksi-transaksi perusahaan yang sedang terjadi.

2.2. PENGERTIAN MANAJEMEN

Menurut George R. Terry (Sukarna, 2011:3), Manajemen adalah pencapaian tujuan-tujuan yang telah diterapkan melalui atau bersama-sama usaha orang lain.

Manajemen sangat penting bagi setiap aktivitas individu atau kelompok dalam organisasi unutk mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen berorientasi pada proses yang berarti bahwa manajemen membutuhkan sumber daya manusia, pengetahuan, dan keterampilan agar aktivitas menjadi lebih efektif atau dapat menghasilkan tindakan dalam mencapai kesuksesan.

2.3. PENGERTIAN MANAJEMEN PEMASARAN

Pengertian pemasaran dan Pengertian manajemen pemasaran yang dikemukakan oleh beberapa pendapat para ahli, dari pendapat-pendapat tersebut kita dapat menyimpulkan secara lebih spesifik mengenai definisi pemasaran dan definisi manajemen pemasaran.

Menurut Tjiptono (2016:63), manajemen pemasaran secara keseluruhan merupakan cara perusahaan melakukan bisnis yang mempersiapkan, menentukan, dan mendistribusikan produk, jasa, dan gagasan yang dapat memenuhi kebutuhan pasar sasaran.

Menurut Kotler dan Keller (2017:6), manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik.

Menurut Assauri (2018:12), manajemen pemasaran merupakan kegiatan menciptakan, mempersiapkan, melaksanakan rencana yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

2.4. PENGERTIAN PROSES

Menurut JS Badudu (2013), Proses merupakan jalannya suatu peristiwa dari awal sampai akhir atau masih berjalan tentang suatu perbuatan, pekerjaan, dan tindakan.

Proses dapat dijelaskan sebagai suatu cara, metode, dan teknik bagaimana sesungguhnya sumber-sumber (tenaga kerja, mesin, bahan, dan dana) yang ada diperbarui untuk memperoleh suatu hasil. Maka dapat disimpulkan bahwa proses manajemen adalah proses dalam menjalankan pengaturan, pengelolaan, dan pengendalian suatu kegiatan, yang dimana proses manajemen ini sering diterapkan dalam suatu perusahaan supaya dapat menjalankan suatu bisnis dengan baik.

2.5. PENGERTIAN MONITORING

Menurut Dr. Harry Hikmat (2010), monitoring adalah proses pengumpulan dan analisis informasi berdasarkan indikator yang ditetapkan secara sistematis dan berkelanjutan tentang kegiatan sehingga dapat dilakukan tindakan koreksi untuk melengkapi kegiatan itu selanjutnya. Monitoring adalah pengawasan yang dapat dijelaskan sebagai kesadaran tentang apa yang ingin diketahui, pengawasan berkadar tingkat tinggi dilakukan agar

dapat membuat pengukuran melalui waktu yang menunjukkan pergerakan ke tujuan atau menjauh dari itu. Monitoring akan memberikan informasi tentang status dan kecenderungan bahwa pengukuran akan dievaluasi yang diselesaikan berulang dari waktu ke waktu, pengawasan pada umumnya bertujuan untuk memeriksa terhadap proses berikut objek atau mengevaluasi situasi menuju tujuan hasil manajemen. Monitoring adalah proses rutin pengumpulan data dan pengukuran kemajuan atas objektif program.

2.6. PENGERTIAN DISTRIBUSI

Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), Distribusi adalah penyaluran (pembagian, pengiriman) kepada beberapa orang atau ke beberapa tempat.

Distribusi adalah suatu proses penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dari para pemakai, sewaktu dan dimana barang atau jasa tersebut diperlukan. Proses distribusi tersebut pada dasarnya menciptakan faedah (*utility*) waktu, tempat, dan pengalihan hak milik.

Dalam menciptakan ketiga faedah tersebut, terdapat dua aspek penting yang ada di dalamnya, yaitu lembaga yang berfungsi sebagai saluran distribusi (*channel of distribution / marketing channel*), aktivitas yang menyalurkan bentuk arus fisik barang (*physical distribution*).

2.6.1. TUJUAN DISTRIBUSI

Adapun tujuan distribusi adalah sebagai berikut:

- a. Menyampaikan barang dan jasa dari produsen ke konsumen.
- b. Mempercepat sampainya hasil produksi ke tangan konsumen.
- c. Tercapainya pemerataan produksi.
- d. Menjaga kontinuitas produksi.
- e. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi.

f. Meningkatkan nilai guna barang dan jasa.

2.6.2. SALURAN DISTRIBUSI

Menurut Kotler (2007) mengatakan bahwa, saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.

Saluran distribusi memiliki elemen dalam proses distribusi, yaitu perantara yang dimaksud adalah pengecer (pedagang perantara) dan pedagang grosir (agen perantara).

Ada beberapa tipe saluran yang dapat dijual. Biasanya alternatif saluran tersebut didasarkan pada golongan barang konsumsi dan barang industri.

1. Barang konsumsi adalah barang-barang yang dibeli untuk dikomunikasikan. Pembeliannya yang didasarkan atas kebiasaan membeli dari konsumen. Jadi pembelinya adalah konsumen akhir, bukan pemakai industri karena barang-barang tersebut tidak diproses lagi.
2. Barang industri adalah barang-barang yang dibeli untuk diproses lagi atau untuk kepentingan dalam industri. Jadi pembeli barang industri ini adalah perusahaan, lembaga, atau organisasi, yang termasuk non laba. Berdasarkan pengertian diatas, maka halnya pupuk itu digolongkan kedalam golongan barang industri, karena pupuk dibeli petani bukan untuk dikonsumsi tetapi untuk digunakan dalam produksi pertaniannya.

Dibawah ini dideskripsikan beberapa tipe saluran untuk barang konsumsi dan barang industri.

a. Tipe saluran untuk barang konsumsi

- Saluran 1 : Produsen – Konsumen

- Saluran 2 : Produsen – Pedagang eceran – Konsumen
- Saluran 3 : Produsen – grosir – pengecer – Konsumen
- Saluran 4 : Produsen – grosir – pedagang besar – pengecer – konsumen

b. Tipe saluran untuk barang industri

- Saluran 1 : Produsen – Pemakai industri
- Saluran 2 : Produsen – Distributor industri – Pemakai industri
- Saluran 3 : Produsen – Agen – Distributor industri – Pemakai industri
- Saluran 4 : Produsen – cabang penjualan produsen – distributor industri – pemakai industri

2.7. KONSEP ANALISIS DAN PERANCANGAN

2.7.1 ANALISIS SISTEM

Analisis sistem adalah sebuah istilah yang secara kolektif mendeskriptifkan fase-fase awal pengembangan sistem. Analisis sistem adalah teknik pemecahan masalah yang menguraikan bagian-bagian komponen dengan mempelajari seberapa baik bagian-bagian komponen tersebut bekerja dan berinteraksi untuk mencapai tujuan perusahaan.

2.7.2 ANALISIS SISTEM INFORMASI

Sebuah fase pengembanaan dalam pembangunan sistem informasi yang utamanya difokuskan pada masalah dan persyaratan bisnis atau perusahaan, terpisah dari teknologi apapun yang akan digunakan untuk mengimplementasikan solusi atau penyelesaian terhadap masalah pada perusahaan.

2.7.3 ANALISIS TERSTRUKTUR

Salah satu pendekatan formal pertama untuk analisis sistem informasi. Analisis ini terfokus pada aliran data dan proses bisnis dan perangkat lunak. Analisis ini merupakan proses oriented, Analisis terstruktur sederhana dalam sebuah konsep. Para peneliti mendeskripsikan serangkaian proses dalam bentuk diagram alir data atau tabel basis data yang mendeskripsikan proses yang ada atau diusulkan bersama-sama dengan input, output, dan file-file sebuah perusahaan.

2.7.4 PERANCANGAN

Perancangan merupakan penentuan proses dan data yang diperlukan oleh sistem baru. Adapun manfaat pada tahap perancangan sistem ini ini memberikan deskriptif rancangan yang lengkap sebagai pedoman bagi program dalam mengembangkan aplikasi yang sesuai dengan komponen sistem yang dikomputerisasikan, maka yang harus digambar dalam tahap ini mencakup *hardware* atau *software*, *database* dan aplikasi.

Menurut Soetam Rizky (2011 : 140), perancangan adalah sebuah proses untuk menggambarkan sesuatu yang akan dikerjakan dengan menggunakan teknik yang bervariasi serta didalamnya melibatkan deskripsi mengenai komponen dan juga keterbatasan yang akan dialami dalam proses pengerjaannya.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas bisa disimpulkan bahwa perancangan adalah tahapan setelah analisis sistem yang bertujuan untuk menghasilkan rancangan yang memenuhi kebutuhan yang sudah ditentukan selama tahap menganalisis.

2.8. BAURAN PEMASARAN (Marketing Mix)

Salah satu strategi yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran terhadap perusahaan adalah bauran pemasaran yang didefinisikan oleh Kotler dan Amstrong (2012) bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemarkar yang

digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaannya di pasar sasaran. Menurut Ririn dan Mastuti (2011) bauran pemasaran atau marketing mix merupakan tools bagi pemasar yang berupa program pemasaran yang mempertajam segmentasi, targeting, dan positioning agar sukses.

Dari definisi-definisi di atas dapat dijelaskan bahwa bauran pemasaran merupakan variabel-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan tanggapan yang diharapkan dari pasar sasaran.

1. PRODUK (*product*)

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan, produk-produk yang dipasarkan meliputi jasa, barang fisik, pengalaman, tempat, property, organisasi dan gagasan. Atribut produk meliputi variasi produk, kualitas, desain, fitur, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi dan imbalan.

2. HARGA (*price*)

Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan yang lain menghasilkan biaya (*cost*). Perlengkapan harga meliputi daftar harga, diskon, potongan harga khusus, periode pembayaran, dan syarat kredit.

3. PROMOSI (*promotion*)

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen supaya melakukan pembelian produk. Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pasar sasaran untuk membelinya.

4. TEMPAT (*place*)

Tempat didefinisikan sebagai aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan pelanggan sarannya. Artinya variabel saluran distribusi atau place tidak hanya menekankan pada lokasi tersebut dicapai. Lokasi

perusahaan yang strategis merupakan kunci dari kemampuan perusahaan untuk menarik konsumen. Saluran distribusi juga meliputi cakupan layanan, pengelompokan, lokasi, persediaan dan transportasi.

5. ORANG (*people*)

Orang merupakan semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Dalam hal itu, bagian dari orang antara lain pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa. Pada suatu perusahaan jasa, orang sebagai sumber sentral karena orang yang akan melayani kebutuhan dari suatu konsumen. Dimana sumber daya manusia akan berhubungan langsung dengan konsumen. Sehingga orang sebagai salah satu elemen yang sangat penting diperhatikan.

6. KEADAAN TEMPAT

Keadaan tempat adalah hal nyata yang ikut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan. Elemen yang termasuk dalam keadaan tempat atau fasilitas fisik yaitu lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna, dan barang-barang lainnya. Selain elemen orang, sarana fisik juga perlu diperhatikan dalam perusahaan jasa, dimana dalam melayani konsumen erat hubungannya dengan sarana fisik untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

7. PROSES (*process*)

Proses merupakan semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa yang dibeli konsumen. Dimana proses dalam jasa sebagai faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti konsumen jasa akan puas merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Dalam proses ini sangat erat melibatkan antara karyawan dan konsumen.

BAB III

METODE DAN PENYELESAIAN

3.1. DESAIN PENELITIAN

Desain Penelitian ini adalah serangkaian proses yang terlibat berkontribusi dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Desain penelitian ini merupakan penelitian kualitatif.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk membuat penggambaran (deskriptif) mengenai kejadian-kejadian. Dalam hal ini penelitian deskriptif merupakan akumulasi data dasar dalam cara menggambarkan semata-mata tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan, membuat ramalan, atau mendapatkan makna, mentest hipotesis dan implikasi, walaupun penelitian yang bertujuan untuk menemukan hal-hal tersebut yang dapat mencakup juga metode-metode deskriptif.

3.2. JENIS DAN SUMBER DATA

3.2.1. DATA PRIMER

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan langsung oleh sumbernya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara oleh karyawan atau staff admin unit PT. Astra Internasional Tbk. Auto2000 Raden Intan Lampung.

3.2.2. DATA SEKUNDER

Data Sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara. Data sekunder diperoleh dari data-data perusahaan PT. Astra Internasional Tbk. Auto2000 Raden Intan Lampung serta studi pustaka yang mendukung penelitian ini.

3.3. METODE PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data yang digunakan sebagai bahan analisis penelitian dan penulisan tugas akhir adalah metode deskriptif kualitatif terhadap Prosedur Monitoring Pengiriman Stok Unit Baru Pada Admin Unit PT. Astra Internasional, Tbk. TSO AUTO 2000 Raden Intan Lampung.

3.3.1 STUDI PUSTAKA

Studi Pustaka adalah studi kepustakaan yang melakukan kegiatan untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang menjadi objek penelitian atau topik cerita yang diusung ke dalam karya tulis non ilmiah.

3.3.2 PENELITIAN LAPANGAN

a. Observasi

Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dimana suatu proses atau objek diamati, yang bertujuan untuk mengetahui atau memahami informasi berdasarkan informasi yang diketahui tentang fenomena tersebut. Analisis data yang digunakan untuk menganalisis bagaimana dan sejauh mana Prosedur Monitoring Pengiriman Stok Unit Baru Pada Admin Unit PT. Astra Internasional, Tbk. TSO AUTO 2000 Raden Intan Lampung.

b. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengetahui informasi langsung dari sumbernya. Wawancara dilakukan langsung oleh peneliti dengan pihak-pihak tertentu atau staf-staf yang ada diperusahaan PT. Astra Internasional Tbk. Auto2000 Raden Intan Lampung.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan. Selain itu, dokumentasi juga diartikan sebagai pemberian atau pengumpulan bukti dan keterangan (seperti gambar, guntingan koran, kutipan, dan bahan referensi lainnya). Dokumentasi didapatkan langsung dari hasil penelitian dan proses kerja lapangan dengan PT. Astra Internasioanl Tbk. Auto2000 Raden Intan.

3.4. OBJEK KERJA PRAKTIK**3.4.1. LOKASI DAN WAKTU KERJA PRAKTIK****a. Lokasi kerja praktik**

Penulis melaksanakan kerja praktik di PT. Astra Internasional Tbk. Auto2000 Raden Intan Lampung di Jalan Raden Intan No.61 A, kelurahan Enggal, Kecamatan Enggal, Bandar Lampung, Indonesia.

b. Waktu kerja praktik

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilakukan selama 40 hari kerja.

Dimulai pada tanggal 04 januari 2023 sampai dengan 11 februari 2023.

Tabel 3.1 Jadwal Waktu Kerja Praktik di PT Astra Internasional Tbk.

Auto2000 Raden Intan.

No.	Hari	Jam (WIB)		
		Masuk	Istirahat	Pulang
1.	Senin	08.00	12.00-13.00	16.30
2.	Selasa	08.00	12.00-13.00	16.30
3.	Rabu	08.00	12.00-13.00	16.30
4.	Kamis	08.00	12.00-13.00	16.30
5.	Jumat	08.00	12.00-13.00	16.30
6.	Sabtu	08.00	12.00-13.00	16.30

3.4.2. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.4.2.1. Profil Singkat Perusahaan



Gambar 3.1 Logo PT Astra Internasional Tbk. Auto2000

(Sumber : PT Astra Internasional Tbk. Auto2000 Raden Intan)

Auto2000 adalah jaringan penjualan, servis, perbaikan dan penyediaan suku cadang Toyota yang dikelola sepenuhnya oleh PT Astra Internasional Tbk. Toyota di Indonesia Auto2000 terkait secara komersial dengan PT Toyota Astra Motor (TAM), perwakilan

tunggal Pemegang Merek Toyota (ATPM) di Indonesia Auto2000 merupakan Dealer Resmi Toyota lainnya.



Gambar 3.2 PT Astra Internasional Tbk. Auto2000 Raden Intan
 (Sumber : PT Astra Internasional Tbk. Auto2000 Raden Intan)

Auto2000 telah berkembang pesat karena menawarkan berbagai layanan yang membuatnya sangat mudah diakses oleh calon pembeli dan pengguna Toyota. Dengan slogan “Urusan Toyota jadi mudah!”, Auto2000 selalu berusaha menjadi yang terdepan dalam pelayanan. Produk inovatif Auto 2000 seperti: THS (*Toyota Home Service*), *Express Maintenance* (servis reguler satu jam), *Express Body Paint* (perbaikan bodi tiga panel selama delapan jam). Booking service mencerminkan perhatian besar Auto2000 kepada pelanggan. Auto2000 memiliki cabang di seluruh Indonesia (kecuali Sulawesi, Maluku, Irian Jaya, Jambi, Riau, Bengkulu, Jawa Tengah, dan Yogyakarta). Selain cabang Auto2000 dengan total 89 cabang, Auto2000 juga memiliki dealer di seluruh Indonesia (disebut tidak langsung) dengan total 85 dealer. Dengan demikian, terdapat 174 cabang di seluruh Indonesia yang mewakili penjualan Auto2000. Ke-75 bengkel Auto2000 tersebut merupakan yang terbesar dan terlengkap di Asia Tenggara. Selain itu, Auto2000 memiliki 596 gudang suku cadang yang menjamin keaslian suku cadang produk Toyota. Auto2000 didirikan pada tahun 1975 sebagai Astra Motor Sales dan barulah pada tahun 1989 berganti nama menjadi Auto2000.

3.4.2.2 Visi dan Misi Auto2000

Visi dan Misi PT. Astra Internasional Tbk. Toyota Sales Operation Auto2000 untuk menjadi dealer otomotif utama di Indonesia adalah sebagai berikut :

Visi:

- Menjadi Dealer Toyota terbaik dan paling handal di Indonesia melalui proses kerja berkelas dunia.
- Menjadi perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial serta ramah lingkungan.

Misi:

- Membantu pelanggan menikmati mobilitasnya.
- Mencapai dan mempertahankan posisi *market share* nomor satu di seluruh segmen dan wilayah.
- Memberikan pengalaman terbaik dalam membeli dan memiliki kendaraan Toyota kepada pelanggan.
- Menciptakan lingkungan kinerja yang terbaik.
- Menciptakan pertumbuhan bisnis yang berkesinambungan.

3.4.2.3 Bidang Usaha Perusahaan

PT. Astra Internasional, Tbk. (Auto2000) Raden Intan beralamat di Jalan Raden Intan No.61 A, kelurahan Enggal, Kecamatan Enggal, Bandar Lampung, Indonesia.

Mulai dibuka pada tanggal 6 juni 1980. Sebagai tindak lanjuti untk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam pelayanan purna jual kendaraan Toyota, maka pada bulan november 1997 mulai dibuka cabang lagi tempat baru yang berlokasi di Jl. Raya Hajimena No.2000 Natar – Lampung Selatan.

PT. Astra Internasional, Tbk-TSO cabang Tanjung Karang bergerak dalam bidang usaha antara lain:

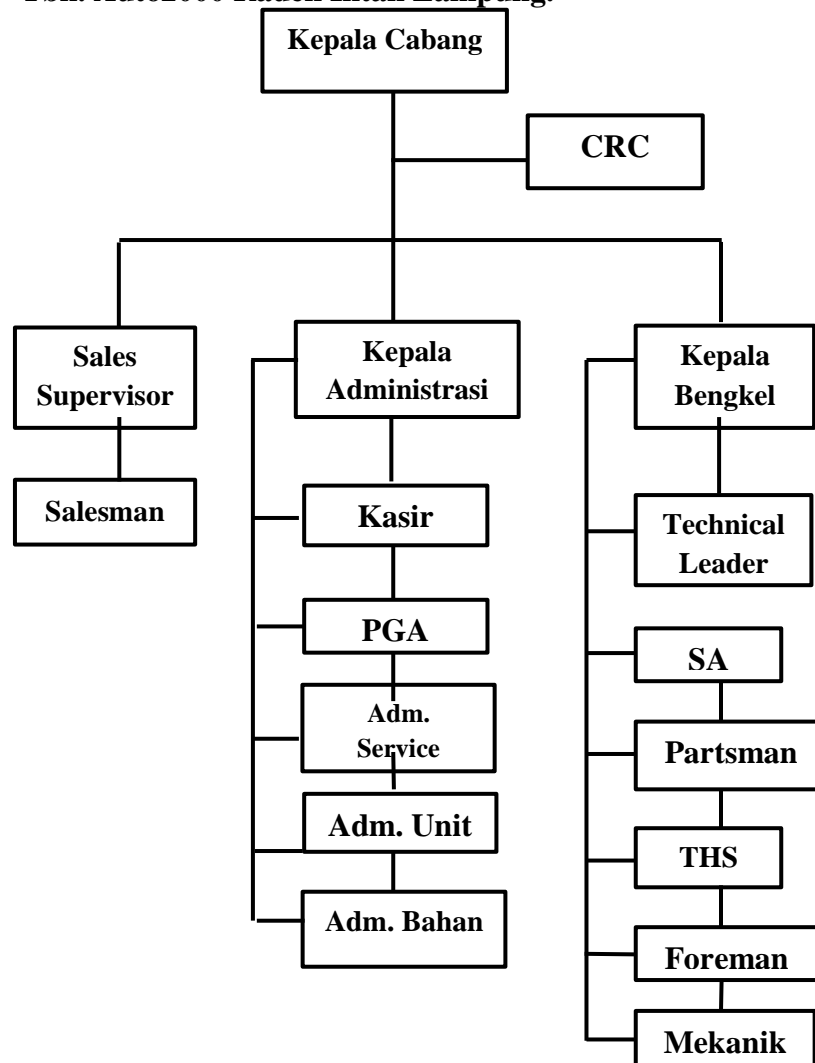
1. Penjualan kendaraan merek toyota.
2. Penyediaan suku cadang (Spare parts) kendaraan toyota.
3. Service dan pembengkelan khusus kendaraan merek toyota.

Adapun kendaraan Toyota yang di jualkan diperusahaan :

1. Kendaraan niaga (commercial cars)
Toyota Dyna, Kijang
2. Kendaraan serbaguna (general purpose cars)
Toyota Land Cruiser
3. Kendaraan penumpang (passanger cars)
Toyota Yaris, Innova, Avanza

Hingga saat ini pada tahun 2023, PT. Astra Internasional Tbk – Toyota Sales Operation mempunyai cabang sebanyak 43 cabang dengan 33 bengkel yang dilengkapi dengan peralatan modern dan memadai.

3.4.2.3 Struktur Organisasi PT. Astra Internasional Tbk. Auto2000 Raden Intan Lampung.



Gambar 3.3 Struktur Organisasi PT. Astra Internasional Tbk. Auto2000 Raden Intan.
(Sumber: PT. Astra Internasional Tbk. Auto2000 Raden Intan)

Tugas dan Tanggung Jawab pengurus PT. Astra Internasional Tbk. Auto2000 pada masing-masing bagian, antara lain:

1. Kepala Cabang
 - Membuat perencanaan strategis sesuai dengan guide line dari pusat.
 - Melakukan pengolahan cabang di bidang penjualan, administrasi dan servis serta mengoptimalkan sumber daya dalam pencapaian

target.

- Meningkatkan produktivitas/performance cabang serta kepuasan pelanggan.

2. Customer Relation Coordinator (CRC)

- Memberi masukan kepada sales supervisor dan kepala cabang bila ada suatu kendala dalam hal kelancaran update data dan hasil follow up.
- Membuat update data pelanggan, update data rencana, dan hasil follow up.

3. Kepala Administrasi

- Merencanakan promosi.
- Mengatur administrasi stok barang dan gudang.
- Mengatur masalah keuangan dan pembayaran gaji para karyawan.
- Mengatur dan mengawasi pelaksanaan kegiatan administrasi.

4. Kasir

- Menyiapkan dan melakukan aktivitas pembayaran dan penerimaan kas.
- Penyimpanan berkas dan surat berharga.
- Memposting transaksi pembayaran, pembiayaan, dan penerimaan menyerahkan lembar kuitansi bengkel yang asli.
- Menyerahkan lembar surat ijin keluar kendaraan kepada pelanggan yang telah melunasi pembayaran atau jasa servis.

5. PGA

- Memantau kinerja karyawannya.
- Fokus pada kinerja karyawan baru.

6. Sales Supervisor

- Melakukan input data, rencana aktivitas dan follow up new prospect yang didapatkan wiraniaga dari follow up data pelanggan.
- Meningkatkan dan mengontrol wiraniaga.

7. Salesman

- Melakukan kegiatan penjualan unit kendaraan sesuai target yang ditetapkan.
- Melakukan pencarian pelanggan atau customer.
- Menggali kebutuhan pelanggan akan unit yang ditawarkan.

8. Admin Unit

- Menangani surat-surat kendaraan seperti pembuatan STNK dan BPKB.
- Mencocokkan data yang terdapat dalam SPK (Surat Pesanan Kendaraan).

9. Admin Service

- Melakukan administrasi account receivables (AR).
- Melakukan kegiatan administrasi masalah perpajakan.
- Membantu melengkapi data yang dibutuhkan unit pengiriman unit.

10. Admin Bahan

- Menjaga ketersediaan bahan, material, dan oli yang dibutuhkan mekanik.
- Menerima kiriman bahan dan lain-lain yang dibutuhkan.

11. Kepala Bengkel (KABENG)

- Mengelola seluruh kegiatan bengkel dalam rangka meningkatkan mutu dan kecepatan pelayanan.
- Membuat perencanaan dan memastikan pencapaian revenue workshop, Unit Entry dan Car Return sesuai standar yang diterapkan.
- Memantau pengelolaan limbah padat, cair, dan gas di bengkel.
- Menganalisa pekerjaan Job Returns.

12. Technical Leader

- Membangun infrastruktur teknologi untuk perusahaan.
- Menjadi mentor bagi anggota tim pengembang junior.
- Memantau produktivitas tim.
- Menjalankan pengodean.
- Memperkirakan kapasitas teknis.
- Menghilangkan kemacetan produksi dan eksperimen dengan adopsi teknologi baru.

13. Service Advisor (SA)

- Melayani pelanggan atau customer, yaitu menganalisa kerusakan dan memeriksa kendaraan, serta menjelaskan hasil pemeriksaan pada pelanggan.
- Memasukkan data keluhan pelanggan atau customer mengenai kondisi kendaraan pelanggan ke komputer.

- Membuat perintah kerja bengkel (PKB).

14. Partsman

- Melakukan follow-up atas order yang telah dibuat.
- Mencatat order atau permintaan yang tidak dapat dipenuhi.
- Menerima dan memeriksa parts yang datang sesuai dengan kondisi fisik.
- Memberikan saran, usulan dan berkonsultasi dengan kepala bengkel dalam mencari solusi terhadap masalah parts.
- Melakukan sampling stock opname secara rutin.
- Melakukan transfer parts antar cabang apabila dibutuhkan.

15. Toyota Home Service (THS)

Melakukan perbaikan kendaraan atau service kendaraan yang dilakukan langsung ke rumah pelanggan.

16. Foreman

- Mendukung mekanik dalam penyediaan suku cadang dan penyediaan tools.
- Menjelaskan pada pelanggan tentang kondisi kendaraan yang sedang diperbaiki.
- Melakukan test drive terhadap kendaraan yang telah selesai diperbaiki.

17. Mekanik

- Menginformasikan kerusakan yang ditemukan diluar PKB pada foreman untuk ditindak lanjuti.
- Memeriksa ulang hasil kerjanya dan menyerahkan PKB yang telah diisi kepada kepala regu/foreman untuk diperiksa.

- Memelihara (menjaga kebersihan dan kelengkapan) peralatan kerja, menjaga kerapian dan kebersihan tempat kerjanya.
- Mengerjakan perbaikan/perawatan kendaraan sesuai perintah yang ada pada PKB, sesuai dengan standar pengerjaan dan standar K3 yang berlaku.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti menarik kesimpulan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan service pada konsumen di PT. Astra Internasional, Tbk. TSO Auto2000 Raden Intan cabang Tanjung karang di Bandar Lampung yang sudah cukup baik, diantaranya sebagai berikut :

- a. Dalam menjalankan proses prosedur monitoring pengiriman unit baru di Auto 2000 sudah melakukan dan menjalankannya proses dengan baik, akan tetapi masih terdapat kendala-kendala yang muncul seperti waktu tunggu yang terjadi yang disebabkan dengan beberapa faktor yaitu distribusi unit baru yang lama, unit baru berada di luar daerah dengan jarak yang jauh dan waktu yang lama, seperti unit baru berada di Jakarta waktu yang diperlukan untuk membawa atau mengirim mobil ke Bandar Lampung itu membutuhkan waktu 4 harian.
- b. Terdapat tidak disiplinnya para sales dalam meminta pemenuhan syarat-syarat untuk proses monitoring pengiriman unit baru yang menyebabkan pemrosesan pengiriman menjadi terhambat dan membuat para konsumen menunggu.

5.2. SARAN

1. PT. Astra Internasional dan Auto 2000 Raden Intan harus memberikan tindakan tegas terhadap kinerja para sales yang masih suka terlambat meminta kelengkapan data yang dibutuhkan para administrasi untuk memproses monitoring pengiriman kendaraan kepada pelanggan.
2. PT. Astra Internasional dan Auto 2000 Raden Intan harus memperbaiki sistem pendistribusian kendaraan atau unit baru yang ada sekarang ini, karena masih sering terjadi waktu tunggu oleh pelanggan dan itu bisa merugikan perusahaan nantinya.
3. Perusahaan harus lebih aktif dalam berkomunikasi antar karyawan dan bisa merangkul antar karyawan seperti selalu diadakannya rapat sebelum pekerjaan dimulai (Morning Breafing) supaya perusahaan tercipta kebersamaan, keselarasan dalam bekerja serta mempererat kekeluargaan untuk bekerja sama dalam sebuah tim.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa, Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- George R. Terry (Sukarna, 2011:3). Buku Principles of Management.
- Kotler, P., and Kevin L., K. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Jilid 1. Edisi Ke dua belas. Indeks.
- Kotler, P., and Kevin L., K. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Edisi Ketiga belas. Jilid1 dan 2. Cetakan Keempat. PT. Indeks.
- Kotler dan Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler dan keller, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12, Prehallindo, Jakarta.
- Ririn Tri Ratnasari, Mastuti H Aksa. 2011. Edisi 1. Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa.. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015), 20-25.