

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri Otomotif telah semakin memperhatikan *after sales service*. Menurut GAIKINDO, Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia mencatat bahwa selama pandemi, *after sales service* telah menjadi penopang industri otomotif. Hal ini memicu para pemegang merek beramai-ramai untuk meningkatkan layanan servis mereka (Gaikindo, 2020).

JD power Indonesian (2019) memperlihatkan ranking *brand* otomotif di Indonesia untuk *after sales service* dengan urutan pertama ditempati oleh Mitsubishi dengan skor 819, diikuti dengan pesaing nya Toyota dengan skor 817 dan Honda dengan skor 815. JD power juga mencatat bahwa hanya terdapat selisih 23 poin antara merek dengan peringkat teratas dan merek dengan kinerja peringkat terendah dalam hal *after sales service*. Hasil yang demikian memperlihatkan persaingan yang ketat oleh para agen pemegang merek dalam memberikan *after sales service* terbaik yang mereka miliki. Maka penting untuk perusahaan atau *dealer* berbuat lebih banyak pada *after sales service* mereka.

*After sales service* adalah layanan perbaikan dan pemeliharaan yang diberikan kepada pelanggan setelah penjualan dilakukan (Kotler dalam Wijaya, 2019). Dalam industri otomotif, *after sales service* merupakan aspek yang perlu diperhatikan karena sangat menentukan keberhasilan perusahaan otomotif. Hal ini dikarenakan aktivitas dalam *after sales service* banyak berinteraksi langsung dengan pelanggan yang biasanya datang langsung untuk melakukan *service* kendaraannya. Selain itu aktivitas *after sales service* juga melibatkan banyak karyawan yang secara langsung terlibat dalam proses pemberian layanan mulai dari customer service, security, service advisor, hingga mekanik. Hal ini membuat *after sales service* menjadi aspek yang paling mudah untuk mendapatkan perhatian dari pelanggan terlebih dalam hal penilaian terhadap pelayanan. Pelayanan karyawan dapat mempengaruhi kualitas yang dirasakan pelanggan (Nisal dalam Sjaklif, 2020).

Salah satu perusahaan yang bergerak di industri otomotif adalah PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau yang merupakan salah satu distributor resmi unit kendaraan bermerek Mitsubishi. Dalam menjalankan usahanya PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau senantiasa berupaya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, tidak hanya dalam hal penjualan tetapi juga dalam hal perbaikan dan perawatan unit kendaraan. PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau selain melayani penjualan unit kendaraan, penjualan suku cadang original juga turut memberikan pelayanan bengkel yang merupakan bentuk layanan dengan menawarkan jasa terhadap pemeliharaan dan perawatan unit kendaraan merek Mitsubishi.

Mobil penumpang atau *passenger car* adalah jenis kendaraan yang paling banyak datang servis ke PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau. Mobil jenis ini terdiri dari kendaraan MPV (*multipurpose vehicle*) atau multiguna yang bisa dibilang sebagai

kendaraan serbaguna yang dapat digunakan untuk banyak hal, mengutamakan daya angkut atau kapasitas penumpang, seperti Xpander. Selanjutnya ada SUV (*sport utility vehicle*), seperti Eclipse, Pajero, dan Outlander yang bisa dibilang sebagai mobil berperforma tinggi atau bertenaga karena bisa dikendarai dalam cuaca buruk dan memiliki desain yang lebih mewah. Berikut di bawah ini merupakan jumlah kunjungan servis pada PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau jenis kendaraan *passenger car* jumlah ini terhitung dalam kurun waktu satu tahun dimulai dari April 2021 sampai dengan Maret 2022.

**Tabel 1. 1**  
**PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau**  
**Jumlah Kunjungan *Service Passenger Car***  
**Periode April 2021- Maret 2022**

No	Tahun	Bulan	Jumlah
1	2021	April	171
2	2021	Mei	203
3	2021	Juni	223
4	2021	Juli	167
5	2021	Agustus	221
6	2021	September	250
7	2021	Oktober	257
8	2021	November	231
9	2021	Desember	261
10	2022	Januari	258
11	2022	Februari	200
12	2022	Maret	448
<b>Total</b>		<b>Jumlah</b>	2890

*Sumber: PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau (2021-2022)*

Dapat dilihat dari data di atas bahwa jumlah kunjungan servis untuk jenis kendaraan penumpang atau *passenger car* pada PT. Dipo Internasional Pahala otomotif Krakatau periode April 2021 sampai dengan Maret 2022 adalah sebanyak 2890 kunjungan servis.

Berdasarkan hasil survei *customer voice* yang dilakukan oleh MMKSI (*Mitsubishi Motors Krama Yudha Sales Indonesia*) menilai kepuasan pelanggan *passenger car* pada pelayanan *after sales* seluruh *dealer* di Indonesia didapati hasil *after sales service* untuk PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau sebagai berikut.

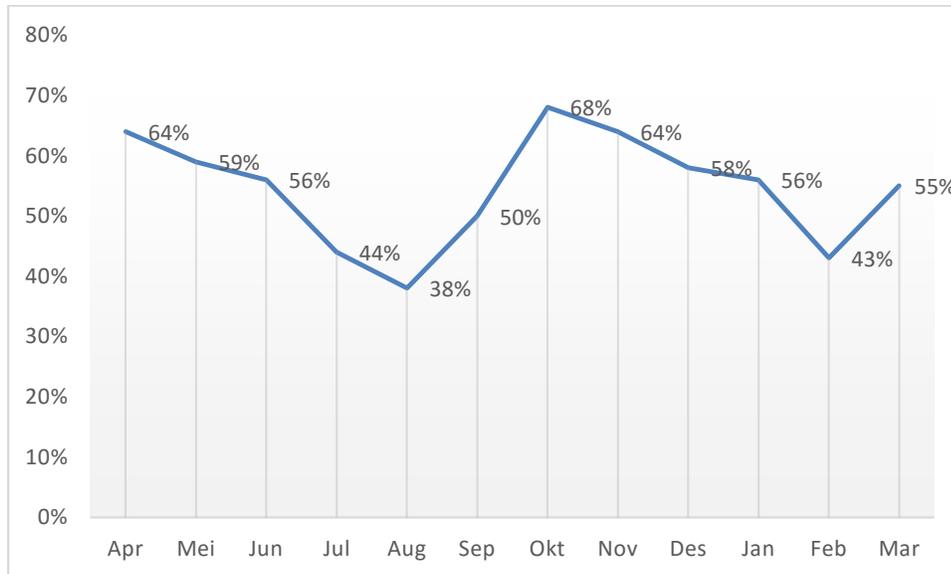
**Tabel 1. 2**  
**PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau**  
**Kepuasan Pelanggan *Passenger Car* Pada *After Sales Service***  
**Periode April 2021-Maret 2022**

No	Bulan	Persentase Kepuasan
1	April	64%
2	Mei	59%
3	Juni	56%
4	Juli	44%
5	Agustus	38%
6	September	50%
7	Oktober	68%
8	November	64%
9	Desember	58%
10	Januari	56%
11	Februari	43%
12	Maret	55%
<b>Total</b>	<b>Rata-rata</b>	<b>55%</b>

*Sumber: PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau (2021-2022)*

Dapat dilihat dari tabel di atas bahwa rata-rata persentase kepuasan pelanggan terhadap *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau hanya sebesar 55 persen. Hasil yang didapati ini dapat menjadi indikasi awal bahwa pelayanan yang diberikan masih belum optimal yang menandakan layanan *after sales service* masih perlu untuk ditingkatkan.

Untuk memudahkan penyajian data, penulis mengolah data dalam format grafik untuk melihat realisasi kepuasan pelanggan pada *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau seperti terlihat pada grafik di bawah ini.



**Gambar 1. 1**  
**PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau.**  
**Grafik Kepuasan Pelanggan *Passenger Car***  
**Pada *After Sales Service***  
**Periode April 2021-Maret 2022**

*Sumber: Tabel 1.2 data diolah oleh peneliti (2022)*

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk dengan kinerja atau hasil yang diharapkan (Keller, 2009). Kepuasan pelanggan erat kaitannya dengan pelayanan. Keberhasilan dalam memuaskan pelanggan sangat bergantung pada bagaimana perusahaan memberikan pelayanan terbaik untuk memenuhi harapan pelanggan. Oleh karena itu menjadi penting bahwa pelayanan perlu ditingkatkan terutama dalam *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau. Salah satu solusi cerdas untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah dengan mengadopsi konsep pelayanan yang prima atau *excellent*.

*Service excellence* atau pelayanan prima didefinisikan sebagai kegiatan perencanaan, pengorganisasian, penerapan dan pengelolaan proses layanan pada tingkat yang luar biasa untuk memuaskan pelanggan (Nurlia, 2018). Pelayanan prima adalah konsep pelayanan yang mengutamakan pelanggan, bertujuan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan. Pelayanan prima ditunjukkan dengan memberikan perhatian kepada pelanggan yaitu memberikan pelayanan terbaik yang dapat memfasilitasi pemenuhan kebutuhan untuk mencapai kepuasan pelanggan (Barata, 2003). Pelayanan prima atau *service excellence* bersifat menonjol dan sulit dipahami di mana pelanggan tahu kapan pelanggan telah menerima pelayanan yang prima tapi lebih sering lagi pelanggan tahu kapan dia belum menerima pelayanan yang prima tersebut (Johnston, 2004).

Keberhasilan dalam mengembangkan dan menerapkan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan memilih konsep pendekatannya, konsep pelayanan prima oleh (Barata, 2003) terdiri dari enam unsur, antara lain kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab yang diyakini sebagai salah satu kunci untuk

memberikan pelayanan yang berkualitas dan menciptakan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu untuk mengembangkan pelayanan yang prima atau *excellence* perusahaan perlu untuk terlebih dahulu menganalisis konsep pelayanan prima untuk memuaskan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelayanan prima *atau service excellence* dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan pada *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau. Berdasarkan uraian di atas penulis ingin melakukan penelitian dengan mengangkat judul “**Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada After Sales Service PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau.** Adapun penelitian ini fokus pada studi terhadap pelanggan *passenger car*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dan permasalahan di atas penelitian ini difokuskan untuk menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan dengan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah kemampuan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *passenger car* pada *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau?
2. Apakah sikap karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *passenger car* pada *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau?
3. Apakah penampilan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *passenger car* pada *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau?
4. Apakah perhatian karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *passenger car* pada *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau?
5. Apakah tindakan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *passenger car* pada *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau?
6. Apakah tanggung jawab karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *passenger car* pada *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau?
7. Apakah kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab karyawan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan *passenger car* pada *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau?

### 1.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh kemampuan karyawan terhadap kepuasan pelanggan *passenger car* pada *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau.
2. Untuk menganalisis pengaruh sikap karyawan terhadap kepuasan pelanggan *passenger car* pada *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau.
3. Untuk menganalisis pengaruh penampilan karyawan terhadap kepuasan pelanggan *passenger car* pada *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau.
4. Untuk menganalisis pengaruh perhatian karyawan terhadap kepuasan pelanggan *passenger car* pada *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau.
5. Untuk menganalisis pengaruh tindakan karyawan terhadap kepuasan pelanggan *passenger car* pada *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau.
6. Untuk menganalisis pengaruh tanggung jawab karyawan terhadap kepuasan pelanggan *passenger car* pada *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau.
7. Untuk menganalisis pengaruh kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab karyawan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan *passenger car* pada *after sales service* PT. Dipo Internasional Pahala Otomotif Krakatau.

### 1.4 Kontribusi/ Manfaat TA

1. Bagi Perusahaan  
Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi yang memberikan gambaran tentang pelayanan prima untuk *after sales service* di PT. Dipo Internasional Pahala otomotif Krakatau dan dapat menjadi acuan pelayanan yang bisa diberikan kepada pelanggan.
2. Bagi Peneliti  
Sebagai saranan mempraktekkan teori dan ilmu yang dipelajari di perkuliahan dan sebagai syarat kelulusan dari Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional di Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia.
3. Bagi Peneliti Lain  
Sebagai pedoman dan rujukan pada peneliti lain yang memiliki topik penelitian sejenis dan sebagai bahan pengembangan untuk penelitian selanjutnya.