

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1.1.1 Sejarah PT. Astra International Tbk – Toyota Auto2000

Perusahaan ini pertama kali didirikan pada tanggal 20 Februari 1957 dengan nama PT. Astra International Incorporation (AII) oleh Bapak Drs. Tjia Kian Tie. Pada mulanya perusahaan ini bergerak di bidang perdagangan umum, mulai dari menjual soft drink dan juga ekspor – impor hasil bumi. Kemudian pada tahun 1965 PT. Astra International Incorporation mengalihkan usahanya menjadi pengimpor kendaraan bermotor, alat-alat berat dan alat-alat Teknik yang dapat menunjang kebutuhan pembangunan nasional. Pada tahun 1967 Astra mengimpor 800 truk berat secara *semi knocked down* (SKD). Di era pembangunan, Astra memperoleh saham mayoritas pabrik untuk memasang truk SKD tersebut dan pabrik berubah namanya menjadi Gaya Motor.

Pada tahun 1969, PT. Astra International Incorporation mendapat pengakuan resmi dari pemerintah sebagai agen tunggal mobil merk Toyota untuk seluruh wilayah Indonesia. Sebagai kelanjutannya PT. Astra International Incorporation membentuk “Toyota Division” yang menangani distributor dan pemasaran kendaraan merk Toyota. Pada tahun 1971 didirikan perusahaan baru dengan nama PT. Toyota Astra Motor (TAM) yang merupakan patungan antara PT. Astra International Incorporation dengan Toyota Motor Company (TMC). PT. Toyota Astra Motor ini kegiatannya yaitu mengimpor mobil-mobil merk Toyota dalam keadaan *Completely knock Down* (CKD) dari Jepang.

PT. Astra International di tahun 1981 menjadi perusahaan Indonesia pertama yang masuk pasar modal internasional dengan mengeluarkan *floating rate notes* di Singapura yang diatur dan dijamin oleh Wardley Hong Kong. Pada tanggal 19 Februari 1991, Toyota Division berubah nama menjadi PT. Astra International Tbk Toyota Sales Operation atau yang lebih dikenal dengan nama Auto2000. Kini Auto2000 ini merupakan tempat penjualan resmi Authorized Main Dealer bagi kendaraan merk Toyota.

### **1.1.2 Profil Perusahaan PT. Astra *International* Toyota Auto 2000**

Auto2000 adalah jaringan jasa penjualan, perawatan, perbaikan dan penyediaan suku cadang. Toyota yang manajemennya ditangani penuh oleh PT. Astra International Tbk. Saat ini Auto2000 adalah *main dealer* Toyota terbesar di Indonesia, yang menguasai antara 70–80 % dari total penjualan Toyota. Auto2000 adalah dealer resmi Toyota bersama 4 dealer remis Toyota yang lain. Auto2000 berkembang pesat karena memberikan berbagai layanan yang sangat memudahkan bagi calon pembeli maupun pengguna Toyota. Auto 2000 memiliki 96 outlet 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.

Dengan slogan “Urusan Toyota jadi mudah “Auto 2000 selalu mencoba menjadi yang terdepan dalam pelayanan bagi seluruh pelanggannya dala membeli serta memiliki kendaraan Toyota melalui:

- a. Kemudahan dalam mencari informasi tentang Toyota di Auto2000 melalui website, aplikasi *mobile*, dan *call center* yang dapat di akses kapanpun & dimanapun.
- b. Kenyamanan bagi pelanggan dengan fasilitas outlet Auto2000 yang modern, *warm*, dan *pressure free*
- c. Kemudahan dan kenyamanan transaksi dengan layanan one stop shopping service Auto2000 yang bekerjasama dengan berbagai *value chain*.
- d. Kemudahan dalam mendapartkan 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.

Selain memasarkan mobil dengan merek Toyota, dealer ini juga menjual suku cadang asli untuk kendaraan merk Toyota.

### 1.1.3 Visi, Misi, dan Logo PT. Astra *International* Toyota Auto2000

#### a. Visi

“Menjadi dealer Toyota yang terbaik dan paling handal di Indonesia melalui proses kerja berkelas dunia”

#### b. Misi

- 1) Memberikan pengalaman terbaik dalam membeli dan memiliki Toyota kepada pelanggan.
- 2) Mencapai dan mempertahankan posisi market share no.1 di seluruh segmen dan wilayahnya.
- 3) Menciptakan lingkungan kerja terbaik.
- 4) Menciptakan pertumbuhan bisnis yang berkesinambungan.

#### c. Logo Perusahaan

Simbol menjadi penting bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa yang menjaga pelayanan, kredibilitas dan keramahan manusia di dalamnya. Pemakaian logo pada perusahaan dapat memberikan arti sebagai identitas untuk memisahkan hal pengenalan dan kekhususan suatu perusahaan. Logo pada Astra International yang menyerupai komet berwarna biru memiliki makna seperti berikut:

1. Warna biru menggambarkan langit yang tidak terbatas, seperti kemampuan Astra yang tidak terbatas.
2. Empat sudut yang merupakan dasar dari logo perusahaan melambangkan falsafah Astra yaitu Catur Darma.
3. Garis lengkung menggambarkan semangat Astra untuk *go global* dengan mengembangkan kemampuan yang dimiliki selama ini.
4. Bintang berekor yang terus menjelajahi langit melambangkan semangat Astra dalam menjelajahi dunia usaha dan melakukan inisiatif baru untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.

Lalu logo Auto 2000 memiliki makna seperti berikut:

1. Tulisan Auto merupakan singkatan dari automotive yang berarti suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang kendaraan bermotor.
2. Angka 2000 menyatakan bahwa jumlah karyawan pada saat perusahaan tersebut berdiri dengan jumlah 2000 orang.

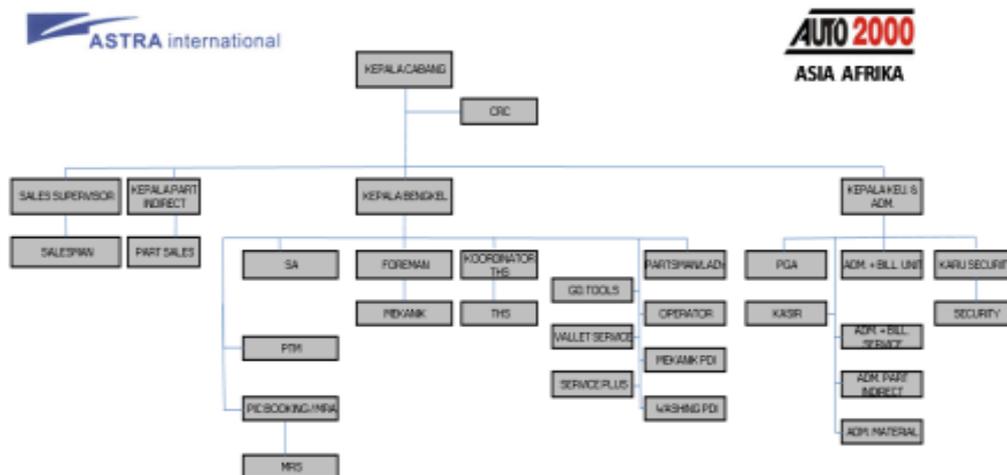
3. Bentuk logo yang menyerupai kepala kereta api berwarna hitam melambangkan perkembangan teknologi kendaraan bermotor pada Astra Auto 2000 ini sangat cepat sesuai dengan negara penghasil kendaraan tersebut.
4. Warna merah pada angka 2000 melambangkan dasar pada lambing Toyota.



**Gambar 1. 1 Logo PT. Astra Toyota Auto 2000**

### 1.1.4 Struktur Organisasi

Organisasi merupakan fungsi penting dalam perusahaan. Struktur organisasi pada Auto 2000 Asia Afrika merupakan suatu organisasi yang ditetapkan dan diusulkan oleh kantor pusat. Tujuan dari struktur organisasi yaitu untuk tolak ukur menjaga kelancaran operasional perusahaan juga diperlukannya sumber daya manusia yang profesional untuk mengisi posisi dari struktur organisasi tersebut. Selain dengan adanya fungsi struktur organisasi tersebut, fungsi lainnya digunakan untuk menjalankan perintah serta tanggung jawab juga alur koordinasi setiap bagian.



**Gambar 1. 2 Struktur Organisasi**

Berdasarkan gambaran struktur organisasi di atas, maka berikut ini penjelasan dan deskripsi masing-masing uraian tugasnya.

1. Kepala cabang, tugas kepala cabang adalah:

- a. Menentukan kebijakan cabang sesuai dengan pedoman yang telah digariskan perusahaan.
  - b. Mengkoordinasi, mengawasi, dan bertanggung jawab atas pembinaan, pengembangan serta kegiatan yang dilakukan cabang.
  - c. Membuat kontrak atau perjanjian dengan perusahaan lain.
  - d. Mengadakan rapat kerja antar seluruh kepala departemen.
  - e. Merangkap sebagai kepala bagian penjualan.
  - f. Bertanggung jawab atas pencapaian target penjualan kendaraan, *market share*, dan profit cabang.
2. *Customer Relation Coordinator (CRC)*, tugasnya adalah sebagai pusat informasi perusahaan dan menangani hubungan perusahaan dengan pelanggan dimana CRC ini berdiri sendiri dan mempunyai tanggung jawab ini kepada Kepala Cabang.
3. *Sales Department*, terdiri dari beberapa bagian yaitu:
- a. *Sales Supervisor*, dengan tugas sebagai berikut:
    - 1) Meningkatkan jumlah unit kendaraan yang dijual
    - 2) Menganalisa segmen pasar
    - 3) Memberikan arahan dan memotivasi para *salesman*
    - 4) Membina hubungan baik dengan perusahaan ekspedisi
  - b. *Salesman*, adalah tenaga penjual yang melayani pelanggan diluar perusahaan untuk mendapatkan pelanggan. Adapun tugasnya sebagai berikut:
    - 1) Menjual kendaraan kepada pelanggan diluar lingkup Auto 2000 Asia Afrika Bandung sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh kepala cabang.
    - 2) Membina hubungan baik dengan pelanggan.
    - 3) Mempromosikan kendaraan kepada pelanggan.
    - 4) Menjaga nama baik perusahaan kepada pelanggan.

4. Kepala administrasi dan keuangan

Tugas dan tanggung jawab utama:

- a. Melakukan otorisasi atas keseluruhan dokumen penerimaan dan pengeluaran kas.
- b. Bertanggung jawab atas keadaan bagian keuangan
- c. memonitor pembayaran pembelian kendaraan dan suku cadang serta servis oleh pelanggan.

Ada beberapa bagian pada Departemen Administrasi sebagai berikut:

a. *Personal General Administration (PGA)*

Tugas dan tanggung jawab utama:

- 1) Mengawasi kinerja karyawan yang berada pada tingkat di bawahnya.
- 2) Memperhatikan hasil kerja karyawan baru
- 3) Menjamin kesejahteraan karyawan dan membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan terkait dengan tidak berjalannya suatu fungsi dengan baik
- 4) Mengatur perhitungan dan pembagian gaji karyawan.
- 5) Mengangkat dan menempatkan karyawan sesuai dengan keahlian dan kecakapan yang dimiliki.
- 6) Menjamin kesejahteraan karyawan dan membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan terkait dengan tidak berjalannya suatu fungsi dengan baik
- 7) Mengatur perhitungan dan pembagian gaji karyawan.
- 8) Mengangkat dan menempatkan karyawan sesuai dengan keahlian dan kecakapan yang dimiliki.
- 9) Menjamin kesejahteraan karyawan dan membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan terkait dengan tidak berjalannya suatu fungsi dengan baik
- 10) Mengatur perhitungan dan pembagian gaji karyawan.
- 11) Mengangkat dan menempatkan karyawan sesuai dengan keahlian dan kecakapan yang dimiliki.

b. Administrasi kasir

Tugas dan tanggung jawab utama:

- 1) Menyimpan kas perusahaan
- 2) Menerima uang pembayaran pelanggan
- 3) Menyerahkan lembar kuitansi bengkel yang asli serta Surat Izin Keluar Kendaraan (**SIKK**) kepada pelanggan.
- 4) Membuat bon merah atau bon hijau
- 5) Menghitung saldo kas cabang setiap akhir hari dan mencocokkannya dengan seluruh transaksi pengeluaran kas pada hari tersebut
- 6) Membuat laporan pertanggung jawaban atas keluar masuknya kas perusahaan.

c. Administasi *billing service*

Tugas dan tanggung jawab utamanya adalah melakukan proses administrasi dan monitor *order service* yang telah dikerjakan oleh pihak bengkel sampai dengan pelunasan.

Wewenang:

- 1) Membuat kuitansi barang dan jasa servis
- 2) Memonitor batas waktu pembayaran dan dokumen-dokumen pendukungnya.
- 3) Melakukan kegiatan administrasi lainnya yang berkaitan dengan *service up to date*.

d. Administrasi Unit

Tugas dan tanggung jawab utamanya adalah melakukan proses administrasi dalam dokumen berupa mulai dari dokumen penjualan, BPKB, STNK, faktur kendaraan, Surat Penerimaan Kendaraan (**SPK**), dokumen *Delivery Order (DO)*, dan dokumen kuitansi.

Wewenang:

- 1) Mencap dokumen penjualan.
- 2) Mengarsipkan dokumen faktur kendaraan, SPK, BPKB, STNK, dan DO.
- 3) Menangani pengiriman berkas penting.

5. Departemen Bengkel, kepala bengkel bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan bengkel dalam hal menyangkut pencapaian target untuk mendapatkan keuntungan.

Unsur dalam departemen ini adalah *Supervisor* Bengkel, bertindak sebagai asisten kepala bengkel. Beberapa bagian pada departemen bengkel sebagai berikut:

- 1) *Foreman*, melakukan pengontrolan di *workshop* atas perintah *Supervisor*.
- 2) *Service Advisor*, bertugas menerima pelanggan yang datang ke bengkel untuk melaporkan keadaan kendaraannya dan memberikan penjelasan yang memuaskan atas pertanyaan pelanggan yang akan memperbaiki untuk melakukan perawatan.
- 3) *Toyota Home Service* (THS), bertugas mengontrol mekanik dalam perbaikan kendaraan yang dilakukan langsung di rumah pelanggan.
- 4) *Washing*, bertugas terhadap kebersihan kendaraan baik untuk kendaraan bengkel maupun kendaraan baru.
- 5) *Valet Service*, bertugas mengatur kendaraan yang akan di *service*.
- 6) *Service Plus*, berbungan dengan salon mobil dimana mobil setelah di *service* harus dibersihkan agar kondisi mobil tersebut nyaman dan bersih.

### **1.1.5 Lokasi Perusahaan**

Lokasi PT. Astra International Tbk Auto 2000 Asia Afrika Bandung. Perusahaan berlokasi di Jl. Asia Afrika No. 123-127, Kb. Pisang, Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40112.

### **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Dalam era globalisasi yang semakin kompetitif saat ini, perusahaan atau organisasi harus terus berinovasi agar dapat bersaing dan tetap menjadi yang terbaik di pasar. Inovasi merupakan proses memperkenalkan sesuatu yang baru yang bermanfaat bagi perusahaan atau organisasi. Kinerja inovasi adalah kemampuan suatu organisasi atau individu dalam menghasilkan dan menerapkan ide-ide baru, proses atau teknologi yang dapat meningkatkan kualitas atau efisiensi suatu sistem atau produk (Nucifera, dkk. 2022). Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kemampuan suatu organisasi atau individu dalam kutipan teori dari (Nucifera, dkk. 2022) yaitu berupa faktor internal seperti struktur organisasi, budaya perusahaan, dan sumber daya manusia, serta faktor eksternal seperti tingkat kompetisi, tingkat teknologi, dan tingkat pertumbuhan pasar. Akhirnya organisasi berusaha menyesuaikan strategi seperti majamen pengetahuan dan inovasi yang memiliki efektivitas dalam mencapai tingkat kerja yang tinggi (Purba et al., 2021). Artinya perusahaan membuat rencana kedepannya dalam pengembangan inovasi dibantu oleh pengelolaan pengetahuan

untuk mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan kinerja inovasi menjadi pilihan yang penting bagi organisasi dalam lingkungan yang saat ini sangat kompetitif. Berikut terdapat hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti tentang kinerja inovasi di PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung:

1. Pengembangan Produk Baru: PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung sangat berkomitmen untuk mengembangkan produk baru yang inovatif. Perusahaan secara teratur meluncurkan model baru Toyota yang memiliki fitur baru, teknologi canggih, dan efisiensi yang lebih baik.
2. Budaya Inovasi: Perusahaan mendukung budaya inovasi dengan memberikan insentif dan program penghargaan untuk mendorong karyawan untuk membuat ide-ide baru, memberikan umpan balik, dan berpartisipasi dalam proses inovasi.
3. Perkembangan teknologi: PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung aktif mengikuti perkembangan teknologi dalam industri otomotif. Untuk memastikan bahwa produk dan layanan yang dijual tetap relevan dan kompetitif di pasar, perusahaan terus mengikuti tren dan inovasi terbaru.
4. Pertumbuhan perusahaan: PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung telah berkembang berkat kinerja inovasi yang baik. Inovasi ini telah menarik minat pelanggan, meningkatkan penjualan, dan memperkuat posisi perusahaan di pasar otomotif.

Dengan informasi ini, dapat disimpulkan bahwa PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung memiliki kinerja inovasi yang kuat. Perusahaan ini berfokus pada pengembangan produk baru, budaya inovasi, perkembangan teknologi, dan dampak positif pertumbuhan perusahaan. Dengan upaya ini, PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung dapat mempertahankan persaingan di pasar dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan.

Kurangnya pengetahuan sebagai faktor penghambat inovasi menjadi perhatian penelitian ini karena menjadi penghambat kinerja inovasi pada sebuah perusahaan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya yang menyatakan bahwa hambatan tersebut melalui berbagai bentuk seperti kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas, kurangnya informasi tentang teknologi, kurangnya informasi tentang pasar, dan kesulitan dalam menemukan mitra kerja yang sesuai untuk inovasi (Fikri et al., 2020; Kumoro, et al., 2020; Nugroho et al., 2021; Putra et al., 2020, 2021).

Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dialami oleh PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung. Pada tabel 1.1 di bawah ini terdapat beberapa pernyataan pra-kuesioner yang digunakan penulis untuk melihat bagaimana kondisi Kinerja Inovasi yang diterapkan oleh PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung.

**Tabel 1. 1 Hasil Pra Kuesioner Kinerja Inovasi**

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Perusahaan kami mendorong ide-ide baru yang dihadirkan untuk mengembangkan kinerja	-	-	-	46,2%	53,8%
2	Perusahaan kami menerapkan metode pemasaran baru untuk meningkatkan penjualan	-	-	-	46,2%	53,8%
3	Dibandingkan competitor lain, perusahaan kami lebih cepat dalam menghadirkan produk baru ke pasar	-	-	-	53,8%	46,2%
4	Perusahaan kami telah mengembangkan banyak pendekatan manajemen baru	-	-	-	61,5%	38,5%

*Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)*

Berdasarkan dari hasil pra-kuesioner tentang kinerja inovasi terhadap 26 responden PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung tersebut menunjukkan bahwa kinerja inovasi di PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung cukup tinggi, karena banyak responden yang memilih Setuju dan Sangat Setuju terhadap pernyataan dalam pra-kuesioner tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan kinerja inovasi yang dilakukan PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung sebagian sudah baik.

Terkait dengan kinerja inovasi, pengetahuan merupakan faktor penting untuk meningkatkan sumber daya manusia yang bermutu serta berdaya saing tinggi. Persaingan yang ketat pada seluruh dunia mendorong sebuah perusahaan untuk dapat terus meningkatkan kinerja perusahaannya, sehingga karyawan yang berkualitas dan kompeten akan menjadi pilihan penting untuk bisa mewujudkan visi sebuah perusahaan. Peng et al. (2013) menyatakan bahwa *Knowledge Management* telah

dibuktikan sebagai penentu utama kinerja organisasi. Penentu utama tersebut termasuk kapasitas untuk pemanfaatan dan mengelola pengetahuan karyawan dalam meningkatkan kinerjanya. Selain itu, *Knowledge Management* juga memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi pengetahuan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan bisnisnya, serta menghubungkan individu dan tim yang memiliki pengetahuan yang relevan. Berikut terdapat hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti tentang *knowledge management* di PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung:

1. Sistem Penyimpanan Pengetahuan: PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung memiliki sistem penyimpanan pengetahuan yang terintegrasi yang mencakup basis data yang menyimpan pengetahuan teknis, prosedur, dan panduan terkait kendaraan Toyota, layanan purna jual, dan informasi produk terbaru.
2. Pelatihan dan Sertifikasi: Perusahaan memberikan pelatihan dan sertifikasi kepada karyawannya untuk meningkatkan pengetahuan mereka tentang produk, prosedur layanan, dan teknologi terbaru. Ini termasuk pelatihan tatap muka, online, dan workshop.
3. Sharing Session dan Diskusi: PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung mendorong kerja sama dan pertukaran pengetahuan melalui pertemuan dan diskusi tim. Karyawan diundang untuk berbagi pengalaman, masalah, dan solusi yang mereka temui di tempat kerja sehari-hari.
4. Portal pengetahuan internal: Perusahaan memiliki portal pengetahuan internal yang memungkinkan karyawan mencari dan mengakses informasi yang relevan dengan cepat. Portal ini menawarkan akses mudah ke informasi, panduan, dan dokumentasi terkait kendaraan, layanan purna jual, dan kegiatan bisnis perusahaan.
5. Tantangan yang dihadapi: Praktik *knowledge management* di PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung termasuk mengelola pengetahuan yang tidak terstruktur, mempertahankan dan mengupdate pengetahuan, dan meningkatkan partisipasi aktif karyawan dalam berbagi pengetahuan.

Hasilnya menunjukkan bahwa PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung telah menerapkan praktik manajemen pengetahuan yang kuat. PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung terus berupaya meningkatkan praktik manajemen pengetahuan dan memastikan bahwa pengetahuan yang relevan dapat diakses dengan mudah oleh karyawan meskipun ada tantangan yang dihadapi. Perusahaan ini dapat meningkatkan

kinerja karyawan dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan melalui sistem penyimpanan pengetahuan terintegrasi, program pelatihan dan sertifikasi, rapat atau dikusi, dan portal pengetahuan internal.

Manfaat dengan adanya *knowledge management* bagi perusahaan adalah untuk mengefektifkan dan mengefisiensikan kegiatan pekerjaan atau kinerja dari perusahaan. Menurut Sergeeva & Andreeva (2016) pengetahuan, produktivitas, dan inovasi karyawan yang berkelanjutan dapat dicapai dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan asset pengetahuan karyawan. Pengelolaan pengetahuan merupakan bagian penting dari strategi pengembangan organisasi karena dapat membantu meningkatkan inovasi dan kreativitas anggota organisasi, serta membantu meningkatkan kemampuan adaptasi organisasi terhadap perubahan yang terjadi di lingkungannya. Dengan demikian, *Knowledge Management* menjadi aspek penting dalam strategi bisnis perusahaan, memungkinkan mereka untuk mengoptimalkan penggunaan pengetahuan yang dimiliki, mempercepat inovasi, meningkatkan efisiensi, dan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Pada tabel 1.2 di bawah ini terdapat beberapa pernyataan pra-kuesioner yang digunakan penulis untuk melihat bagaimana kondisi *Knowledge Management* yang diterapkan oleh PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung.

**Tabel 1. 2 Hasil Pra Kuesioner Knowledge Management**

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Karyawan mengetahui secara mendalam tentang pekerjaan yang telah menjadi tanggung jawabnya	-	-	-	46,2%	53,8%
2	Karyawan mampu untuk menciptakan pengetahuan baru dalam bekerja	-	3,8%	11,5%	34,6%	50%
3	Karyawan mampu menginformasikan setiap pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman kerja kepada karyawan lainnya	-	-	19,2%	46,2%	34,6%

4	Karyawan mampu memanfaatkan pengetahuan yang dimiliki untuk mempermudah pekerjaan	-	-	-	46,2%	53,8%
---	---	---	---	---	-------	-------

*Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)*

Berdasarkan hasil pra-kuesioner mengenai *Knowledge Management* terhadap 26 responden PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung tersebut menunjukkan bahwa *Knowledge Management* pada perusahaan sudah baik. Hal tersebut bisa dilihat dari sebagian besar responden memilih Sangat Setuju dan Setuju pada pernyataan yang diajukan. Namun terdapat beberapa yang memilih Kurang setuju pada pernyataan yang diajukan, bahkan masih ada sebagian kecil responden yang memilih Tidak Setuju Hal ini menunjukkan masih ada sedikit kekurangan dalam penerapan *Knowledge Management* di PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung. Fenomena tersebut menjadi permasalahan sumber daya manusia yang akan selalu hadir serta meningkat. Hal tersebut bertujuan agar proses inovasi dan sebuah pembaruan akan terus berkembang serta juga mengalami berkelanjutan, maka akan diperlukan ruang ataupun juga kegiatan yang seharusnya dapat membantu setiap karyawan untuk mengkomunikasikan ide ataupun gagasannya.

Sumber Daya Manusia merupakan salah satu kunci perusahaan untuk mencapai keberhasilan tujuan perusahaan. Sumber daya manusia yang baik dapat terjadi apabila kita memperhatikan faktor yang dapat mempengaruhinya baik faktor negative maupun positif. Agar karyawan mampu bekerja dengan baik dan memiliki kinerja yang maksimal, maka *Employee Happiness* merupakan salah satu kunci dimana para karyawan bisa bekerja dengan baik atau tidak. *Employee Happiness* adalah perasaan positif yang dimiliki oleh setiap individu mampu memaksimalkan kinerja dan mendapatkan kepuasan bagi dirinya dalam bekerja (Pryce-Jones, 2010). Selain itu ketika karyawan dalam suatu organisasi merasa bahagia saat bekerja, maka produktivitas dalam organisasi juga akan meningkat. *Employee Happiness* dapat mempengaruhi berbagai aspek kinerja perusahaan, seperti motivasi, produktivitas, dan komitmen karyawan.

Berikut terlampir data kuesioner yang disebarkan kepada 50 karyawan oleh pihak PT. Astra *International* TBK Auto 2000 Asia Afrika Bandung, tentang *Employee Happiness* pada bulan Oktober 2022.

**Tabel 1. 3 Hasil Pra-Kuesioner Karyawan PT Astra International Tbk, Cabang Asia Afrika Bandung terkait Employee Happiness**

<b>PERTANYAAN</b>	<b>YA</b>	<b>TIDAK</b>
<b>Apakah Anda merasa Bahagia bekerja dan menjadi bagian dari perusahaan Anda saat ini?</b>	95%	5%
<b>Saya merasa bangga sebagai bagian dari keluarga Cabang tempat Saya bekerja.</b>	100%	0%
<b>1. Saya diberikan fasilitas dan alat kerja yang dibutuhkan sehingga mendukung kelancaran penyelesaian tugas</b>	98%	2%
<b>2. Atasan melakukan pembagian beban kerja sesuai dengan kapasitas dan kapabilitas yang saya miliki</b>	100%	0%
<b>3. Saya menerima penghasilan yang sesuai dengan apa yang saya kerjakan</b>	82%	18%
<b>4. Jam kerja di perusahaan (Allowance untuk cuti &amp; izin tidak masuk kerja) memenuhi kebutuhan bisnis &amp; kebutuhan pribadi karyawan</b>	98%	2%
<b>5. Saya memiliki kesempatan untuk dapat melakukan yang terbaik dalam pekerjaan saya sehari-hari</b>	100%	0%
<b>6. Atasan saya atau seseorang di tempat kerja peduli terhadap saya</b>	100%	0%
<b>7. Atasan saya mendorong saya untuk ikut berpartisipasi memberikan ide yang baik, dan menerapkannya di pekerjaan</b>	100%	0%
<b>8. Atasan saya memperlakukan saya dengan respect</b>	100%	0%
<b>9. Di tempat kerja, Saya mendapatkan kesempatan untuk menyampaikan opini</b>	100%	0%
<b>10. Rekan Kerja saya atau sesama karyawan berdedikasi untuk menghasilkan pekerjaan yang berkualitas</b>	98%	2%
<b>11. Saya memiliki teman baik di tempat kerja</b>	98%	2%
<b>12. Ada beberapa orang di tempat kerja saya yang mendorong untuk pengembangan diri saya</b>	95%	5%

<b>13. 6 bulan terakhir, seseorang di tempat kerja menanyakan saya mengenai progress pekerjaan saya.</b>	93%	7%
<b>14. Setahun terakhir, saya mendapat kesempatan di tempat kerja untuk dapat belajar dan berkembang.</b>	100%	0%
<b>15. Saya mendapatkan pelatihan yang sesuai untuk kelancaran pekerjaan.</b>	98%	2%
<b>16. Saya memiliki kesempatan berbicara dengan atasan mengenai apresiasi karir dan program pengembangan diri saya.</b>	100%	0%

Sumber: Data Internal Perusahaan (2023)

Bisa dilihat dari beberapa pertanyaan pada tabel hampir semua karyawannya merasa bahagia. Walaupun masih ada beberapa yang merasa kurang mulai dari kebahagiaan karyawan itu sendiri, fasilitas, kompensasi, lingkungan kerja, dan pelatihan. Menurut Kesser (2016), kebahagiaan karyawan atau *Employee Happiness* merupakan pola pikir seseorang dalam bekerja secara maksimal dan memaksimalkan kemampuan yang dimiliki. Berdasarkan data di atas diketahui bahwa karyawan merasa kompensasi yang diberikan perusahaan masih kurang. Terdapat 18 % karyawan yang menerima penghasilan kurang sesuai dari apa yang telah dikerjakan. Artinya pemberian penghasilan yang sesuai sangat berarti untuk kebahagiaan karyawan agar mampu melaksanakan tugasnya secara maksimal.

Menurut Fisher (2010), seseorang mampu merasakan kebahagiaan saat memiliki kemampuan kerja yang baik yang bisa dilihat dari kenyamanan lingkungan, kepuasan pelanggan, disiplin masuk kerja, dan hasil kerja yang telah dikerjakan. Kebahagiaan karyawan juga sebagai jalan untuk mencapai kinerja yang maksimal sesuai dengan kemampuan yang dimiliki serta menyadari kebahagiaan yang ada pada diri sendiri dan rekan kerja yang dapat membantu kinerja. Lingkungan perusahaan yang kurang kondusif dan kurang adanya keterbukaan dari perusahaan bisa menimbulkan ketidaknyamanan karyawan ketika bekerja. Hal tersebut bisa menimbulkan stress bagi karyawan itu sendiri. Dutschke et al. (2019) mengelompokkan faktor tentang kebahagiaan karyawan yaitu, dari individu, lingkungan keluarga, lingkungan organisasi, dan wilayah tempat tinggal. Faktor lain yang mampu membuat karyawan bahagia yaitu hubungan dengan rekan kerja serta

reputasi perusahaan berjalan dengan baik. Sehingga akan meringankan beban kerja satu sama lain dan membuat hubungan karyawan nyaman.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Employee Happiness* dan *Knowledge Management* Terhadap Kinerja Inovasi di PT. Astra *International Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung*”**.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian diatas maka rumusan masalah terhadap penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana *Employee Happiness* yang dimiliki oleh karyawan PT. Astra *International Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung*?
- b. Bagaimana *Knowledge Management* PT. Astra *International Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung*?
- c. Bagaimana Kinerja Inovasi karyawan PT. Astra *International Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung*?
- d. Bagaimana pengaruh *Employee Happiness* terhadap kinerja inovasi karyawan PT. Astra *International Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung*?
- e. Bagaimana pengaruh *Knowledge Management* terhadap Kinerja Inovasi karyawan PT. Astra *International Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung*?
- f. Bagaimana pengaruh *Employee Happiness* dan *Knowledge Management* terhadap Kinerja Inovasi karyawan PT. Astra *International Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung*?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berikut tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui *Employee Happiness* yang dimiliki oleh karyawan PT. Astra *International Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung*?
- b. Untuk mengetahui *Knowledge Management* yang dimiliki oleh PT. Astra *International Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung*?
- c. Untuk mengetahui kinerja inovasi yang dimiliki oleh karyawan PT. Astra *International Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung*?
- d. Untuk mengetahui pengaruh *Employee Happiness* terhadap kinerja inovasi karyawan PT. Astra *International Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung*?
- e. Untuk mengetahui pengaruh *Knowledge Management* terhadap kinerja inovasi karyawan PT. Astra *International Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung*?
- f. Untuk mengetahui pengaruh *Employee Happiness* dan *Knowledge Management* terhadap Kinerja Inovasi karyawan PT. Astra *International Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung*?

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

- a. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan melengkapi ilmu dalam bidang sumber daya manusia, khususnya terkait dengan *Employee Happiness* dan kinerja inovasi. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara

teoritis dan dapat berguna sebagai pengetahuan bagi masyarakat dalam pengelolaan sumber daya manusia di perusahaan.

- b. Aspek Praktis

1. Bagi Peneliti

Menambah wawasan penulis terkait dengan pengelolaan sumber daya manusia di sebuah perusahaan khususnya pada pembahasan *Employee Happiness* dan kinerja karyawan.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menambah informasi bagi perusahaan untuk mengidentifikasi cara untuk meningkatkan *Employee Happiness* terhadap kinerja inovasi pada perusahaan tersebut.

## **1.6 Waktu dan Periode Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan terhitung sejak bulan November 2022 sampai dengan Mei 2023.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Penulisan penelitian terdiri dari lima bab yang mempunyai hubungan satu sama lainnya. Sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bagian ini dijelaskan gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian pustaka yang terkait dengan topik dan variable penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas tentang metode penelitian apa yang digunakan. Terdiri dari jenis penelitian, operasional variable, operasional dan sampel, teknik pengumpulan data, pengujian validitas, dan teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang pengumpulan data, karakteristik responden, dan hasil penelitian serta analisis pembahasan mengenai Employee Happiness dan Knowledge Management terhadap Kinerja Inovasi pada PT. Astra Toyota Auto 2000 Asia Afrika Bandung.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya.