

PROSES PELAYANAN PADA PT. UNITED TRACTORS  
SERVICE DIVISION *WORKSHOP* CABANG JAKARTA



TUGAS AKHIR

diajukan untuk menempuh ujian akhir pada  
Program Studi Manajemen Pemasaran Industri Elektronika  
Program Diploma 3 Manajemen Industri

Oleh

Qori Furqoniyah  
NIM: 150300417

POLITEKNIK APP  
KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN  
JAKARTA  
2018

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Qori Furqoniyah  
Nim : 150300417  
Program Studi : Manajemen Pemasaran Industri Elektronika  
Tanggal Sidang : Rabu, 01 Agustus 2018  
Judul Tugas Akhir : Proses Pelayanan Pada PT. United Tractors Service Division *Workshop* Cabang Jakarta

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Pemasaran Industri Elektronika, Politeknik APP Jakarta.

### DEWAN PENGUJI

Ketua : (Agus Santoso, S.sos., M.M)  
Penguji 1 : (Dra. Titin Endrawati, M.M)  
Penguji 2 : (Achmad Rizky)



### DISAHKAN OLEH

Pembimbing Tugas Akhir  
Politeknik APP Jakarta



(Ahmad Cahyo Nugroho, S.Pt., M.M.)

Jakarta, 23 Agustus 2018  
Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran  
Industri Elektronika  
Politeknik APP Jakarta



A. R. Arie Wicaksono, S.K.M., S.T., M.M.  
NIP. 19780226 200804 1 001

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya mahasiswa Politeknik APP Jakarta:

Nama : Qori Furqoniyah

NIM : 150300417

Program Studi : Manajemen Pemasaran Industri Elektronika

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat dengan judul:

“Proses Pelayanan Pada PT. United Tractors Service Division *Workshop* Cabang Jakarta”

bebas dari plagiat dan kecurangan, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 30 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,



Qori Furqoniyah

## ABSTRAK

Qori Furqoniyah. NIM: 150300417. **PROSES PELAYANAN PADA PT. UNITED TRACTORS SERVICE DIVISION WORKSHOP CABANG JAKARTA.** Tugas Akhir, Jakarta: Politeknik APP Jakarta 2018.

Tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui proses pada pelayanan dan penanganan atas keluhan yang timbul dari pelayanan di PT. United Tractors Service Division *Workshop* Cabang Jakarta. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian kualitatif ini dengan observasi, wawancara dan dokumentasi sejak bulan Januari sampai April 2018 dengan pengolahan data yang digunakan triangulasi. Populasi dalam penelitian ini adalah informan yang menduduki posisi senior dengan usia bekerja minimal 5 (lima) tahun bekerja. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada proses pelayanan terdapat adanya penghambat yang berasal dari faktor internal yaitu *workshop* UT dan faktor eksternal yaitu pihak *customer*. Tim *service* menangani keluhan yang diberikan oleh pelanggan dengan menganalisis dan mengobservasinya sesuai SOP yang berlaku.

Kata Kunci: Pelayanan, Penanganan Keluhan, Triangulasi

## **ABSTRACT**

Qori Furqoniyah. NIM: 150300417. **PROCESS OF SERVICE AT PT. UNITED TRACTORS SERVICE DIVISION WORKSHOP OF JAKARTA BRANCH.**  
Duty of final, Jakarta: Politeknik APP Jakarta 2018.

This final duty aims to determine the process of service and handling of complaints arising from services at PT. United Tractors Service Division Workshop Jakarta Branch. The method used to collect data in this qualitative research is observation, interviews and documentation from January to April 2018 with data processing used by triangulation. The population in this study are informants who occupy senior positions with a working age of at least 5 (five) years. From the results of this study indicate that in the service process there are obstacles that come from internal factors namely UT workshops and external factors namely the customer. The service team handles complaints provided by customers with analyzing and observing them according to the applicable SOP.

Key word: Service, Complaint Handling, Triangulation

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "**Proses Pelayanan Pada PT. United Tractors Service Division Workshop Cabang Jakarta**" dengan baik dan lancar. Maksud dan tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai syarat kelulusan dan pemerolehan gelar Diploma 3 pada Politeknik APP Jakarta.

Dalam penyusunan Tugas Akhir tersebut, penulis tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah membantu dan memotivasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini, sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Untuk itu peneliti memberi penghargaan dan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Ahmad Wimbo, SE.M.M selaku Direktur Politeknik APP.
2. Bapak A.R. Arie Wicaksono, S.K.M., S.T., M.M selaku Ketua Prodi Manajemen Pemasaran Industri Elektronika.
3. Bapak Ahmad Cahyo Nugroho S.Pt.,M.M.selaku dosen pembimbing yang sudah sangat membantu, membimbing, mendukung dan mengarahkan penulisan dengan penuh kesabaran dan pengertian, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik.
4. Seluruh dosen dan staff karyawan Politeknik APP yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan arahan kepada penulis.
5. Kedua orang tua saya, Bapak M. Amin S dan Ibu Suratmi serta keluarga besar yang telah memberikan semangat, motivasi, dan doa-doa yang selalu menyertai.
6. Bapak Ahmad Zakaria selaku PPC yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan kerja praktik di PT. United Tractors Tbk.
7. Bapak NurKholik dan Saptono selaku pembimbing kerja praktik pada PT. United Tractors Tbk, yang telah membimbing penulis dalam melakukan kerja praktik dengan baik dan sabar.
8. Karyawan-karyawan PT. United Tractors *Service Division* yang telah memberikan arahan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Sahabat-sahabat Laras, Sheila, Regina, Tita, Elni dan teman-teman masih banyak lainnya yang belum disebutkan namanya, yang telah memberikan semangat dan motivasi agar dapat lulus bersama di tahun 2018 ini.

10. Teman-teman seperjuangan anak bimbingan pak Cahyo, terutama Filza Muftya Dewi dan Rani Damayanti yang telah menemani penulis jatuh bangun menyelesaikan Tugas Akhir dari pra sidang sampai revisi.
11. Terima kasih kepada Ali Afif Surya sebagai orang terkasih dan tersayang yang selalu memberikan motivasi dan terus membantu dalam pembuatan Tugas Akhir ini.
12. Dan pihak-pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu namun tidak mengurangi rasa terima kasih.

Terlepas dari semua itu, penulis menyadari bahwa dalam pembuatan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan baik dari segi penyusunan maupun tata bahasa yang digunakan. Untuk itu penulis mengucapkan mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang membangun demi kesempurnaan Tugas Akhir selanjutnya. Semoga Tugas Akhir ini dapat berguna untuk mahasiswa/i pada umumnya.

Jakarta, 30 Juli 2018



Qori Furqoniyah  
150300417

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan dan Batasan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II STUDI PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	6
2.2 Kerangka Teori .....	6
2.2.1 Manajemen Pemasaran .....	6
2.2.2 Pemasaran .....	7
2.2.3 Jasa .....	8
2.2.3.1 Pengertian Jasa .....	8
2.2.3.2 Klasifikasi Jasa .....	9
2.2.3.3 Karakteristik Jasa .....	10
2.2.4 Pelayanan Pelanggan .....	12
2.2.4.1 Pengertian Pelayanan Pelanggan .....	12



2.2.4.2	Kualitas Pelayanan .....	13
2.2.4.3	Dimensi Kualitas Pelayanan .....	14
2.2.5	Kepuasan Pelanggan .....	15
2.2.5.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	15
2.2.5.2	Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan .....	16
2.2.5.3	Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	17
2.2.6	Layanan Purna Jual .....	18
2.2.7	Keluhan Pelanggan .....	19
2.2.8	Penanganan Keluhan .....	20
2.2.9	Mutu Jasa .....	23
2.3	Hasil Penelitian yang Relevan .....	25
2.4	Kerangka Pemikiran .....	26

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....** 27

3.1	Subyek dan Obyek Penelitian.....	27
3.1.1	Subyek Penelitian .....	27
3.1.2	Obyek Penelitian .....	28
3.2	Sumber Data .....	28
3.2.1	Data Primer .....	28
3.2.2	Data Sekunder .....	28
3.3	Instrumen Penelitian .....	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.4.1	Observasi .....	32
3.4.2	Wawancara Mendalam ( <i>In-depth Interview</i> ) .....	33
3.4.3	Dokumentasi .....	34
3.4.4	Triangulasi/Gabungan .....	35
3.5	Analisis dan Interpretasi Data .....	36
3.4.1	Reduksi Data .....	37
3.4.2	Penyajian Data .....	37
3.4.3	<i>Conclusion Drawing/Verification</i> .....	38
3.6	Penarikan Kesimpulan .....	38

### **Bab IV Hasil dan Pembahasan .....** 39

4.1	Sejarah Perusahaan.....	39
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	39
4.1.2	Visi & Misi .....	40
4.2	Proses Pelayanan pada Service Division <i>Workshop</i> Cabang Jakarta	41

4.2.1	Karakteristik .....	41
4.2.2	Matrik .....	41
4.3	Dimensi Penanganan Keluhan Pelanggan pada Service Division Cabang Jakarta .....	53
<b>Bab V Kesimpulan dan Saran.....</b>		<b>61</b>
5.1	Kesimpulan.....	61
5.2	Saran .....	62

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Tabel Operasional Tahapan-tahapan Pelayanan Pelanggan .....	29
Tabel 3.2 : Tabel Operasional Aspek Penanganan Keluhan .....	30
Tabel 4.1 : Karakteristik Informan .....	41
Tabel 4.2 : Tahap Penanganan Konsumen .....	42
Tabel 4.3 : Tahap Proses Perbaikan .....	45
Tabel 4.4 : Tahap Penanganan Keluhan .....	48
Tabel 4.5 : Empati Terhadap Pelanggan yang Marah .....	53
Tabel 4.6 : Kecepatan dalam Penanganan Keluhan .....	54
Table 4.7 : Kewajaran/Keadilan dalam Memecahkan Keluhan .....	55
Tabel 4.8 : Kemudahan Pelanggan Baru Untuk Menghubungi Perusahaan .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Skema Kerangka Pemikiran .....	25
Gambar 3.1 : Macam-macam Teknik Pengumpulan Data .....	31
Gambar 3.2 : Triangulasi .....	35
Gambar 4.1 : Logo Perusahaan .....	40

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan. *Survive* tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu sendiri dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya. Kepuasan pelanggan bisa menjadi senjata andalan untuk tampil sebagai pemenang dalam persaingan tetapi bisa juga sebaliknya, dimana hal itu bisa menjadi bumerang yang dapat menghancurkan posisi perusahaan dalam dunia bisnis yang semakin kompleks.

Setiap perusahaan dituntut untuk dapat memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan mengenai produk atau barang yang diproduksinya. Pelanggan adalah orang yang paling diharapkan kedatangannya dalam suatu bisnis.<sup>1</sup> Saat ini, pelanggan tidak bergantung kepada bisnis suatu perusahaan, akan tetapi perusahaanlah yang bergantung kepada pelanggan. Oleh karena itu, jika perusahaan ingin memenangkan persaingan bisnis, maka perusahaan harus bisa menarik perhatian para pelanggan. Perusahaan harus terlebih dahulu mengetahui apa yang diperlukan pelanggan dan bagaimana cara mengantisipasi kebutuhan itu. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan dapat memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Berdasarkan strategi pemasaran yang mengutamakan kepuasan pelanggan, maka pelayanan kepada pelanggan merupakan kunci keberhasilan pemasaran suatu perusahaan.<sup>2</sup> Melalui pelayanan kepada pelanggan, perusahaan secara langsung dan tidak langsung menjaga pelanggannya agar tidak lari meninggalkan perusahaan untuk pindah ke perusahaan yang lain.

---

<sup>1</sup> Somad, Rismi dan Donni. 2014. *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Bandung: Alfabeta. hal 29

<sup>2</sup> Haryono, Budi. 2013. *How to manage customer voice*. Yogyakarta: Andi Offset. hal 12

Ketidakpuasan pelanggan dapat disebabkan oleh bermacam-macam hal dan nantinya akan menimbulkan keluhan kepada perusahaan. Perusahaan jasa yang baik wajib menangani keluhan tersebut dengan baik sehingga pelanggan merasa ada perbaikan dari ketidakpuasan terhadap jasa yang diberikan sehingga dengan penanganan keluhan tersebut dapat timbul kepuasan dan loyalitas dari konsumen.<sup>3</sup>Penanganan keluhan yang efektif memberikan peluang untuk mengubah pelanggan yang semula tidak puas menjadi puas terhadap produk atau jasa perusahaan atau bahkan bisa menjadi pelanggan yang abadi.

PT. United Tractors Tbk merupakan sebuah perusahaan industri jasa yang bergerak sebagai distributor peralatan berat terbesar dan terkemuka di Indonesia yang menyediakan produk-produk dari merek ternama dunia seperti Komatsu, UD Trucks, Scania, Bomag, Tadano, dan Komatsu Forest.<sup>4</sup>PT United Tractors Tbk terdiri atas 3S yaitu, *Sales*, *Service* dan *Sparepart*.Service Divisionitu sendiri terdiri dari beberapa cabang di Indonesia, terutama cabang Jakarta yang bekerja pada area Jabodetabek.

PT. United Tractors Tbk khususnya Service Division cabang Jakarta harus menyiapkan strategi untuk membuat pengguna jasa tetap percaya dan selalu menggunakan jasa PT. United Tractors Tbk, salah satunya adalah dengan memberikan pelayanan yang baik serta penanganan pada keluhan pelanggan.Selain itu, PT. United Tractors Service Division cabang Jakarta harus memastikan apakah pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan yang diberikan telah berjalan efektif untuk membuat pengguna jasa tetap selalu setia dalam menggunakan jasa PT. United Tractors Service Division cabang Jakarta.

Permasalahan-permasalahan yang terjadi pada proses pelayanan perbaikan unit barang meliputi *lead time*, mutu pekerjaan dan kualitas mengenai unit yang diperbaiki pada PT. United Tractors Service Division *workshop* cabang Jakarta, yang berakhir dengan pemberian *complaint* dari pelanggan kepada perusahaan penyedia jasa perbaikan sebagai rasa kecewa atas keterlambatan atau *trouble* yang terjadi setelah perbaikan unit barangnya, mengingat pelanggan pengguna jasa telah membayar dan mempunyai pengharapan yang besar bahwa unit barang yang diperbaiki oleh perusahaan penyedia jasa

---

<sup>3</sup> Nugraha, Yandi . 2012. Pengaruh Complaint Handling dengan Pendekatan Mekanistik Terhadap Customer Justice. *Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia*.

<sup>4</sup>Pendahuluan.<http://www.unitedtractors.com>diakses pada 24Januari 2018

perbaikan akan selesai pada waktunya dan dapat langsung digunakan dengan kondisi yang prima.<sup>5</sup>

Mengingat permasalahan-permasalahan di atas bisa terjadi kapan saja, maka PT. United Tractors Tbk harus menyiapkan strategi untuk membuat pengguna jasa tetap percaya dan selalu menggunakan jasa PT. United Tractors Tbk, salah satunya adalah dengan memberikan pelayanan yang baik serta penanganan pada keluhan pelanggan. Selain itu, PT. United Tractors khususnya Service Division *workshop* cabang Jakarta harus memastikan apakah pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan yang diberikan telah berjalan efektif untuk membuat pengguna jasa tetap setia dalam menggunakan jasa PT. United Tractors Service Division *workshop* cabang Jakarta.

Mengingat peran yang cukup strategis dari kepuasan konsumen terhadap kelangsungan hidup perusahaan, penulis sangat tertarik untuk menulis penelitian terhadap proses pelayanan yang diduga mempengaruhi kepuasan konsumen, maka dalam penelitian Tugas Akhir ini penulis mengambil judul **“Proses Pelayanan pada PT. United Tractors Service Division Workshop Cabang Jakarta”**.

---

<sup>5</sup> Wawancara Mendalam pada 08 Januari 2018 pukul 16.21 WIB

## 1.2 Perumusan Masalah dan Batasan Masalah

### 1.2.1 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang dijelaskan di atas mengenai perlunya memperhatikan pelayanan kepada pelanggan yang menimbulkan keluhan oleh pelanggan pada PT. United Tractors Service Division *workshop* cabang Jakarta. Berdasarkan masalah di atas maka rumusan masalah yang akan dibahas oleh peneliti adalah:

1. Bagaimana proses pelayanan pada *workshop* PT. United Tractors cabang Jakarta?
2. Bagaimana penanganan atas keluhan yang diberikan oleh pelanggan pada *workshop* PT. United Tractors cabang Jakarta?

### 1.2.2 Batasan Masalah

Batasan masalah yang diambil dalam Tugas Akhir ini agar tidak menyimpang ke permasalahan yang lain maka penulis hanya membatasi permasalahan sebagai berikut:

1. Pelanggan yang memberikan keluhan pekerjaan di *workshop* melalui UT Call pada PT. United Tractors *Service Division* cabang Jakarta.
2. Pelanggan yang memberikan keluhan pada Oktober sampai Desember 2017

## 1.3 Tujuan penelitian

Dengan melihat rumusan masalah di atas tujuan penelitian yang hendak dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui proses pelayanan dari awal hingga akhir yang dilakukan oleh *timservice workshop* PT. United Tractors cabang Jakarta.
2. Untuk mengetahui bagaimana penanganan atas keluhan pelanggan oleh *timservice workshop* PT. United Tractors cabang Jakarta serta jalur-jalur penyelesaiannya.



## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dari penulisan Tugas Akhir dapat memberikan masukan bagi perusahaan sebagai bahan evaluasi dan bahan pertimbangan untuk perkembangan perusahaan pada masa yang akan datang.

### 2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi penelitian-penelitian berikutnya dan diharapkan penelitian berikutnya mampu memperbaiki dan menyempurnakan dari kekurangan-kekurangan dalam penelitian ini.

### 3. Bagi Peneliti

- a. Menambah pengetahuan peneliti mengenai pelayanan yang baik.
- b. Untuk mengetahui tahap-tahap serta penyelesaian permasalahan dalam menangani keluhan pelanggan.
- c. Sebagai pengalaman dan bekal memasuki dunia kerja nantinya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Deskripsi Objek Penelitian**

Objek Penelitian menjadi salah satu sasaran utama dalam melakukan penelitian, untuk dapat menjawab permasalahan atau fenomena yang ada dari suatu perusahaan. Sesuai dengan pengertian objek penelitian yang dikemukakan oleh Sugiyono bahwa “objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.<sup>6</sup>

Objek penelitian dalam penelitian ini yaitu proses pada pelayanan yang mengakibatkan terdapatnya *complaint* yang diberikan oleh pelanggan. Yang merupakan variabel dari kepuasan pelanggan atas jasa perbaikan pada PT. United Tractors Service Division *Workshop* Cabang Jakarta.

Pada penelitian ini yang menjadi informan untuk menjawab permasalahan atau fenomena yang ada dari perusahaan PT. United Tractors Service Division *workshop* cabang Jakarta yaitu para karyawan diposisi senior yang sudah bekerja lebih dari 5 (lima) tahun dalam menangani jasa perbaikan.

#### **2.2 Kerangka Teori**

##### **2.2.1 Manajemen Pemasaran**

Dalam sebuah perusahaan kegiatan pemasaran merupakan kegiatan yang paling penting untuk mengembangkan diri, mendapatkan laba dan yang terpenting demi kelangsungan perusahaan itu sendiri. Kegiatan ini bertujuan agar perusahaan dapat memenuhi kebutuhan para konsumennya. Perusahaan juga harus memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan perusahaan dapat terus berjalan, atau konsumen memiliki pandangan yang lebih baik kepada

---

<sup>6</sup>Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta. hal 38

perusahaan. Proses pemasaran itu dimulai jauh sejak sebelum barang diproduksi. Adapun menurut para ahli:

Menurut Indriyono Gitosudarmo mengatakan bahwa “Manajemen pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang direncanakan dengan baik, diorganisasikan, dikoordinasikan serta diawasi akan membuah hasil yang memuaskan.”<sup>7</sup>

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller mendefinisikan “Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memiliki pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.”<sup>8</sup>

Menurut Kotler & Armstrong yang dikutip oleh Nembah F. Hartimbul Ginting “Manajemen pemasaran adalah analisis perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian atas program yang dirancang dalam menciptakan, membangun dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dengan maksud untuk mewujudkan tujuan organisasi”.<sup>9</sup>

Pemasaran itu bukan hanya soal menjual barang dan jasa melainkan seluruh kegiatan usaha yang menyangkut perusahaan, penentuan harga, promosi dan pendistribusian produk yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

### 2.2.2 Pemasaran

Semakin ketatnya persaingan antar perusahaan, maka perusahaan dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Mengingat pemasaran ialah ujung tombak perusahaan dimana dalam kegiatan yang dilakukannya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, melakukan perkembangan terhadap perusahaan dan mencapai titik tujuan perusahaan dalam memperoleh laba.

---

<sup>7</sup>Gitosudarmo, Indriyo. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan keempat. Yogyakarta: BPFE. hal 3

<sup>8</sup>Philip Kotler. 2009. *Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga. hal 6

<sup>9</sup>Ginting, Nembah F Hartimbul. 2015. *Manajemen pemasaran*. Cetakan Ketiga. Bandung : Yrama Widya. hal 5

Definisi pemasaran sendiri yaitu, menurut William J. Santon yang dikutip Danang Sunyoto “Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.”<sup>10</sup>

Definisi Pemasaran menurut Philip Kotler yang merupakan bapak Marketing dunia, mendefinisikan pengertian pemasaran yang dikutip oleh Danang Sunyoto, menyatakan bahwa pengertian pemasaran yaitu: “Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.”<sup>11</sup>

Menurut Basu Swastha yang dikutip juga oleh Danang Sunyoto mengemukakan bahwa:

“Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi, sedangkan menjual adalah ilmu dan seni memengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.”<sup>12</sup>

### 2.2.3 Jasa

#### 2.2.3.1 Pengertian Jasa

Mendefinisikan jasa adalah suatu hal yang sama sekali tidak mudah, karena banyaknya pendapat dan definisi yang muncul dikalangan akademis mengenai pengertian jasa itu sendiri. Peneliti berusaha mengutip beberapa definisi mengenai jasa yang dikemukakan oleh pelopor-pelopor sebagai berikut:

---

<sup>10</sup>Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga, Yogyakarta: CAPS. hal 18

<sup>11</sup>Ibid

<sup>12</sup>Ibid

Menurut William J. Stanton yang dikutip oleh Prof. Dr. H. Buchari Alma definisi jasa yaitu<sup>13</sup>:

*“Services are those separately identifiable, essentially intangible activities that provide want-satisfaction, and that are not necessarily tied to the sale of a product or another service. To produce a service may or may not require the use of tangible goods. However, when such use is required, there is no transfer of the title (permanent ownership) to these tangible goods”.*

Selanjutnya, menurut Zethaml dan Bitner dalam Lupioyadi memberikan batasan tentang jasa sebagai berikut

“Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) konsumen.”<sup>14</sup>

Dapat disimpulkan jasa merupakan kegiatan yang dapat diidentifikasi secara terpisah yang pada dasarnya tidak berwujud, namun dapat memberikan nilai tambah (kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) untuk konsumen.

### 2.2.3.2 Klasifikasi Jasa

Jasa dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa faktor sebagai berikut<sup>15</sup> :

#### 1. Klasifikasi Jasa Berdasarkan Kontak Antara Konsumen dan Penyedia Jasa

##### a. Jasa dengan kontak tinggi

Konsumen harus menjadi bagian dari sistem yang menerima jasa. Pada jasa pendidikan diperguruan tinggi kehadiran mahasiswa menjadi sangat berperan untuk

<sup>13</sup>Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Keduabelas. Bandung: Alfabeta. hal 234

<sup>14</sup>Lupioyadi. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba. hal 7

<sup>15</sup>Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor : In Media. hal 128

terwujudnya penyampaian jasa. Demikian juga jasa rumah sakit yang menuntut kehadiran pasien agar dapat didiagnosa dan diberikan obat yang tepat. Pada jasa transportasi dituntut hadirnya penumpang.

b. Jasa dengan kontak rendah

Konsumen tidak perlu menjadi bagian dari sistem untuk menerima jasa. Seperti pada jasa perbaikan mobil yang diperlukan ada di lokasi adalah mobilnya, bukan pemilik mobilnya tersebut. Demikian juga jasa pembuatan spanduk, percetakan, jasa pengetikan naskah, dan lain-lain.

2. Klasifikasi Jasa Berdasarkan Kesamaan dengan Manufaktur

a. Jasa murni

Jasa ini tergolong kontak tinggi, tanpa persediaan, atau dengan kata lain sangat berbeda dengan manufaktur. Seperti jasa tukang cukur dan operasi bedah yang memberikan jasa saat konsumen berada di tempat jasa tersebut dihasilkan.

b. Jasa semi manufaktur

Jasa ini tergolong kontak rendah, memiliki kesamaan dengan produk barang manufaktur, dan konsumen tidak harus menjadi bagian dari proses produksi jasa. Seperti jasa pengantaran, asuransi, jasa perbankan dan kantor pos.

c. Jasa campuran

Kelompok jasa yang tergolong kontak menengah. Gabungan beberapa sifat jasa murni dan jasa semi manufaktur.

### 2.2.3.3 Karakteristik Jasa

Karakteristik jasa dalam hal ini dibedakan menjadi empat, yaitu 1) tidak berwujud (*intangibility*), 2) tidak dapat dipisahkan (*inseparability*), 3) heterogenitas (*heterogeneity*), 4) dan cepat hilang dan permintaan yang fluktuasi (*perishability and fluctuating demand*).<sup>16</sup>

#### 1. Tidak berwujud (*intangibility*)

Jasa mempunyai sifat tidak berwujud karena tidak bisa dilihat, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian. Agar kepercayaan konsumen dapat ditingkatkan, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pemilik jasa, yaitu:

- a. Meningkatkan visualisasi jasa.
- b. Pemberi jasa tidak hanya menggambarkan ciri-ciri suatu jasa, tetapi justru lebih menekan manfaat dari jasa tersebut.
- c. Penataan fisik, harus menjurus pada pelayanan yang cepat dan efisien. Harus menimbulkan kesan yang bersih dan rapi.
- d. Penataan dokumentasi, harus dilakukan dengan penataan yang rapi, terjamin keamanannya dan efisien.

#### 2. Tidak dapat dipisahkan

Suatu bentuk jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu merupakan orang atau mesin, apakah sumber itu hadir atau tidak hadir, produk fisik yang berwujud tetap ada.

#### 3. Heterogenitas

Industri jasa atau penjual jasa individu tidak mungkin mengadakan standarisasi *output*. Setiap unit jasa berbeda satu sama lain.

---

<sup>16</sup>Danang Sunyoto. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS. hal 189

#### 4. Cepat hilang dan permintaan yang fluktuasi

Jasa itu cepat hilang dan tidak dapat disimpan, dan pasaran jasa itu berubah-ubah menurut musim, menurut jam, dan hari. Karena cepat rusak dan permintaan yang berubah-ubah, maka perlu adanya pengelolaan yang tepat. Misalnya melalui peningkatan kemampuan petugas kelengkapan dan pemeliharaan sarana dan prasarana.

### 2.2.4 Pelayanan Pelanggan

#### 2.2.4.1 Pengertian Pelayanan Pelanggan

Pelayanan pelanggan adalah suatu aktivitas yang dilakukan perusahaan dan meningkatkan apa yang telah menjadi standar perusahaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan merupakan suatu alat komunikasi, dan perusahaan-perusahaan dapat mengetahui pelanggan serta menampung keluhan-keluhannya sehingga pada akhirnya dapat memberi kepuasan kepada pelanggan tersebut. Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus memandang keseluruhan produk tidak hanya dalam kaitannya dengan kebutuhan yang dipuaskan oleh barang-barang fisik tetapi juga oleh jasa pelayanannya.

Menurut Lupioyadi dalam bukunya *Manajemen Pemasaran Jasa* adalah sebagai berikut:

“Pelayanan konsumen meliputi berbagai aktifitas diseluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan mulai dari pemesanan, pemproses, hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerjasama dengan konsumen.”<sup>17</sup>

Pendapat diatas menjelaskan bahwa pelayanan konsumen adalah segala aktifitas yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kegunaan dari barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan demi tercapainya konsumen. Pelayanan pelanggan juga merupakan suatu alat

---

<sup>17</sup>Lupioyadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba. hal 139



komunikasi untuk menjaga hubungan dengan perusahaan dan konsumen agar dapat terjalin dengan baik.

#### 2.2.4.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler, “Kualitas pelayanan diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.”<sup>18</sup>

Wijaya, Tony berpendapat tentang kualitas pelayanan sebagai berikut.

“Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya kualitas didasarkan dengan pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut. Jadi, kualitas jasa merupakan suatu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.”<sup>19</sup>

Menurut Goetsch dan Davis, “Kualitas pelayanan sebagai salah satu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau bahkan mungkin melebihi harapan.”<sup>20</sup>

Menurut Belch, “Kualitas pelayanan adalah seberapa baik tingkat layanan yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan tingkat ekspektasi konsumen. Kualitas sebagai kondisi yang dapat berubah yang berhubungan dengan produk, jasa, proses, sumber daya manusia, serta lingkungan yang memenuhi.”<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup>Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi. hal 85

<sup>19</sup>Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. INDEKS. hal 11

<sup>20</sup>Ibrahim, Amin. 2008. *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya*. Bandung: Mandar Maju. Hal 46

<sup>21</sup>Dirgantara, Harya Bima dan Aryo Tri Sambodo. 2015. *Penerapan Model Importance Performance Analysis dalam Studi Kasus: Analisis Kepuasan Konsumen bhinneka.com*. hal 57

Dapat ditarik kesimpulan dari definisi-definisi di atas bahwa kualitas pelayanan itu merupakan suatu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan kepada pelanggan yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, sumber daya manusia, serta lingkungan yang memenuhi.

#### 2.2.4.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan jasa mempunyai beberapa dimensi. Menurut Pasuraman yang dikutip oleh Fandy Tjiptono ada sepuluh dimensi dari kualitas pelayanan jasa setelah melalui uji statistik yang dikenal dengan faktor analisis, sepuluh dimensi ini dapat diringkas menjadi lima dimensi, yaitu:<sup>22</sup>

##### 1. Bukti Langsung (*Tangibles*)

Bukti langsung meliputi penampakan dari fasilitas, gedung, peralatan dan penampilan dari karyawan perusahaan. Sebuah perusahaan yang mempunyai fasilitas yang lengkap serta gedung yang memadai akan mempengaruhi evaluasi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut.

##### 2. Keandalan (*Reliability*)

Kehandalan menunjukkan seberapa jauh penyedia jasa sanggup memberikan pelayanan atau jasa sama seperti yang telah dijanjikan secara akurat dan tepat.

##### 3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap menunjukkan kemauan dan komitmen dari penyedia jasa untuk membantu pelanggan dalam memberikan jasa pada waktu yang tepat. Daya tanggap bukan hanya menyangkut dari cepatnya suatu pelayanan yang diberikan, tetapi juga kemauan dari penyedia jasa atau karyawan dalam membantu konsumen.

##### 4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan meliputi kompetensi, *courtesy*, kredibilitas dan keamanan. Kompetensi terdiri dari keahlian dan pengetahuan dari para karyawan dalam memberikan

---

<sup>22</sup>Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI OFFSET. hal 59

pelayanan. *Courtesy* meliputi kesopanan dan keramahan dari karyawan terhadap konsumen. Kredibilitas menyangkut reputasi suatu perusahaan.

#### 5. Empati (*Empathy*)

Empati meliputi *access, communication* dan *understanding customer*. Kemampuan cara berkomunikasi para karyawan untuk menjelaskan dengan baik mengenai pelayanan yang disediakan akan memberikan dampak positif dari penilaian konsumen.

### 2.2.5 Kepuasan Pelanggan

#### 2.2.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Menurut Kotler, “Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa, tetapi kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas, senang atau gembira.”<sup>23</sup>

Menurut Tse dan Wilton kepuasan pelanggan adalah “Kepuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan.”<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup>Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS. hal. 227

<sup>24</sup>Tjiptono, Fandy. Op Cit. hal 169

Menurut Sunyoto, “Kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan.”<sup>25</sup>

Dari definisi-definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang merasa puas dapat menimbulkan manfaat tersendiri bagi perusahaan, seperti akan bersedia datang kembali untuk melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

#### 2.2.5.2 Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan

Menurut Kuswadi, keputusan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:<sup>26</sup>

##### 1. Mutu Produk atau Jasa

Yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya.

##### 2. Mutu Pelayanan

Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu.

##### 3. Harga

Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.

---

<sup>25</sup>Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS. hal 115

<sup>26</sup>Muh Yunus Bandu. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat. *Skripsi Sarjana Sosial dan Politik*. (Makassar: Perpustakaan Universitas Hasanuddin) hal. 54

#### 4. Waktu Penyerahan

Maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

#### 5. Keamanan

Pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut.

### 2.2.5.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang dapat digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya. Kotler mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan.<sup>27</sup>

#### 1. *Complaint and Suggestion System* (Sistem Keluhan dan Saran)

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang biasa digunakan meliputi kotak kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus, dan lain-lain. Informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk memberikan respon secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul.

#### 2. *Customer Satisfaction Survey* (Survei Kepuasan Pelanggan)

Metode survei dilakukan dengan menggunakan pos, telepon ataupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik

---

<sup>27</sup> Tjiptono Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Yogyakarta: ANDI. hal 314

secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

### 3. *Ghost Shopping* (Pembeli Bayangan)

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan pesaing. Lalu *ghost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara dan pesaingnya dalam menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani keluhan pelanggan.

### 4. *Lost Customer Analysis* (Analisis Pelanggan yang Lari)

Dengan metode ini, perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

## 2.2.6 Layanan Purna Jual

Sebagai perusahaan yang bertanggung jawab kepada konsumen, juga sebagai salah satu upaya mempertahankan konsumen dengan cara memberikan rasa aman atau jaminan kepada konsumen maka perlu dijalin hubungan lanjutan setelah terjadinya transaksi atau biasa disebut dengan Purna Jual (*After Sales*). Purna jual menurut Hindle dan Thomas dalam Fandy Tjiptono “Layanan purna jual adalah suatu layanan yang disediakan oleh produsen kepada konsumen setelah konsumen tersebut membeli produk dari perusahaan tersebut.”<sup>28</sup>

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/Per/5/2009 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pengawasan Barang dan/atau Jasa: “Pelayanan purna jual adalah pelayanan yang diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen terhadap barang dan/atau jasa yang dijual dalam hal jaminan mutu,

---

<sup>28</sup>Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Yogyakarta: ANDI. hal 32

daya tahan, kehandalan operasional sekurang-kurangnya selama 1 (satu) tahun.”<sup>29</sup>

Konsumen dalam membeli suatu produk didasarkan atas kebutuhan dan adanya keinginan akan produk tersebut. Semakin besar manfaat dan nilai dari suatu produk semakin besar keinginan konsumen untuk memuaskan kebutuhannya. Perusahaan cenderung untuk memberikan suatu kegiatan pelayanan. Pemberian pelayanan kepada konsumen tidak hanya dilakukan perusahaan yang menjual produk harus memberikan dan mengelola jasa pelayanan ini bagi konsumen.

Menurut Kotler unsur-unsur pelayanan purna jual yang dilakukan penjual setelah penjualan antara lain:<sup>30</sup>

a. Garansi

Garansi ditunjukkan untuk meyakinkan pelanggan bahwa produk dalam keadaan baik atau bebas dari kerusakan, akibat dari ketidaktepatan pengerjaan atau penggunaan material yang kurang baik yang berlaku untuk jangka waktu tertentu.

b. Penyediaan *Accessories* atau *Spare part*

Penyediaan *accessories* atau *spare part* merupakan salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam usaha untuk memuaskan pelanggan.

c. Pelayanan pemeliharaan/Konsultasi Lanjutan (Berkala)

Pelayanan pemeliharaan diperlukan apabila suatu produk memiliki masa konsumsi yang lama dan memerlukan perawatan yang teratur agar dapat selalu berfungsi dengan baik.

d. Pelayanan Perbaikan

Melakukan perbaikan atas kerusakan yang terjadi pada produk tersebut selama pemakaian.

---

<sup>29</sup> Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/Per/5/2009

<sup>30</sup> Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2 Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga. hal 508

e. Fasilitas dan Perlengkapan (Suku Cadang)

Fasilitas dan perlengkapan suatu produk merupakan saran untuk melakukan layanan purna jual. Peralatan dan perlengkapan yang canggih akan dapat menentukan kelancaran pelayanan petugas dalam melakukan pemeliharaan dan perbaikan produk yang dibeli pelanggan.

### 2.2.7 Keluhan Pelanggan

Alasan pelanggan mengeluh pada umumnya adalah karena mereka merasa tidak puas atas jasa yang diberikan sehingga berakibat pada pelanggan yang menuntut atas ketidakpuasan pelayanan yang diberikan seperti yang dikutip sebelumnya bahwa pelayanan merupakan aspek yang sangat penting untuk diberikan, jika pelayanan baik maka pelanggan akan mengapresiasi dan merasa puas atas pelayanan yang diberikan atau sebaliknya, jika pelayanan tersebut buruk maka akan berakhir pada protes (ketidakpuasan) atau yang disebut sebagai *complaint*.

Kutipan Majid mengemukakan bahwa: “*complaint* adalah sesuatu yang manusiawi sebagai bentuk reaksi atas apa yang diterima yang tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan dan diharapkan.”<sup>31</sup>

Akan tetapi banyak hal yang menyebabkan pelanggan mengeluh atau tidak puas, yaitu :

- a. Pelayanan yang diharapkan dari kita tidak seperti yang mereka harapkan
- b. Mereka diacuhkan, misalnya dibiarkan menunggu tanpa penjelasan
- c. Tidak ada yang mau mendengarkan
- d. Seseorang berlaku tidak sopan atau tidak membantu mereka
- e. Tidak ada yang mau bertanggung jawab untuk suatu kesalahan
- f. Ada kegagalan komunikasi
- g. Dan lain-lain.”

---

<sup>31</sup>Majid, Suharto Abdul. 2009 .*Costumer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta: Rajawali Pers. hal 151



### 2.2.8 Penanganan Keluhan

Menurut Tjiptono dan Chandra menentukan bahwa ada empat aspek dalam penanganan keluhan. Model dari Tjiptono ini merupakan rangkuman dari model-model penanganan keluhan seperti Stauss, Boshoff, dan Tax Brown. Berikut ini adalah aspek penanganan keluhan menurut Tjiptono, yaitu:<sup>32</sup>

#### 1. Empati terhadap pelanggan yang marah

Dalam menghadapi pelanggan yang emosi atau marah, staff layanan pelanggan harus 'berkepala dingin' dan bersikap empati. Bila tidak, situasi bakal bertambah runyam. Untuk itu perlu diluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dengan demikian permasalahan yang dihadapi dapat menjadi jelas, sehingga pemecahan yang optimal dapat diupayakan bersama. Menurut Lovelock & Writz empati mempunyai tiga dimensi, yaitu:

##### a. *Access*

Perusahaan mudah didekati dan kontakannya mudah dihubungi.

##### b. *Communication*

Mendengarkan pelanggan dan selalu memberitahu pelanggan tentang informasi terbaru.

##### c. *Understanding the customer*

Membuat upaya untuk mengenal pelanggan dan mengetahui kebutuhan mereka.

#### 2. Kecepatan dalam penanganan keluhan

Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila keluhan tersebut ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan pelanggan tersebut menjadi puas. Apabila pelanggan puas dengan cara penanganan keluhannya, maka besar kemungkinan ia akan menjadi pelanggan perusahaan kembali. Menurut Lovelock & Wirtz jika keluhan

---

<sup>32</sup>Tjiptono dan Chandra. 2011. *Service, Quality, and Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi. hal 362

dibuat pada saat penyampaian layanan, maka waktu adalah esensi untuk mencapai pemulihan penuh. Ketika layanan dibuat setelah fakta, banyak perusahaan telah membuat kebijakan untuk merespon dalam waktu 24 jam, atau lebih cepat. Bahkan ketika resolusi penuh memakan waktu lebih lama, respon cepat tetap paling penting.

3. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan.

Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi ‘win-win’ (*fair, realistis, and proporsional*), dimana pelanggan dan perusahaan sama-sama diuntungkan. Menurut Lovelock & Wirtz dimensi keadilan terbagi menjadi tiga, yaitu:

a. *Procedural justice*

Pelanggan mengharapkan perusahaan untuk bertanggung jawab, yang merupakan kunci awal dari prosedur yang adil, diikuti dengan proses pemulihan yang nyaman dan responsif. Ini juga mencakup fleksibilitas sistem dan mempertimbangkan saran dari pelanggan dalam proses pemulihan.

b. *Interactional justice*

Meliputi karyawan dari perusahaan yang memberikan pemulihan layanan dan perilaku mereka terhadap pelanggan. Memberikan penjelasan tentang kegagalan dan membuat upaya untuk menyelesaikan masalah merupakan hal yang paling penting. Bagaimanapun, upaya pemulihan tersebut harus tulus, jujur dan sopan.

c. *Outcome justice*

Mengenai kompensasi yang diterima pelanggan dari hasil kehilangan dan ketidaknyamanan yang terjadi karena kegagalan jasa. Ini juga mencakup kompensasi waktu, upaya, dan energi yang dihabiskan pada saat proses pemulihan layanan.

4. Kemudahan pelanggan baru untuk menghubungi perusahaan. Hal ini sangat penting bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, maupun keluhannya. Disini sangat dibutuhkan adanya metode komunikasi yang mudah dan

relatif tidak mahal, dimana pelanggan dapat menyampaikan keluhan-keluhannya. Bila perlu dan memungkinkan, perusahaan dapat menyediakan saluran telepon bebas pulsa (*hot line service*) dan/atau *website* untuk menampung keluhan pelanggan. Berikut ini berbagai macam *service delivery channel* yang harus dimiliki perusahaan, yaitu:

a. *Service outlets*

Pesan yang direncanakan dan tidak direncanakan sama-sama menjangkau pelanggan melalui media dari lingkungan penyampaian layanan. Pesan umum bisa didistribusikan melalui bentuk banner, poster, video dan audio.

b. *Frontline employees*

Karyawan diposisi *frontline* bisa melayani pelanggan secara *face-to-face*, dengan telepon, atau melalui email. Komunikasi dari karyawan *frontline* mengambil bentuk layanan inti dan berbagai layanan tambahan, termasuk memberikan informasi, mengambil pesan, menerima pembayaran dan memecahkan masalah. Pelanggan baru biasanya bergantung pada staf *customer service* untuk meminta bantuan dalam mempelajari bagaimana menggunakan layanan secara efektif dan untuk memecahkan masalah.

c. *Self-service delivery points*

ATM, *vending machine* dan website adalah contoh dari layanan *self-service*. Layanan *self-service* sering dipakai dalam komunikasi secara efektif dengan pelanggan tetap dan pelanggan potensial dan layanan *cross-sell* dan mempromosikan layanan baru.

## 2.2.9 Mutu Jasa

Menurut Phillip B. Crosby yang dikutip oleh Abdul Hadis “Mutu adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang diisyaratkan. Suatu produk memiliki mutu apabila sesuai dengan yang

standar atau kriteria mutu yang telah ditentukan, standar mutu tersebut meliputi bahan baku proses produksi dan produk jadi.”<sup>33</sup>

Menurut Edwards Deming yang dikutip oleh Mulyadi “Mutu adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Perusahaan yang bermutu adalah perusahaan yang menguasai pangsa pasar karena hasil produksinya sesuai dengan kebutuhan konsumen, sehingga menimbulkan kepuasan konsumen. Jika konsumen merasa puas, maka mereka akan setia membeli produk perusahaan tersebut baik berupa barang maupun jasa.”<sup>34</sup>

Jadi, mutu jasa itu merupakan kepuasan pelanggan sepenuhnya dalam bidang jasa, dimana produk dan produksinya sesuai dengan standar dan kriterianya masing-masing yang sesuai dengan kebutuhan manusia sehingga menimbulkan suatu kepuasan terhadap konsumen.

Setiap individu memiliki penilaian yang cenderung berbeda satu dengan yang lainnya, dimana konsumen mengharapkan keberadaan produk jasa yang memiliki mutu jasa dan pengguna jasa mengharapkan adanya mutu jasa yang baik.

Menurut *Lovelock* yang dikutip oleh Nirwana keinginan akan jasa (*desired service*) yang bermutu dipengaruhi beberapa faktor.<sup>35</sup>

#### 1. Faktor internal

Dapat meliputi kebutuhan terhadap keberadaan produk jasa. Serta keyakinan untuk mendapatkan produk jasa yang sedang dikehendaki, dan kemungkinan untuk mendapatkan jasa yang diharapkan.

#### 2. Faktor eksternal

Dapat terdiri dari adanya pengalaman masa lalu konsumen terhadap jasa. Konsumen mempertimbangkan dengan pengalaman masa lalu berkaitan dengan jasa. Jika pengalaman masa lalu merupakan pengalaman yang memuaskan, maka akan terjadi

---

<sup>33</sup>Hadis, Abdul dan Nurhayati. 2010. *Manajemen Mutu Pendidikan*. Bandung: Alfabeta. hal 2

<sup>34</sup>Mulyadi. 2010. *Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Mengembangkan Mutu*. Malang: UIN Maliki Press. hal 78

<sup>35</sup>Nirwana. 2012. *Pemasaran Jasa*. Malang: Alta Pustaka. hal 57

permintaan ulang terhadap jasa. Sebaliknya jika pengalaman tidak memuaskan, tentu tidak akan mengulangi pembelian.

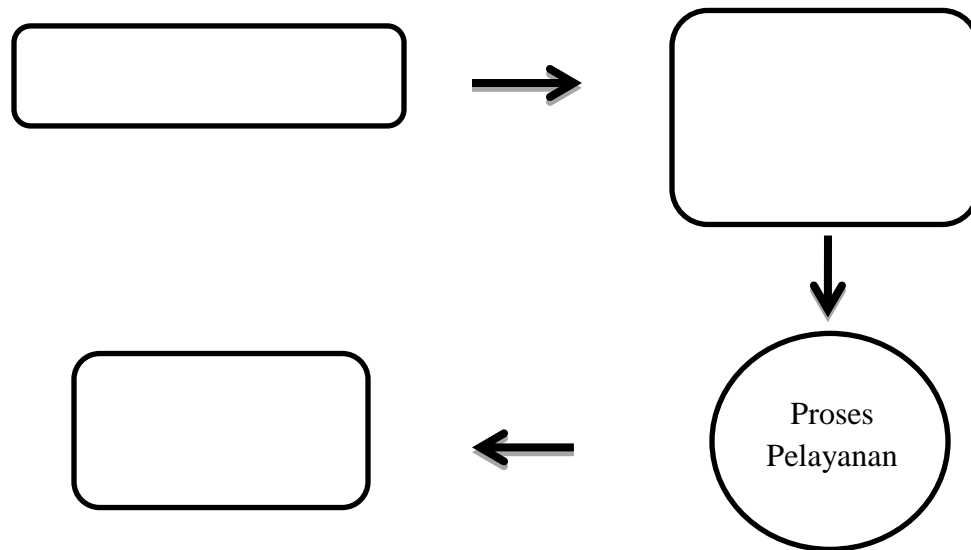
### **2.3 Hasil Penelitian yang Relevan**

Hasil penelitian yang relevan sebagai berikut:

1. Penelitian mengenai “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan” oleh Wili Andri Sanata Dharma, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta tahun 2007 dengan penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian ini untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan TIKI cabang Yogyakarta dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda dan hasilnya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara serempak antara kelima variable dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Penelitian mengenai “Limpahan Pengetahuan Pada Klaster Industri Animasi di Cimahi” oleh Siti Qomariyah, Unpas Bandung tahun 2016 dengan penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif. Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana terjadinya limpahan pengetahuan pada klaster industri animasi di Cimahi dengan menggunakan metode triangulasi dan hasilnya limpahan pengetahuan pada klaster industri animasi di Cimahi terjadi secara vertical dan horizontal.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1  
Skema Kerangka Pemikiran



Penulis membuat konsep kerangka pemikiran mengenai Tugas Akhir yang berlokasi pada PT. United Tractors Tbk di bagian *service division workshop* cabang Jakarta mengenai proses pelayanannya kepada pelanggan. Proses pelayanan rentan terhadap keluhan pelanggan, bagaimana cara perusahaan menangani keluhan yang diberikan oleh pelanggan dan apa korelasinya antara proses pelayanan dengan keluhan pelanggan.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Subyek dan Obyek Penelitian

##### 3.1.1 Subyek Penelitian

##### 3. Populasi

Menurut Sugiyono, “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penerima untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”<sup>36</sup>. Populasi dalam penelitian ini adalah informan yang menangani jasa perawatan atau perbaikan alat berat di PT. United Tractors *Service Divisionworkshop* cabang Jakarta.

##### 4. Teknik Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* yaitu pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama terhadap seluruh anggota populasi serta menetapkan tujuan tertentu pada sampel yang akan diteliti. Dalam menentukan sampel, penulis menggunakan *Judgemental Sampling* atau *Purposive Sampling* “*Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu”<sup>37</sup>.

Sehingga sampel yang akan diteliti yaitu pada informan yang akan diwawancarai dan dipilih atas dasar bahwa mereka telah menduduki posisi senior dalam *service division* serta memilikipengalaman minimal 5 (lima) tahun dalam menangani unit-unit yang diperbaiki pada workshop cabang Jakarta sebanyak 5 (lima) orang.

---

<sup>36</sup>Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta. hal 38

<sup>37</sup>Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta. hal 218

### 3.1.2 Obyek Penelitian

Obyek pada penelitian ini adalah menggali informasi mengenai proses pelayanan serta keluhan yang disampaikan oleh customer di PT. United Tractors Service Divison *workshop* cabang Jakarta dan penanganan keluhannya.

#### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan di PT. United Tractors Tbk Jakarta yang berada di Jalan Raya Bekasi Km 22 Jakarta 13910.

#### 2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan selama empat bulan, terhitung mulai tanggal 22 Desember 2017 sampai tanggal 27 April 2018. Jam kerja yaitu:

Senin – Kamis : 07.30 sampai 16.30

Jumat : 07.30 sampai 17.00

## 3.2 Sumber Data

Pada saat melakukan observasi, peneliti mengumpulkan data yang harus diolah. Jenis data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 3.2.1 Data Primer

Data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung melalui obyeknya selama melakukan penelitian. Data primer ini berasal dari pengamatan langsung selama kerja praktik, serta melakukan wawancara secara langsung kepada informan. Data ini diperoleh dengan wawancara langsung pada bagian *workshop* meliputi kepala bagian, karyawan atau mekanik PT. United Tractors.

### 3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi berupa tulisan yang berasal dari referensi hasil penelitian orang lain karena data yang diperoleh dari hasil penelitian orang lain akan lebih cepat dan mudah serta minim dalam



pembiayaannya. Seperti data perusahaan, data dari internet dan dari referensi yang dimaksud untuk mendapatkan informasi agar diperoleh kerangka pikir secara teoritis terhadap apa yang diteliti.

### 3.3 Instrumen Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti melakukan pengukuran maka peneliti memerlukan alat ukur yang baik, alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan dengan instrument penelitian. Menurut Sugiyono “instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati, secara spesifik semua fenomena ini disebut variable penelitian”<sup>38</sup>. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah berupa wawancara.

Instrumen penelitian terdiri dari dimensi yang akan diukur dan indikator yang akan ditanyakan kepada informan. Instrumen penelitian yang terdapat dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.1  
Tabel Operasional Wawancara Tahapan-Tahapan

Dimensi	Indikator Dimensi	Sumber
Tahap Input: Penanganan konsumen	Indikator: 1. SDM 2. Dana 3. Sarana	Alwi A 2011
Tahap Proses: Proses Service	Indikator: 1. Metode 2. Tata Cara 3. Pelaksanaan	

<sup>38</sup>Opcit, hal. 102

Tahap Output: Penanganan Keluhan	Indikator: 1. Hasil Tindakan 2. Tingkat Kepuasan Pelanggan 3. Dampak	
-------------------------------------	---	--

Sumber: Data diolah

Tabel 3.2  
Tabel Operasional Wawancara Aspek Penanganan Keluhan

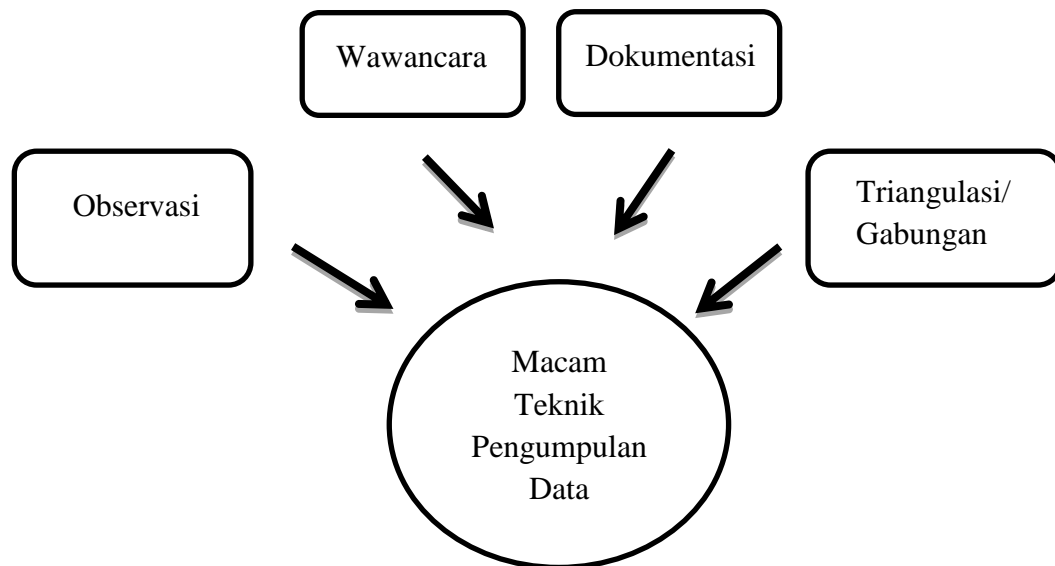
Dimensi	Indikator Dimensi	Sumber
Empati Terhadap Pelanggan yang Marah	Indikator: 1. Access 2. Communication 3. Understanding The Customer 4. Upaya mengenal pelanggan	Tjiptono 2011
Kecepatan dalam Penanganan Keluhan	Indikator: 1. Action	
Kewajaran atau Keadilan dalam Memecahkan Permasalahan atau Keluhan	Indikator: 1. Procedural Justice 2. Interactional Justice 3. Outcome Justice	
Kemudahan Pelanggan untuk Menghubungi Perusahaan	Indikator: 1. Service Outlets 2. Frontline employees	

Sumber: Data diolah

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan bahan penting yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis dan mencapai tujuan penelitian. Oleh karena itu, data dan kualitas data merupakan pokok penting dalam penelitian karena menentukan kualitas hasil penelitian. Data diperoleh dari suatu proses yang disebut pengumpulan data. Menurut Ulber Silalahi “Pengumpulan data adalah suatu proses mendapatkan data empiris melalui responden dengan menggunakan metode tertentu”<sup>39</sup>

Teknik pengumpulan secara umum terdapat empat macam pengumpulan yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi atau gabungan. Menurut Sugiyono teknik pengumpulan data ditunjukkan pada gambar berikut:<sup>40</sup>



Gambar 3.1 Macam-macam Teknik Pengumpulan Data

Sumber: Sugiyono

<sup>39</sup>Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika. hal 280

<sup>40</sup>Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta. hal 309

### 3.4.1 Observasi

Observasi adalah proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai gejala-gejala yang diteliti. Merupakan salah satu dari teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, yang direncanakan dan dicatat secara sistematis, serta dapat dikontrol keandalan (reliabilitas) dan kesahihannya (validitas).

Menurut Nasution yang dikutip oleh Sugiyono “observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan”.<sup>41</sup> Sedangkan menurut Patton dalam Nasution yang dikutip oleh Sugiyono, manfaat observasi adalah sebagai berikut:

1. Dengan observasi di lapangan peneliti akan lebih mampu memahami konteks data dalam keseluruhan situasi social, jadi akan dapat diperoleh pandangan yang holistic atau menyeluruh.
2. Dengan observasi maka akan diperoleh pengalaman langsung.
3. Dengan observasi, peneliti dapat melihat hal-hal yang kurang atau tidak diamati oleh orang lain, khususnya orang yang berada dalam lingkungan itu, karena telah dianggap “biasa” dan arena itu tidak akan terungkap dalam wawancara.
4. Dengan observasi, peneliti dapat menemukan hal-hal yang sedianya tidak akan terungkap oleh informan dalam wawancara karena bersifat sensitive atau ingin ditutupi karena dapat merugikan nama lembaga.
5. Dengan observasi, peneliti dapat menemukan hal-hal yang di luar persepsi informan, sehingga peneliti memperoleh gambaran yang lebih komprehensif.
6. Melalui pengamatan di lapangan, peneliti tidak hanya mengumpulkan data yang kaya, tetapi juga memperoleh kesan-kesan pribadi, dan merasakan suasana situasi social yang diteliti.

Tahap awal sebelum peneliti sebelum memutuskan untuk mewawancarai seseorang atau informan, yaitu melakukan observasi. Dengan adanya observasi membuat peneliti lebih mengetahui objek, kondisi proses pelayanan dan bagaimana terjadinya penanganan yang baik untuk mengatasi keluhan yang diberikan oleh pelanggan. Observasi

---

<sup>41</sup>Ibid. hal 310

ini dilakukan dengan berkoordinasi dengan para superior di *workshop* cabang Jakarta dan membuat janji untuk melakukan wawancara.

### 3.4.2 Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*)

Wawancara adalah percakapandengan maksud tertentu.Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Maksud mengadakan wawancara, seperti ditegaskan oleh Lincoln dan Guba yang dikutip oleh Lexy Moleong antara lain:<sup>42</sup>

2. Mengkontruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain kebulatan.
3. Merekonstruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu
4. Memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang diharapkan untuk dialami pada masa yang akan datang
5. Memverifikasi, mengubah dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain, baik manusia maupun bukan manusia (triangulasi).
6. Memverifikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota.

Wawancara merupakan bagian dari teknik yang peneliti gunakan di dalam penelitian, hal ini peneliti anggap sebagai keadaan dimana informasi diperoleh dengan melanjutkan teknik pengamatan yaitu wawancara atau dengan menanyai informan guna menghasilkan informasi yang mampu menjawab permasalahan di dalam penelitian ini.

Mewawancarai secara langsung kepada informan yang bekerja di PT United Tractors *workshop* cabang Jakarta.Dalam penelitian ini wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam (*In-Depth Interview*), menurut Ranguti Freddy wawancara mendalam maksudnya adalah “wawancara secara langsung terhadap seorang responden dengan menggunakan tehnik “*probing*” oleh seorang pewawancara yang

---

<sup>42</sup>Moleong, Lexy. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke 31. Bandung: Remaja Rosdakarya. hal 186

ahli. Tujuannya adalah untuk mengetahui hal-hal yang tersembunyi mengenai responden seperti, motivasi, kepercayaan, perilaku, perasaan mengenai suatu topik tertentu.”<sup>43</sup>

Pada tahapan ini peneliti dalam menghimpun data ialah melakukan wawancara dan diskusi mengenai keluhan pelanggan kepada beberapa pihak seperti terdiri dari 1 (satu) orang *service department head* dengan usia bekerja 6 (enam) tahun, 1 (satu) orang *supervisor* dengan usia bekerja 5 (lima) tahun, 1 (satu) orang *technical advisor* dengan usia bekerja 8 (delapan) tahun, 1 (satu) orang *quality assurance* dengan usia bekerja 15 tahun, 1 (satu) orang *mechanic* dengan usia bekerja 11 tahun.

### 3.4.3 Dokumentasi

Pengertian dokumentasi menurut KBBI adalah pengumpulan, pemilihan, pengolahan dan penyimpanan informasi dibidang pengetahuan; pemberian atau pengumpulan bukti dari keterangan seperti gambar, kutipan, dan bahan referensi lain.

Dokumentasi merupakan bagian yang tidak terlepas dari teknik yang dijalankan di dalam penelitian ini seperti observasi dan wawancara. Dokumentasi sendiri berperan sebagai penguat informasi dari hasil wawancara ataupun dari pengamatan yang dilakukan oleh peneliti selama penelitian berlangsung dari awal hingga diakhir penelitian. Informasi yang peneliti peroleh dari dokumentasi merupakan penggambaran dari apa yang peneliti amati, telusuri dan didapatkan secara sengaja guna mendokumentasikan perjalanan penelitian seperti diantaranya foto dari lokasi penelitian, foto dari informan yang teridentifikasi dan foto kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam perbaikan unit.

Sugiyono mengemukakan “hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel/dapat dipercaya kalau didukung oleh sejarah pribadi kehidupan di masa kecil, di sekolah, di tempat kerja, di masyarakat dan autobiografi”<sup>44</sup>.

---

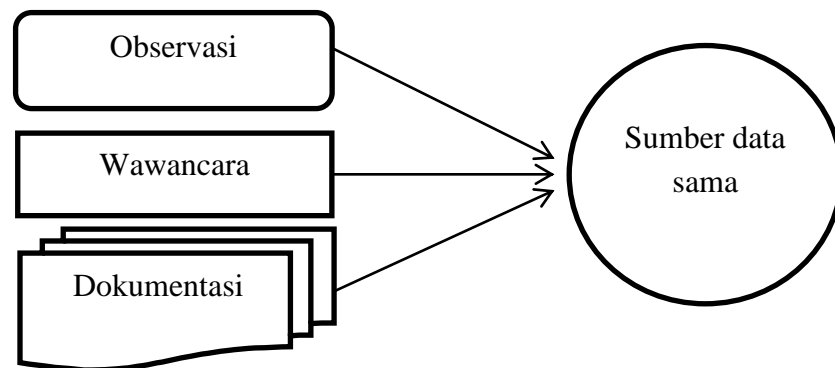
<sup>43</sup>Rangkuti, Freddy. 2015. *Riset Pemasaran*. Cetakan Ke 12. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. hal 39

<sup>44</sup>Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta. hal 329

#### 3.4.4 Triangulasi/Gabungan

Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.

Prof. Dr. Sugiyono mengutip dari ucapan Mathinson bahwa “nilai dari teknik pengumpulan data dengan triangulasi adalah untuk mengetahui data yang diperoleh *convergent* (meluas), tidak konsisten atau kontradiksi”. Oleh karena itu dengan menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data, maka data yang diperoleh akan lebih konsisten, tuntas dan pasti.<sup>45</sup>



Gambar 3.2 Triangulasi<sup>46</sup>

Sumber: Sugiyono

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Menurut Denzin yang dikutip oleh Lexy

<sup>45</sup>Ibid, hal. 241

<sup>46</sup>Ibid, hal. 242

“membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori”<sup>47</sup>.

Jadi, triangulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan kata lain bahwa dengan triangulasi, peneliti dapat merecheck temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode atau teori. Untuk itu maka peneliti dapat melakukannya dengan jalan:<sup>48</sup>

1. Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan.
2. Mengeceknnya dengan berbagai sumber data.
3. Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.

### 3.5 Analisis dan Interpretasi Data

Menurut Sugiyono “dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi) dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh”<sup>49</sup>.

Dalam penelitian kualitatif, analisis dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan yang berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori atau struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) dan diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan (melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau ahli-tulis), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang disusun ke dalam teks yang diperluas dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai bantu analisis.

Menurut Miles dan Huberman yang dikutip oleh Ulber Silalahi yaitu “kegiatan analisis terdiri dari tiga jalur kegiatan yang terjadi secara bersamaan,

---

<sup>47</sup>Ibid, hal. 330

<sup>48</sup>Ibid, hal. 332

<sup>49</sup>Ibid, hal. 333



yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Terjadi secara bersamaan berarti reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan sebagai sesuatu yang saling jalin-menjalin merupakan proses siklus dan interaksi pada saat sebelum, selama dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar yang membangun wawasan umum yang disebut (analisis)<sup>50</sup>

Dalam penelitian kualitatif teknik analisis data yang digunakan mencakup reduksi data, triangulasi dan penyajian data. Hasil dari analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti:

### 1. Reduksi Data

Menurut Sugiyono “mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu”.<sup>51</sup>

Setelah data terkumpul selanjutnya dibuat reduksi data guna memperoleh data yang relevan dan bermakna untuk memfokuskan data, kemudian disusun secara sistematis dan menjabarkan hal-hal penting yang berkaitan dengan proses pelayanan pelanggan dan penanganan keluhan pelanggan, sehingga memudahkan untuk menganalisis proses-proses pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan yang dilakukan oleh perusahaan. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadi tahapan reduksi yaitu membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi dan menulis memo.

### 2. Penyajian Data

Menurut Ulber “Penyajian data merupakan kegiatan terpenting yang kedua dalam penelitian kualitatif, penyajian data yaitu sebagai sekumpulan informasi yang tersusun memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan”.<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup>Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika. hal 339

<sup>51</sup>Opcit, hal. 338

<sup>52</sup>Ibid, hal. 304

Penyajian data dalam kualitatif sekarang ini juga dapat dilakukan dalam berbagai jenis matriks, grafik, jaringan dan bagan. Semuanya itu dirancang untuk menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih. Jadi, penyajian data merupakan bagian dari analisis.

### 3. *Conclusion Drawing/Verification*

Conclusion drawing/verification yaitu penarikan kesimpulan dari data yang telah diolah dan merupakan langkah terakhir dalam menganalisis data. Menurut Sugiyono “kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan berikutnya”.<sup>53</sup>

Ketika peneliti melakukan penarikan kesimpulan ternyata didapatkan data yang kurang mendukung, maka peneliti melakukan pengumpulan data kembali hingga mendapatkan data yang mendukung.

## 3.6 **Penarikan Kesimpulan**

Saat kegiatan pengumpulan data dilakukan, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proporsi. Kesimpulan yang awalnya belum jelas akan meningkat menjadi lebih terperinci. Kesimpulan-kesimpulan “final” akan muncul bergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan peneliti dan tuntunan pemberi dana, tetapi sering kali kesimpulan itu telah sering dirumuskan sebelumnya sejak awal.

Kesimpulan dalam penelitian ini berupa proses pelayanan serta penanganan atas keluhan yang diberikan oleh pelanggan pada PT. United Tractors service division *workshop* cabang Jakarta.

---

<sup>53</sup>Ibid, hal.345

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan**

United Tractors (UT/Perusahaan) adalah distributor peralatan berat terbesar dan terkemuka di Indonesia yang menyediakan produk-produk dari merek ternama dunia seperti Komatsu, UD Trucks, Scania, Bomag, Tadano, dan Komatsu Forest.

United Tractors adalah perusahaan dengan sejarah panjang. Didirikan pada 13 Oktober 1972 oleh William Soerjadjaja, UT melaksanakan penawaran umum saham perdana di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada 19 September 1989 menggunakan nama PT United Tractors Tbk (UNTR), dengan PT. Astra International Tbk sebagai pemegang saham mayoritas. Penawaran umum saham perdana ini menandai komitmen United Tractors untuk menjadi perusahaan kelas dunia berbasis solusi di bidang alat berat, pertambangan dan energi guna memberi manfaat bagi para pemangku kepentingan.

Saat ini jaringan distribusi UT mencakup 19 kantor cabang, 22 kantor pendukung dan 11 kantor perwakilan di seluruh penjuru negeri. Tidak puas hanya menjadi distributor peralatan berat terbesar di Indonesia, Perusahaan juga memainkan peran aktif di bidang kontraktor penambangan dan baru-baru ini telah memulai usaha pertambangan batu bara. UT menjalankan berbagai bisnisnya melalui tiga unit usaha yaitu mesin konstruksi, kontraktor penambangan dan pertambangan.

Sumber: PT. United Tractors Tbk

Gambar 4.1  
Logo Perusahaan



Sumber: PT. United Tractors Tbk

#### 4.1.2 VISI & MISI

##### VISI

Menjadi perusahaan kelas dunia berbasis solusi di bidang alat berat, pertambangan dan energi, untuk menciptakan manfaat bagi para pemangku kepentingan.

##### MISI

Menjadi perusahaan yang :

1. Bertekad membantu pelanggan meraih keberhasilan melalui pemahaman usaha yang komprehensif dan interaksi berkelanjutan.
2. Menciptakan peluang bagi insan perusahaan untuk dapat meningkatkan status sosial dan aktualisasi diri melalui kinerjanya.
3. Menghasilkan nilai tambah yang berkelanjutan bagi para pemangku kepentingan melalui tiga aspek berimbang dalam hal ekonomi, social dan lingkungan.
4. Memberi sumbangan yang bermakna bagi kesejahteraan bangsa.

Sumber: PT. United Tractors Tbk

## 4.2 Proses Pelayanan pada Service Division *workshop* cabang Jakarta

Berdasarkan hasil observasi, dokumentasi dan wawancara dengan para informan pada PT. United Tractors Service Division *workshop* cabang Jakarta, penulis mendapatkan informasi mengenai proses pelayanan yang diberikan kepada konsumennya.

### 4.2.1 Karakteristik

Untuk mendapatkan informasi yang luas dan detail, penulis menggolongkan informan berdasarkan karakteristiknya yaitu dengan minimal usia bekerja selama 5 (lima) tahun. Di bawah ini merupakan data para informan dari Service Division *workshop* cabang Jakarta:

Tabel 4.1  
Karakteristik Informan

No	Nama	Jabatan	Usia	Usia Bekerja
1.	Rukiyanto	Service Dept Head	43 tahun	6 tahun
2.	Nurkholik	SPV Workshop	47 tahun	5 tahun
3.	Endro Siswanto	Technical Advisor	51 tahun	8 tahun
4.	Saptono	Quality Assurance	47 tahun	15 tahun
5.	Sigit Waloya	Mechanic	31 tahun	11 tahun

### 4.2.2 Matrik

Matrik merupakan sebuah gambaran dalam penelitian yang dibuat dengan bentuk tabel dan disusun berdasarkan informasi maupun data-data yang ada. Dengan menyusun matrik penelitian itulah seorang peneliti bisa lebih mudah dalam memberikan gambaran mengenai penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan tahapan-tahapan proses pelayanan:

Tabel 4.2  
Tahap Penanganan Konsumen

No	Pertanyaan	SDH	SPV	TA	QA	Mechanic
1	Proses awal unit masuk untuk diperbaiki?	Input data semua jenis <i>customer</i>	Peninjauan laporan untuk mengidentifikasi jenis layanan	Peninjauan laporan jenis layanan dan perkiraan biaya serta prosesnya.	-  (Tidak berhubungan dengan <i>customer</i> diawal)	-  (Tidak berhubungan dengan <i>customer</i> diawal)
2	Ada pengecekan terlebih dahulu ketika unit ingin masuk untuk diperbaiki?	Ada, supaya terciptanya kesepakatan	Ada, untuk kesepakatan mengenai jenis layanan	Ada, untuk kesepakatan mengenai biaya layanan keseluruhan	-  (Tidak berhubungan dengan <i>customer</i> diawal)	-  (Tidak berhubungan dengan <i>customer</i> diawal)
3	Mengenai hal pembayarannya?	Kebijakan atas jenis <i>customer</i>	-  (Tidak mempunyai wewenang dalam pembayaran)	-  (Tidak mempunyai wewenang dalam pembayaran)	-  (Tidak berhubungan dengan <i>customer</i> diawal)	-  (Tidak berhubungan dengan <i>customer</i> diawal)
4	Persetujuan yang didapat antara <i>customer</i> dengan perusahaan mengenai kerusakan unit dan biayanya?	Penawaran atas penggalan data yang konkrit	Persetujuan atas penggalan data yang konkrit	Pertimbangan atas penggalan data yang konkrit	-  (Tidak berhubungan dengan <i>customer</i> diawal)	-  (Tidak berhubungan dengan <i>customer</i> diawal)

Sumber: Wawancara mendalam

Dari hasil matrik di atas mengenai tahap penanganan konsumen, penulis dapat menarik kesimpulan dari tiap-tiap pertanyaan sebagai berikut:

- a. Pertanyaan pada nomor 1 (satu) para informan melakukan proses awal unit masuk untuk diperbaiki dengan mengikuti ketentuan dari perusahaan yaitu customer harus duduk nama terlebih dahulu pada sistem UT kemudian baru dilakukan pengecekan secara teknis dari tim *service divisionworkshop* untuk mendapatkan laporan mengenai *trouble* pada unit tersebut.
- b. Pertanyaan pada nomor 2 (dua) para informan akan melakukan pengecekan dengan bantuan tim sebelum unit ingin masuk ke *workshop* guna menghindari kesalah pahaman dan mendapatkan kesepakatan antara *customer* dengan UT.
- c. Pertanyaan pada nomor 3 (tiga) mengenai hal pembayarannya, SDH (*service department head*) menjawab kebijakan atas ketentuan jenis *customer* sesuai dengan kesepakatan antara customer dengan UT.
- d. Pertanyaan pada nomor 4 (empat) persetujuan yang didapat antara *customer* dengan UT yaitu melalui data konkrit yang akan diberikan ke *customer* dari hasil pengecekan oleh tim *service* itu dapat mencapai beberapa hal, yaitu penawaran, pertimbangan bahkan persetujuan.

#### 1. Proses pendudukan nama *customer*

Sebelum *customer* melakukan perawatan dan perbaikan unitnya di PT. United Tractors Tbk. Mereka wajib untuk memberikan data-data sebagai berikut:

- a. Memberikan NPWP
- b. Memberikan SIUP
- c. Memberikan SITU

Setelah *customer* meberikan data-data di atas barulah namacustomer duduk di sistem UT, kemudian sudah dapat melakukan transaksi.

#### 2. *Service Program*

PT. United Tractors *service division workshop* cabang Jakarta melayani dua jenis jasa yaitu perawatan unit berkala dan juga melayani

perbaikan kerusakan unit alat berat di luar perawatan berkala. Berikut merupakan program yang dilaksanakan oleh tim UT *service*:

Bentuk komitmen UT sebagai mitra bisnis untuk menjaga alat berat *customer* tetap berada pada tingkat pengoperasian prima dan memberikan hasil akhir yang optimal.

a. UT PTA Services (Program Tukar Alat)

Program ini dilakukan untuk membantu *customer* dalam menghemat biaya yang dikeluarkan dan mengurangi *down time*. Pelanggan juga dapat menukarkan komponen yang lama atau rusak dengan komponen *manufacturing*.

b. UT PMA Services (Program Monitoring Alat)

Bersama KOMATSU, UT mengembangkan teknologi berbasis web yaitu KOMTRAX/VHMS untuk melakukan penghematan terhadap waktu penggunaan dan konsumsi bahan bakar alat berat *customer* serta pola kerja operator di lapangan.

c. UT PAP Services (Program Analisa Pelumas)

UT juga berkolaborasi dengan laboratorium berstandar internasional dalam melakukan program analisa pelumas. Analisis pelumas adalah salah satu metode untuk mendeteksi penurunan performa suku cadang internal.

d. UT PPC Services (Program Perawatan Chasis)

UT menawarkan perawatan chasis dengan harga kompetitif melalui program ini, sehingga *customer* dapat menghemat biaya.

e. UT PPM Services (Program Pemeriksaan Mesin)

Mekanik handal yang UT miliki juga akan merekomendasikan kebutuhan perbaikan alat berat *customer* yang disusun berdasarkan data yang diperoleh secara aktual.



Tabel 4.3  
Tahap Proses Perbaikan

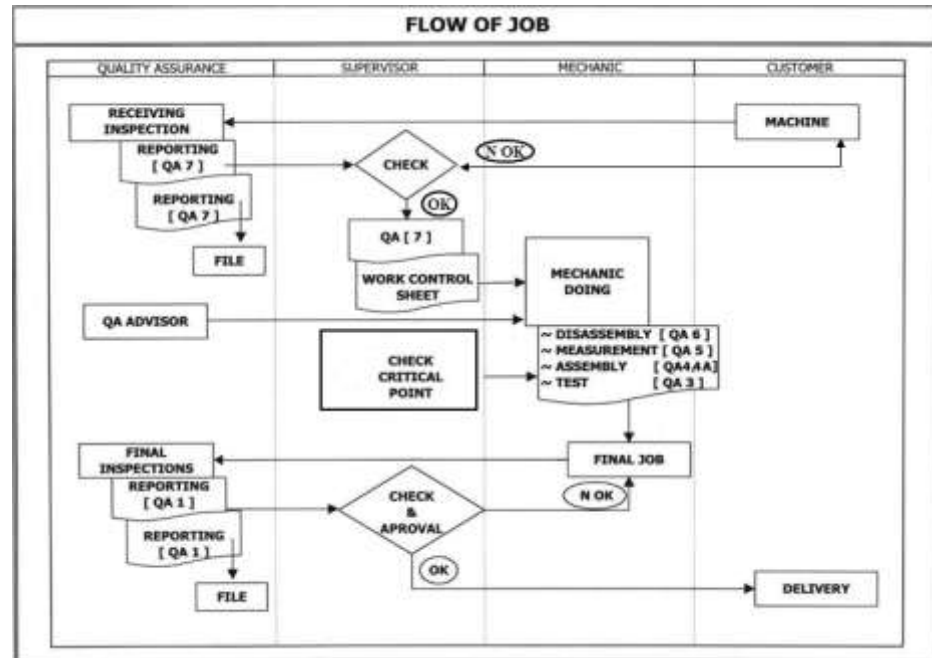
No	Pertanyaan	SDH	SPV	TA	QA	Mechanic
1	Ada kendala atau masalah yang muncul?	Penambahan pekerjaan setelah pembongkaran	Komitmen awal customer dan kurangnya stok suku cadang	Penambahan pekerjaan setelah pembongkaran	Penambahan pekerjaan	Penambahan pekerjaan setelah pembongkaran
2	Dapat langsung ditangani atau dengan bantuan rekan lain?	- (Tidak menangani unit langsung)	Berdiskusi dengan pihak terkait	Melalui beberapa tahapan	Langsung ditangani	Penyesuaian permasalahannya
3	Lama jangka waktu menangani masalah tersebut?	Menyesuaikan besar kecilnya problem atas persetujuan customer	Menyesuaikan besar kecilnya problem atas suku cadang	Menyesuaikan besar kecilnya problem atas kebijakan customer	Menyesuaikan besar kecilnya problem atas pekerjaan	Menyesuaikan besar kecilnya problem atas pekerjaan
4	Masalah terlalu rumit, ada komunikasi dengan customer?	Komunikasi dan action (bertemu)	Komunikasi dan action (pengecekan)	Komunikasi	Komunikasi	-  (Tidak berkomunikasi langsung dengan customer)
5	Pencapaian persetujuannya?	Joint inspection	Solusi	-	-	-

Sumber: Wawancara Mendalam

Dari hasil matrik di atas mengenai tahap proses, penulis dapat menarik kesimpulan dari tiap-tiap pertanyaan sebagai berikut:

- a. Pertanyaan pada nomor 1 (satu) para informan mendapatkan kendala atau masalah yang datang dari penambahan pekerjaan setelah dilakukannya pembongkaran dan kurangnya stok suku cadang.
- b. Pertanyaan pada nomor 2 (dua) para informan menangani masalah melalui beberapa tahapan seperti menyesuaikan permasalahannya, berdiskusi dengan pihak terkait bahkan dapat langsung ditangani unit tersebut.
- c. Pertanyaan pada nomor 3 (tiga) para informan menangani kendala atau masalah yang muncul pada unit dengan jangka waktu tertentu menyesuaikan dari besar kecilnya *problem* baik mengenai unit maupun dari pihak *customer* itu sendiri.
- d. Pertanyaan pada nomor 4 (empat) para informan melakukan komunikasi dengan customer mengenai kerumitan dari masalah atau kendala yang ditemukan oleh *timservice* agar masalah tersebut dapat dituntaskan.
- e. Pertanyaan pada nomor 5 (lima) para informan mencapai persetujuan dengan customer melalui *joint inspection* yang menimbulkan solusi untuk *customer*.

PT. United Tractors Service Division memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) pada pelayanan perawatan dan perbaikannya, berikut merupakan SOP *flow of job* yang dilaksanakan oleh *timservice*:



Sumber: PT. United Tractors Service Division

Dalam proses pekerjaan perbaikan unit ada beberapa tahap yang harus dilalui, seperti struktur di atas:

#### A. Machine (Unit)

Unit yang ingin diperbaiki datang diantar langsung oleh pihak *customer* ke workshop.

#### B. Receiving Inspection

*Receiving inspection* dilakukan oleh *quality assurance* sampai mendapatkan *file report* yang akan diketahui juga oleh supervisor.

#### C. Check

Pengecekan unit dilakukan oleh supervisor dengan dukungan data report dari QA sebelumnya.

#### D. Work Control Sheet

Setelah pengecekan terbit lembar control pekerjaan dimana salah satunya ada JSS (*Job Sheet Scheduled*) yang berfungsi memonitor *progress* dari suatu pekerjaan yang dilakukan oleh mekanik.

#### E. *Mechanic Doing*

Mekanik baru bisa mengerjakan suatu pekerjaan (*disassembly, measurement, assembly* dan *test*) setelah dilakukan pengecekan oleh supervisor, yang bertujuan supaya pekerjaan yang dilakukan oleh mekanik tetap berada dibawah pengawasan supervisor serta dibantu oleh quality assurance hingga terselesaikan.

#### F. *Final Inspection*

Pekerjaan telah selesai dilakukan oleh mekanik kemudian dilakukan pengecekan akhir oleh quality assurance sebelum *delivery* ke *customer*, guna untuk mendapatkan *report* kembali bahwa unit tersebut telah selesai diperbaiki.

#### G. *Check and Approval*

Supervisor mengecek dan menyetujui hasil akhir dari pekerjaan sesuai dengan pengecekannya serta report dari quality assurance mengenai unit yang diperbaiki.

#### H. *Delivery*

Tahap akhir dalam pekerjaan perbaikan yaitu *delivery*, customer maupun supir customer datang ke workshop untuk mengambil unitnya dengan menandatangani BAST (berita acara serah terima).

Tabel 4.4  
Tahap Penanganan Keluhan

No	Pertanyaan	SDH	SPV	TA	QA	Mechanic
1	Kondisi unit seharusnya setelah diperbaiki?	Ready for use sesuai SOP	Ready for use dengan performa 90%	Siap operasi	Ready for use	Ready for use
2	Sanggahan atau <i>complaint</i> setelah diperbaiki?	Timbul problem antara customer atau	Timbul problem antara customer atau	Problem atas pekerjaan (technical)	Problem atas pekerjaan (lead time)	Di bawah naungan SPV

		perusahaan	perusahaan			
3	Melalui apa menyampaikan complaint?	UT call dan tim service	UT call dan tim service	UT call dan tim service	Joint inspection	- (Tidak berhubungan langsung dengan customer)
4	Besar persenan complaint setelah diperbaiki?	< 10%	3%	3%	5-10%	5%
5	Complaint seperti apa?	Performance atau kebocoran	Performance atau break down	Tidak sesuai ekspektasi (kebocoran)	Break down	Kurangnya adjustment
6	Langsung ditangani atau dengan tim?	Menganalisa besar dan kecilnya complaint	Action	Action	Action	Action, dibawah naungan superior
7	Cara meyakinkan atas complaint?	Bertanggung jawab atas scope job	Hasil PPM (program pemeriksaan mesin)	Hasil report tim	Action sampai tuntas	- (Tidak berhubungan langsung dengan customer)
8	Ada yang merasa tidak puas?	Ada (scope job pekerjaan)	Ada (price)	Ada (negosiasi)	Ada (price)	- (Tidak berhubungan langsung dengan customer)

9	Dampak mengenai <i>complaint</i> untuk perusahaan?	Kepercayaan customer	-	-	-	-
---	--	----------------------	---	---	---	---

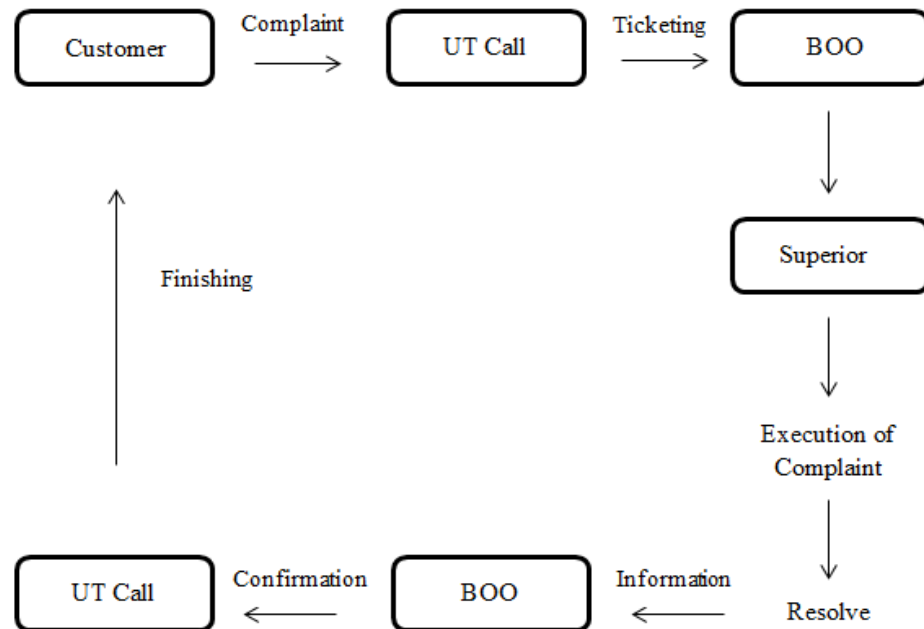
Sumber: Wawancara Mendalam

Dari hasil matrik di atas mengenai tahap output, penulis dapat menarik kesimpulan dari tiap-tiap pertanyaan sebagai berikut:

- a. Pertanyaan pada nomor 1 (satu) kondisi unit yang telah diperbaiki harus *ready for use*, agar dapat dioperasikan kembali oleh *customer*.
- b. Pertanyaan pada nomor 2 (dua) *complaint* yang disampaikan mengenai timbulnya *problem* baik antara *customer* dengan perusahaan maupun atas pekerjaan yang dilakukan.
- c. Pertanyaan pada nomor 3 (tiga) *customer* menyampaikan *complaint* kepada perusahaan melalui UT Call atau dapat menghubungi langsung kepada tim service.
- d. Pertanyaan pada nomor 4 (empat) para informan merasakan besar persenan *complaint* yang diutarakan oleh *customer* yaitu  $\geq 10\%$ .
- e. Pertanyaan pada nomor 5 (lima) *customer* menyampaikan *complaint* karena unitnya mengalami beberapa masalah yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh *customer*.
- f. Pertanyaan pada nomor 6 (enam) tindakan dari tim service atas *complaint* dari *customer* yaitu langsung menangani dengan menganalisanya terlebih dahulu.
- g. Pertanyaan pada nomor 7 (tujuh) meyakinkan *customer* atas *complaintnya* dengan memberikan hasil investigasi (PPM) yang telah dilakukan oleh tim service dan mempertanggung jawabkannya sampai permasalahan tersebut tuntas.
- h. Pertanyaan pada nomor 8 (delapan) pasti ada *customer* yang tidak merasa puas.

- i. Pertanyaan pada nomor 9 (sembilan) dampak atas *complaint* dari *customer* yaitu mengurangi rasa kepercayaannya kepada perusahaan.

Penanganan keluhan yang disampaikan oleh *customer* ditangani dengan beberapa tahapan yaitu:



Sumber: PT. United Tractors Service Divison

Tahapan-tahapan di atas meliputi:

a. *Customer*

*Customer* yang mengalami adanya permasalahan setelah perbaikan pada umumnya akan melakukan *complaint*, dimana *complaint* tersebut diutarakan karena ada rasa kecewa atas munculnya permasalahan lagi pada unitnya setelah *customer* melakukan perbaikan sebelumnya.

*Customer* menghubungi UT Call dan menyampaikan masalah yang dialami terhadap unitnya.

b. UT Call

UT Call, sebuah pusat pelayanan pelanggan yang aktif 24 jam dalam seminggu (24/7), menjawab keluhan dan kebutuhan pelanggan secara cepat, responsif, dan profesional. UT Call menyediakan informasi alat berat tentang jaminan servis berkala, pelayanan baru

serta promo produk suku cadang kepada pelanggan yang tersebar di seluruh Indonesia. Dengan *One Time Service Level* dan *Service Level Resolution Ticket*, UT Call memastikan bahwa semua keluhan dan kebutuhan pelanggan teratasi secepatnya.

Jenis Pelayanan UT Call :

- a. *Telesupport*
- b. *Telesales*
- c. *Service Adviser*
- d. *Customer Handling*

Kontak 1500 072 untuk menghubungi UT Call.

Selama *customer* menyampaikan *complaintnya*, UT Call akan mendengarkan dan menganalisa dari permasalahan tersebut, serta menanyakan hal-hal penting seperti waktu, PIC dari perusahaan dan penjelasan detail mengenai unitnya.

c. BOO

BOO (Branch Operation Officer) mendapatkan informasi dari UT Call mengenai keluhan pelanggan kemudian mengirimkan email kepada jabatan yang dituju (SDH, SPV atau yang lainnya) sesuai dengan isi *complaint* yang diberikan oleh *customer*. Jika BOO tidak mengetahui harus kemana *complaint* itu disampaikan, maka BOO akan menanyakan hal tersebut kepada SDH (*service department head*) mengenai *complaint* terkait.

d. Tim *service*

Keluhan diterima ke *timservice* dengan menyesuaikan *complaint* yang diutarakan oleh *customer*, jika keluhan mengenai hasil PPM dari tim maka dia akan menuju ke TA (Technical Advisor), jika mengenai mekanik maka akan menuju ke supervisor dan sebagainya.

e. Resolve

*Complaint* diterima, kemudian *timservice* yang dituju tersebut (SDH, SPV, atau yang lain) harus menuntaskan *complaint* hingga *clear* permasalahannya. Baik dengan menghubungi ke *customer*,



mengunjungi *customer*, atau langsung memperbaiki unitnya yang sesuai dengan *complaint* tersebut hingga tercapainya *win-win solution*.

f. BOO Out

Jika *complaint* telah *diresolve*, maka informasi mengenai hal tersebut harus dikonfirmasi kembali kepada BOO, kemudian dikonfirmasi kembali kepada UT Call agar *complaint* tersebut dapat di *close*.

g. UT Call Out

*Complaint* sudah selesai dan *diresolve* maka wajib di sampaikan ke *customer* ‘apakah sudah selesai permasalahannya?’ dan menutupnya dengan menanyakan puas atau tidak puasnya *customer*.

### 4.3 Dimensi Penanganan Keluhan pada Service Division cabang Jakarta

Dalam penanganan keluhan pelanggan, penulis menggunakan teori mengenai aspek penanganan keluhan berdasarkan model dari Tjiptono dimana terdapat empat sub sebagai berikut:

Tabel 4.5  
Empati Terhadap Pelanggan yang Marah

No	Pertanyaan	SDH	SPV	TA	QA	Mechanic
1	Perusahaan mudah dihubungi?	Mudah	Mudah	Mudah	Selalu	Mudah
2	Komunikasi dengan <i>customer</i> selama ini?	Terus terjalin dengan <i>weekly meeting</i> atau e-mail	Rutin ke <i>customer</i> dan <i>follow up</i>	Melalui e-mail ke <i>customer</i> dan memberikan informasi	Melalui digitalisasi	Lancar

3	Upaya perusahaan untuk mengenal pelanggan?	Visit ke customer dan <i>follow up</i>	Menggali kegiatan customer dan memberikan solusi	Visit ke <i>customer</i>	Mengupayakan yang terbaik	Visit ke <i>customer</i> dan <i>follow up</i>
---	--	--	--	--------------------------	---------------------------	---

Sumber: Wawancara Mendalam

Dari hasil matrik di atas mengenai empati terhadap pelanggan yang marah, penulis dapat menarik kesimpulan dari tiap-tiap pertanyaan sebagai berikut:

- a. Pertanyaan pada nomor 1 (satu) perusahaan mudah untuk dihubungi oleh *customer*.
- b. Pertanyaan pada nomor 2 (dua) komunikasi dengan customer tetap diutamakan dengan berbagai macam cara.
- c. Pertanyaan pada nomor 3 (tiga) upaya perusahaan untuk dapat mengenal customer dengan visit ke *customer* dan mem*follow up*nya mengupayakan yang terbaik.

Tabel 4.6

Kecepatan dalam Penanganan Keluhan

No	Pertanyaan	SDH	SPV	TA	QA	Mechanic
1	Action perusahaan menangani keluhan?	Mem <i>follow up</i>	<i>Follow up</i>	Segera	Disegerakan kecuali lokasi tidak terjangkau	Menyesuaikan keluhan

Sumber: Wawancara Mendalam

Dari hasil matrik di atas mengenai kecepatan dalam penanganan keluhan, penulis dapat menarik kesimpulan yaitu, perusahaan akan mem*follow up* dan menyegerakan pekerjaan ke customer dengan pertimbangan jarak lokasi.

Tabel 4.7  
Kewajaran/Keadilan dalam Memecahkan Keluhan

No	Pertanyaan	SDH	SPV	TA	QA	Mechanic
1	Prosedur dalam memecahkan keluhan?	Mekanik atau tim meng-observasi dan bertanggung jawab	Melihat jenis <i>customer</i> dan observasi	Komunikasi, observasi dan perbaiki	Komunikasi, observasi dan perbaiki	Mendekati, observasi kemudian melakukan tindakan
2	Menanggapi keluhan dan pemulihan pelayanan?	Memfokuskan kepada tujuan <i>customer</i>	Mengirimkan mekanik agar unit ready	Berdiskusi kemudian menangani	Berdiskusi kemudian menangani	Berdiskusi kemudian menangani
3	Kompensasi untuk pelanggan?	GPS ( <i>guarantee product support</i> )	GPS ( <i>guarantee product support</i> )	GPS ( <i>guarantee product support</i> )	GPS ( <i>guarantee product support</i> )	GPS ( <i>guarantee product support</i> )

Sumber: Wawancara Mendalam

Dari hasil matrik di atas kewajaran/keadilan dalam memecahkan permasalahan/keluhan, penulis dapat menarik kesimpulan dari tiap-tiap pertanyaan sebagai berikut:

- a. Pertanyaan pada nomor 1 (satu) adanya komunikasi dengan customer, melakukan investigasi pada unitnya kemudian bertanggung jawab untuk melakukan perbaikan kembali.
- b. Pertanyaan pada nomor 2 (dua) para informan menanggapi keluhan dan pemulihan layanan kepada pelanggan dengan mendiskusikan atas keluhan *customer* kemudian ditangani agar unit tersebut dapat *ready for use*.
- c. Pertanyaan pada nomor 3 (tiga) kompensasi dari perusahaan untuk pelanggan meliputi GPS (*guarantee product support*)

Tabel 4.8  
Kemudahan Pelanggan Baru untuk Menghubungi Perusahaan

No	Pertanyaan	SDH	SPV	TA	QA	Mechanic
1	Media yang digunakan perusahaan dalam pesan umum?	Email dan media cetak	Email dan expo	Media cetak, UT Call dan UT Klik	Media cetak	Media cetak dan UT Call
2	Dengan siapa pelanggan baru mendapat layanan inti dan tambahan?	UT Call	Menyesuaikan kebutuhan <i>customer</i>	UT Call dan BC ( <i>business construction</i> )	Tim service	UT Call
3	Contoh layanan dari <i>self-service</i> ?	<i>Warranty</i>	<i>Lead time</i>	UT Call	<i>Service Call</i>	<i>Backlog</i>

Sumber: Wawancara Mendalam

Dari hasil matrik di atas kewajaran/keadilan dalam memecahkan permasalahan/keluhan, penulis dapat menarik kesimpulan dari tiap-tiap pertanyaan sebagai berikut:

- a. Pertanyaan pada nomor 1 (satu) banyak media yang digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan UT ke *customer*.
- b. Pertanyaan pada nomor 2 (dua) customer dapat menghubungi UT Call yang mengetahui keseluruhan informasi baik yang baru atau tidak dan dapat menyesuaikan kebutuhan *customer*.
- c. Pertanyaan pada nomor 3 (tiga) ada beberapa contoh dari *self-service* sendiri yang keseluruhannya mengutamakan kepada unit.

## 1. Mengidentifikasi dan Menganalisis Keluhan

Keluhan-keluhan yang disampaikan oleh customer dapat penulis identifikasi dan analisis sebagai berikut:

### A. Identifikasi Keluhan

Keluhan-keluhan yang terjadi dikarenakan adanya beberapa permasalahan yaitu:

#### a. *Lead time*

Waktu yang telah ditentukan di awal tidak sesuai dengan kesepakatan antara *customer* dengan perusahaan, hal tersebut dikarenakan adanya kendala terhadap stok *spare part* untuk unit yang diperbaikisedang kosong bahkan juga dikarenakan oleh kurangnya pembayaran yang dilakukan oleh *customer* ke UT.

#### b. Unit *breakdown*

Terjadinya unit yang *breakdown* dikarenakan adanya kebocoran, *adjustment* yang kurangpas atau permasalahan baru yang ditemukan setelah unit diperbaiki. Sehingga unit tidak dapat digunakan untuk sementara waktu.

### B. Analisa Keluhan

Permasalahan-permasalahan yang muncul mengakibatkan timbulnya keluhan yang diberikan oleh *customer*. Dimana keluhan tersebut dapat menurunkan tingkat kepercayaan *customer* terhadap citra perusahaan.

Hal-hal yang dilakukan oleh tim *service* untuk mengatasi keluhan tersebut cukup bagus dan baik dari *action* maupun tanggung jawab terhadap unit yang telah diperbaiki di *workshop*, serta kewenangan sesuai jabatannya masing-masing.

Akan tetapi, keluhan yang disampaikan oleh *customer* tidak selalu merupakan kesalahan dari tim UT. Setelah dilakukan observasi oleh mekanik, tim UT ditemukan adanya kesalahan yang dibuat oleh pihak *customer*.

## 2. Penanganan Keluhan

Dari keluhan-keluhan yang telah peneliti temukan di atas, maka penanganan atas keluhannya adalah sebagai berikut:

### a. *Lead Time*

Dalam mengatasi *lead time*, UT selalu berusaha untuk cepat dan tanggap dalam memenuhi kebutuhan unit yang sedang diperbaiki. Jika terjadi kekurangan stok *spare part*, maka UT cabang Jakarta akan memeriksa kepada cabang lainnya mengenai part yang sedang dibutuhkannya itu dan memintanya untuk mengirim ke cabang Jakarta.

Pemeriksaan stok spare part pada cabang lainnya dan memintanya untuk mengirim melalui Form Permintaan Pengiriman Cepat (FPPC), maka *part* yang sedang dibutuhkan untuk unit akan dikirim secepatnya dengan adanya tambahan biaya tertentu.

### b. Unit *Breakdown*

Tim *service* mengatasi unit yang *breakdown* dengan cara:

#### 1. Observasi

Tim akan menurunkan mekanik untuk mengobservasi unit yang dikeluhkan oleh *customer* dengan melakukan pengecekan kembali *scope job* yang dikerjakannya dan melihat cara pengoperasian yang dilakukan oleh operasional *customer*.

#### 2. Memutuskan permasalahan

Hasil observasi di atas dapat memberikan jawaban atas keluhan yang dirasakan oleh *customer* dengan ditemukan kesalahan-kesalahan sebagai berikut:

##### a. Kesalahan perusahaan

Jika keluhan yang dialami oleh customer tersebut merupakan kesalahan dari *tim service* seperti; kebocoran, *adjustment* yang kurang pas, atau baut yang kendor, maka perusahaan wajib untuk mengganti dengan yang baru dalam masa *warranty*nya.

b. Kesalahan operasional *customer*

Jika keluhan yang dialami oleh *customer* tersebut merupakan kesalahan dari tim operasionalnya seperti; memaksakan unit bekerja di luar batas kemampuan, melewati medan yang tidak sesuai, maka tidak dapat dilakukan pergantian dan tim *service* akan memberikan penawaran kembali untuk diperbaiki.

Sumber: Wawancara Mendalam

Sebagai perusahaan distributor alat berat terbesar dan terkemuka di Indonesia, UT tidak hanya menyediakan produk-produk dari merek ternama dunia seperti Komatsu, UD Truck, Scania, Bomag, Tadano tetapi juga memberikan pelayanan prima melalui kualitas layanan purna jual.

Untuk selalu mempersempatkan yang terbaik kepada pelanggan, UT melakukan peningkatan kualitas layanan purna jual yang dimiliki dengan memberikan:

1. *Four (4) straight customer experience*

A. Program Pemeriksaan Mesin (PMP)

Program inspeksi rutin yang bertujuan untuk mendapatkan data kondisi alat berat pelanggan secara akurat, sebagai rekomendasi perbaikan agar alat berat pelanggan tetap berada dalam kondisi prima.

B. Program Monitoring Alat (PMA)

Program yang bertujuan untuk mengetahui total informasi mengenai alat berat, seperti: lokasi, waktu operasi per hari, konsumsi bahan bakar, informasi peringatan untuk penggantian oli sampai dengan jadwal penggantian komponen secara actual.

C. Program Pemeriksaan *Undercarriage* (P2U)

Program ini berlaku untuk pembelian unit track type yaitu dozer dan excavator. Dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai kondisi komponen serta rencana penggantian di tiap komponen *undercarriage*.

#### D. *Training Product Support*

*Training Product Support* ditujukan kepada operator dan mekanik. Operator akan mendapatkan training berupa materi program pemeriksaan harian sedangkan untuk mekanik berupa materi program *periodical service* unit serta pengelolaan.

#### 2. *Three (3) main customer experience*

##### a. OTIF Parts

Menjamin ketepatan waktu dan jumlah suku cadang mulai sejak pelanggan melakukan pemesanan sampai dengan diterima.

Yaitu: Garansi OTIF Customer sesuai perjanjian.

##### b. OTIF Mechanic

Menjamin ketepatan waktu dalam melakukan pengiriman mekanik handal ketika terjadi permasalahan pada unit pelanggan.

Yaitu: Garansi pengiriman mekanik 1x24 jam

##### c. OTIF Solution

Menjamin ketepatan waktu dalam pengerjaan unit pelanggan mulai sejak pelanggan menghubungi UT sampai dengan unit siap untuk dipergunakan kembali.

Sumber: PT. United Tractors Service Division



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik triangulasi yang dilaksanakan di PT. United Tractors Service Division *workshop* cabang Jakarta tentang proses pelayanan kepada pelanggan peneliti memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Sesuai dengan data yang diperoleh oleh peneliti adalah bahwa dalam proses pelayanan yang dilaksanakan oleh tim *service* UT sudah mengikuti SOP yang sedang berlaku sehingga pelaksanaan pelayanannya dapat terealisasi, namun masih adanya penghambat yang mengakibatkan molornya waktu penyelesaian pekerjaan. Beberapa faktor penghambat pada proses pelayanan yang dihadapi oleh informan dalam melaksanakan pekerjaannya adalah faktor yang berasal dari internal yaitu *workshop* UT dan eksternal yaitu dari pihak *customer*. Faktor yang menjadi penghambat yang bersumber dari internal antara lain; faktor kurangnya stok *spare part* yang sedang dibutuhkan sehingga harus mencari jalan alternative lain melalui cabang-cabang UT lainnya dan kurangnya ketelitian dalam melakukan pekerjaan sehingga masih terdapat permasalahan yang dilihatnya kecil namun dapat menimbulkan dampak pada alat tersebut seperti adanya kebocoran atau adanya *adjustment* yang kurang pas. Kemudian faktor-faktor yang berasal dari eksternal yaitu; Respon *customer* yang telat sehingga tim harus menunda pekerjaan terlebih dahulu, selain itu juga dikarenakan oleh administrasi *customer* yang belum melunasi biaya keseluruhan perbaikan.
2. Hasil dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan menimbulkan kepuasan pelanggan, pelanggan yang merasa kurang puas dapat memberikan *complaint* kepada perusahaan. Berdasarkan model dari Tjiptono mengenai aspek penanganan keluhan, UT dalam menangani keluhan yang diberikan oleh pelanggan yaitu dengan menganalisis keluhan dan mengobservasi yaitu pengecekan secara langsung terhadap unit barang yang telah diperbaiki. Dalam menangani keluhan pelanggan UT telah sesuai dengan SOP yang sedang berlaku.

## 5.2. Saran

1. Mengelompokkan *spare part* yang paling banyak dibutuhkan pada saat perbaikan alat berat untuk diprioritaskan, sehingga mencegah adanya kekurangan *spare part* untuk perbaikan unit alat berat yang akan mendatang.
2. Berdasarkan model dari Tjiptono mengenai aspek penanganan keluhan, perusahaan belum mendokumentasikan keluhan pelanggan pada saat dilapangan secara langsung mengenai kondisi alat berat yang *breakdown*. Mendokumentasikan keluhan pelanggan penting sebagai bahan untuk introspeksi atas pekerjaan yang dilakukan di *workshop* UT Service Division.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Ke 12. Bandung: Alfabeta.
- Danang Sunyoto. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS.
- Ginting, Nembah F Hartimbul. 2015. *Manajemen pemasaran*. Cetakan Ketiga. Bandung :Yrama Widya.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan keempat. Yogyakarta: BPFE.
- Hadis, Abdul dan Nurhayati. 2010. *Manajemen Mutu Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Haryono, Budi. 2013. *How to manage customer voice*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ibrahim, Amin. 2008. *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya*. Bandung: Mandar Maju.
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid dua Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Lupioyadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ketiga. Jakarta: Salemba.
- Lupioyadi. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi ketiga. Jakarta: Salemba.
- Majid, Suharto Abdul. 2009. *Costumer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Moleong, Lexy. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke 31. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nirwana. 2012. *Pemasaran Jasa*. Malang: Alta Pustaka.
- Philip Kotler. 2009. *Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

- Rangkuti, Freddy. 2015. *Riset Pemasaran*. Cetakan ke 12. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Silalahi, Ulber. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika.
- Somad, Rismi dan Donni. 2014. *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga, Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bogor : In Media.
- Tjiptono dan Chandra. 2011. *Service, Quality, and Satisfaction*. Edisi ketiga. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketiga. Yogyakarta: ANDI.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT. INDEKS.

## **JURNAL**

Dirgantara, Harya Bima dan Aryo Tri Sambodo. 2015. *Penerapan Model Importance Performance Analysis dalam Studi Kasus: Analisis Kepuasan Konsumen bhinneka.com.*

Muh Yunus Bandu. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.PLN (Persero) Rayon Makassar Barat. *Skripsi Sarjana Sosial dan Politik. (Makassar: Perpustakaan Universitas Hasanuddin).*

Mulyadi.2010. *Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Mengembangkan Mutu.* Malang: UIN Maliki Press.

Nugraha, Yandi. 2012. Pengaruh Complaint Handling dengan Pendekatan Mekanistik Terhadap Customer Justice. *Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.*

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/Per/5/2009.

Wawancara Mendalam pada 08 Januari 2018 pukul 16.21 WIB.

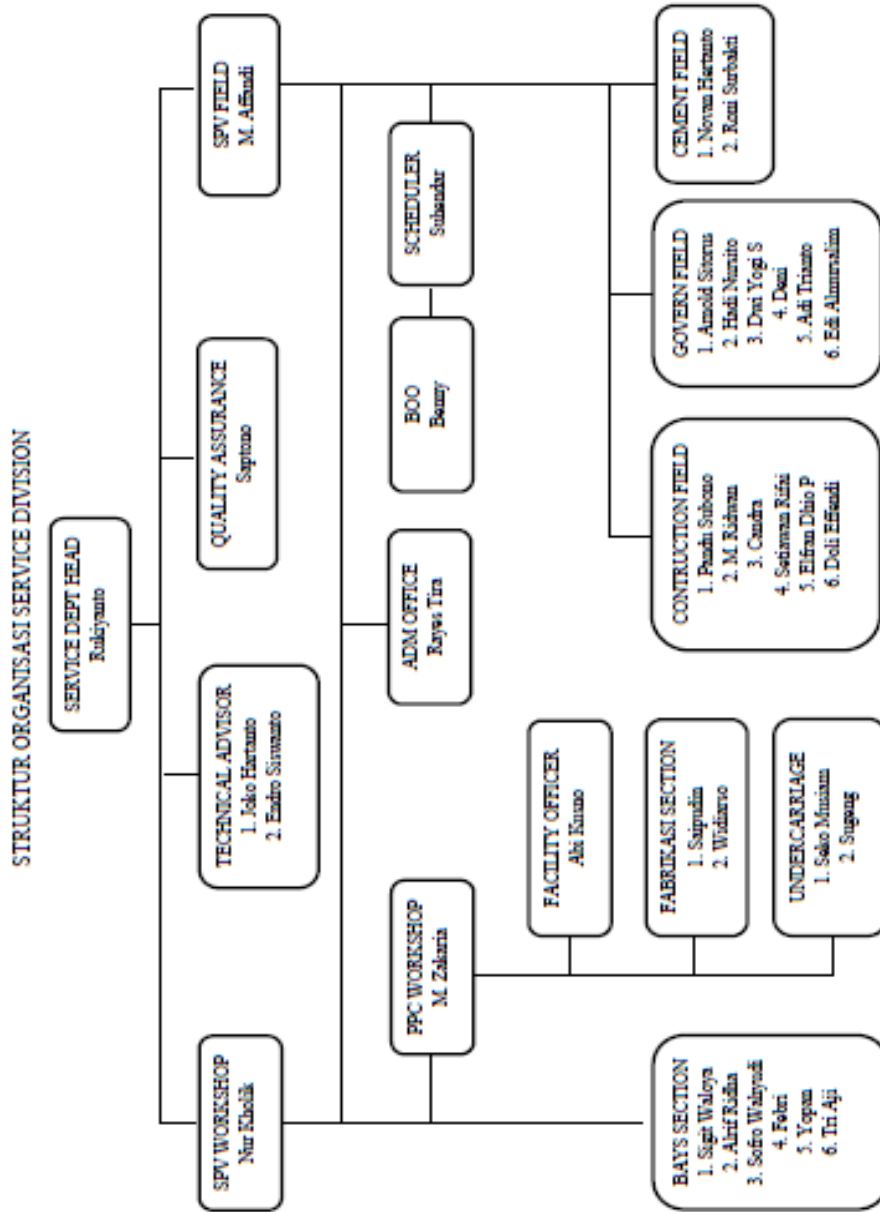
## **INTERNET**

Pendahuluan,<http://www.unitedtractors.com>, diakses pada 24 Januari 2018.

# LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN



## LAMPIRAN 2

### DRAFT PERTANYAAN WAWANCARA

#### DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “**Proses Pelayanan pada PT. United Tractors Service Division Workshop Cabang Jakarta**”. Berikut daftar pertanyaan wawancara untuk menjawab rumusan masalah bagaimana proses pelayanan dan penanganan atas keluhan yang diberikan pelanggan pada PT. United Tractors *Service Division* Cabang Jakarta.

#### Informan 1

##### I. Jadwal Wawancara

1. Tanggal/Hari Wawancara :
2. Durasi :

##### II. Identitas Informan

1. Nama :
2. Usia :
3. Jabatan : Service Departement Head
4. Tahun Mulai Jabatan :

##### III. Pertanyaan Penelitian

###### Penanganan Konsumen

1. Bagaimanakah proses awal unit masuk untuk diperbaiki?
2. Apakah ada pengecekan terlebih dahulu ketika unit ingin masuk untuk diperbaiki?
3. Bagaimanakah mengenai hal pembayarannya?



4. Bagaimana persetujuan yang didapat antara konsumen dengan perusahaan mengenai kerusakan unit dan biayanya?

#### Proses *Service*

1. Selama unit diperbaiki adakah kendala/masalah yang muncul? Kendala/masalah yang seperti apa?
2. Berapa lama jangka waktu untuk menangani kendala/masalah tersebut?
3. Jika kendala/masalah yang muncul itu rumit ketika diperbaiki, apakah ada komunikasi dengan *customer* mengenai hal tersebut?
4. Bagaimana pencapaian persetujuannya?

#### Penanganan Keluhan

1. Bagaimana kondisi unit seharusnya yang sudah selesai diperbaiki?
2. Apakah ada sanggahan atau *complaint* dari customer mengenai unit yang telah diperbaiki?
3. Melalui apacustomer menyampaikan *complaint*nya mengenai unit yang telah diperbaiki? Via telepon, email atau dengan bertemu langsung?
4. Seberapa besar persenan *customer* yang *complaint* dari unit yang telah diperbaiki?
5. Biasanya *complaint* seperti apa yang disampaikan oleh *customer*?
6. Apakah langsung ditangani sendiri *complaint* yang disampaikan oleh *customer* atau memecahkannya bersama dengan tim?
7. Bagaimana cara meyakinkan *customer* mengenai masalah yang timbul tersebut?
8. Apakah ada *customer* yang merasa tidak puas atas perbaikan unitnya?
9. Apa dampak yang timbul mengenai *complaint* pelanggan terhadap perusahaan?

## DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “**Proses Pelayanan pada PT. United Tractors Service Division Workshop Cabang Jakarta**”. Berikut daftar pertanyaan wawancara untuk menjawab rumusan masalah bagaimana proses pelayanan dan penanganan atas keluhan yang diberikan pelanggan pada PT. United Tractors *Service Division* Cabang Jakarta.

Informan 2

### I. Jadwal Wawancara

1. Tanggal/Hari Wawancara :
2. Durasi :

### II. Identitas Informan

1. Nama :
2. Usia :
3. Jabatan : Supervisor Workshop
4. Tahun Mulai Jabatan :

### III. Pertanyaan Penelitian

#### Penanganan Konsumen

1. Bagaimakah proses awal unit masuk untuk diperbaiki?
2. Apakah ada pengecekan terlebih dahulu ketika unit ingin masuk untuk diperbaiki?
3. Bagaimana persetujuan yang didapat antara konsumen dengan perusahaan mengenai kerusakan unit dan biayanya?

#### Proses *Service*

1. Selama unit diperbaiki adakah kendala/masalah yang muncul?  
Kendala/masalah yang seperti apa?

2. Biasanya kendala tersebut dapat langsung ditangani atau dengan bantuan rekan lainnya?
3. Berapa lama jangka waktu untuk menangani kendala/masalah tersebut?
4. Jika kendala/masalah yang muncul itu rumit ketika diperbaiki, apakah ada komunikasi dengan *customer* mengenai hal tersebut?
5. Bagaimana pencapaian persetujuannya?

#### Penanganan Konsumen

1. Bagaimana kondisi unit seharusnya yang sudah selesai diperbaiki?
2. Apakah ada sanggahan atau *complaint* dari *customer* mengenai unit yang telah diperbaiki?
3. Melalui apa *customer* menyampaikan *complaint*nya mengenai unit yang telah diperbaiki? Via telepon, email atau dengan bertemu langsung?
4. Seberapa besar persenan *customer* yang *complaint* dari unit yang telah diperbaiki?
5. Biasanya *complaint* seperti apa yang disampaikan oleh *customer*?
6. Apakah langsung ditangani sendiri *complaint* yang disampaikan oleh *customer* atau memecahkannya bersama dengan team?
7. Bagaimana cara meyakinkan *customer* mengenai masalah yang timbul tersebut?
8. Apakah ada *customer* yang merasa tidak puas atas perbaikan unitnya?

## DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “**Proses Pelayanan pada PT. United Tractors Service Division Workshop Cabang Jakarta**”. Berikut daftar pertanyaan wawancara untuk menjawab rumusan masalah bagaimana proses pelayanan dan penanganan atas keluhan yang diberikan pelanggan pada PT. United Tractors *Service Division* Cabang Jakarta.

Informan 3

### I. Jadwal Wawancara

1. Tanggal/Hari Wawancara :
2. Durasi :

### II. Identitas Informan

1. Nama :
2. Usia :
3. Jabatan : Technical Advisor
4. Tahun Mulai Jabatan :

### III. Pertanyaan Penelitian

Penanganan Konsumen

1. Bagaimakah proses awal unit masuk untuk diperbaiki?
2. Apakah ada pengecekan terlebih dahulu ketika unit ingin masuk untuk diperbaiki?
3. Bagaimana persetujuan yang didapat antara konsumen dengan perusahaan mengenai kerusakan unit dan biayanya?

Proses *Service*

1. Selama unit diperbaiki adakah kendala/masalah yang muncul? Kendala/masalah yang seperti apa?
2. Biasanya kendala tersebut dapat langsung ditangani atau dengan bantuan rekan lainnya?
3. Berapa lama jangka waktu untuk menangani kendala/masalah tersebut?
4. Jika kendala/masalah yang muncul itu rumit ketika diperbaiki, apakah ada komunikasi dengan *customer* mengenai hal tersebut?

#### Penanganan Keluhan

1. Bagaimana kondisi unit seharusnya yang sudah selesai diperbaiki?
2. Apakah ada sanggahan atau *complaint* dari *customer* mengenai unit yang telah diperbaiki?
3. Melalui apacustomer menyampaikan *complaint*nya mengenai unit yang telah diperbaiki? Via telepon, email atau dengan bertemu langsung?
4. Seberapa besar persenan *customer* yang *complaint* dari unit yang telah diperbaiki?
5. Biasanya *complaint* seperti apa yang disampaikan oleh *customer*?
6. Apakah langsung ditangani sendiri *complaint* yang disampaikan oleh *customer* atau memecahkannya bersama dengan tim?
7. Bagaimana cara meyakinkan *customer* mengenai masalah yang timbul tersebut?
8. Apakah ada *customer* yang merasa tidak puas atas perbaikan unitnya?

## DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “**Proses Pelayanan pada PT. United Tractors Service Division Workshop Cabang Jakarta**”. Berikut daftar pertanyaan wawancara untuk menjawab rumusan masalah bagaimana proses pelayanan dan penanganan atas keluhan yang diberikan pelanggan pada PT. United Tractors *Service Division* Cabang Jakarta.

Informan 4

### I. Jadwal Wawancara

1. Tanggal/Hari Wawancara :
2. Durasi :

### II. Identitas Informan

1. Nama :
2. Usia :
3. Jabatan : Quality Assurance
4. Tahun Mulai Jabatan :

### III. Pertanyaan Penelitian

*Proses Service*

1. Selama unit diperbaiki adakah kendala/masalah yang muncul?  
Kendala/masalah yang seperti apa?
2. Biasanya kendala tersebut dapat langsung ditangani atau dengan bantuan rekan lainnya?
3. Berapa lama jangka waktu untuk menangani kendala/masalah tersebut?
4. Jika kendala/masalah yang muncul itu rumit ketika diperbaiki, apakah ada komunikasi dengan *customer* mengenai hal tersebut?

## Penanganan Keluhan

1. Bagaimana kondisi unit seharusnya yang sudah selesai diperbaiki?
2. Apakah ada sanggahan atau complaint dari customer mengenai unit yang telah diperbaiki?
3. Melalui apa customer menyampaikan complaintnya mengenai unit yang telah diperbaiki? Via telepon, email atau dengan bertemu langsung?
4. Seberapa besar persenan customer yang complaint dari unit yang telah diperbaiki?
5. Biasanya complaint seperti apa yang disampaikan oleh customer?
6. Apakah langsung ditangani sendiri complaint yang disampaikan oleh customer atau memecahkannya bersama dengan team?
7. Bagaimana cara meyakinkan customer mengenai masalah yang timbul tersebut?
8. Apakah ada customer yang merasa tidak puas atas perbaikan unitnya?

## DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Daftar pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian yang berjudul “**Proses Pelayanan pada PT. United Tractors Service Division Workshop Cabang Jakarta**”. Berikut daftar pertanyaan wawancara untuk menjawab rumusan masalah bagaimana proses pelayanan dan penanganan atas keluhan yang diberikan pelanggan pada PT. United Tractors *Service Division* Cabang Jakarta.

Informan 5

### I. Jadwal Wawancara

1. Tanggal/Hari Wawancara :
2. Durasi :

### II. Identitas Informan

1. Nama :
2. Usia :
3. Jabatan : Mechanic
4. Tahun Mulai Jabatan :

### III. Pertanyaan Penelitian

*Proses Service*

1. Selama unit diperbaiki adakah kendala/masalah yang muncul?  
Kendala/masalah yang seperti apa?
2. Biasanya kendala tersebut dapat langsung ditangani atau dengan bantuan rekan lainnya?
3. Berapa lama jangka waktu untuk menangani kendala/masalah tersebut?

*Penanganan Keluhan*

1. Bagaimana kondisi unit seharusnya yang sudah selesai diperbaiki?



2. Apakah ada sanggahan atau *complaint* dari *customer* mengenai unit yang telah diperbaiki?
3. Melalui apa *customer* menyampaikan *complaint*nya mengenai unit yang telah diperbaiki? Via telepon, email atau dengan bertemu langsung?
4. Seberapa besar persenan *customer* yang *complaint* dari unit yang telah diperbaiki?
5. Biasanya *complaint* seperti apa yang disampaikan oleh *customer*?
6. Apakah langsung ditangani sendiri *complaint* yang disampaikan oleh *customer* atau memecahkannya bersama dengan tim?

## Aspek Penanganan Keluhan

1. Empati Terhadap Pelanggan yang Marah
  - a. Apakah perusahaan mudah didekati dan kontaknya mudah dihubungi oleh pelanggan?
  - b. Bagaimana komunikasi dengan pelanggan selama ini? Baik dengan informasi baru atau sebelumnya?
  - c. Bagaimana upaya perusahaan untuk mengenal pelanggan dan mengetahui kebutuhannya?
2. Kecepatan Dalam Penanganan Keluhan
  - a. Jika ada pelanggan yang memberikan keluhan terhadap perusahaan, bagaimana *action* perusahaan dalam menanganinya?
3. Kewajaran/Keadilan dalam Memecahkan Permasalahan/Keluhan
  - a. Bagaimana prosedur perusahaan dalam memecahkan permasalahan atas keluhan yang diberikan oleh pelanggan?
  - b. Bagaimana menanggapi pelanggan dalam memecahkan keluhan yang diberikannya dan pemulihan atas pelayanan kepada pelanggan tersebut?
  - c. Apa kompensasi dari perusahaan yang diberikan kepada pelanggan atas kehilangan dan ketidaknyamanan yang terjadi karena kegagalan jasa tersebut?
4. Kemudahan Bagi Pelanggan untuk Menghubungi Perusahaan
  - a. Media apa yang biasanya digunakan oleh perusahaan dalam menyampaikan pesan umum kepada khalayak ramai? Banner, poster atau yang lainnya?
  - b. Dengan siapa pelanggan baru dapat mendapatkan layanan inti dan layanan tambahan, termasuk memberikan informasi, mengambil pesan, menerima pembayaran dan memecahkan masalah?

LAMPIRAN 3  
TRANSKIP WAWANCARA

Informan 1

I. Jadwal Wawancara

1. Tanggal/Hari Wawancara : Rabu, 25 April 2018
2. Durasi : 21.41 menit

II. Identitas Informan

1. Nama : Rukiyanto
2. Usia : 43 tahun
3. Jabatan : Service Departement Head
4. Tahun Mulai Jabatan : 2012

Pewawancara : Baik bapak, perkenalkan nama saya Qori Furqoniyah dari Politeknik Negeri APP Jakarta. Sebelumnya saya ingin mewawancarai dengan bapak Rukiyanto sebagai Service Departement Head.

Informan : Iya..he'eh.

Pewawancara : Sebelumnya data pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan permasalahan pada penelitian saya yang berjudul "Proses Pelayanan pada PT. United Tractors *Service Division* Workshop Cabang Jakarta".

Informan : Iya

Pewawancara : Berikut data pertanyaan wawancara untuk menjawab rumusan masalah saya bagaimana proses pelayanan serta penanganan atas keluhan yang diberikan pelanggan pada PT United Tractors *service division* workshop cabang Jakarta ini. Iya

bapak terima kasih banyak telah meluangkan waktu untuk saya wawancara. Langsung ke pertanyaannya saja ya pak?

- Informan : Iya lanjut
- Pewawancara : Sebelumnya usia bapak berapa ya kalau boleh tahu?
- Informan : 43 tahun
- Pewawancara : Sebagai *service departement head*, sejak kapan tahun mulai menjabatnya pak?
- Informan : Sejak 2012
- Pewawancara : Mengenai penanganan konsumen, bagaimakah proses awal unit masuk untuk diperbaiki?
- Informan : Untuk proses awalnya tentunya setiap customer kita dudukkan tipe transaksinya, contoh ketika customer itu belum duduk di sistem UT maka status customer kita dudukkan ke dalam status customer cash. Jadi customer harus membayar semua jasa yang penawaran jasa yang kita berikan kepada customer baru kita bisa melakukan pekerjaan yang ditawarkan custo.
- Pewawancara : Berarti harus duduk nama dulu ya pak?
- Informan : Iya disistem harus duduk nama dulu.
- Pewawancara : Baik apakah ada pengecekan terlebih dahulu ketika unit masuk untuk diperbaiki ?
- Informan : Ada tentunya agar kendaraan customer dan UT di awal ada kesepakatan atas kondisi unit yg aan diperbaiki.
- Pewawancara : Bagaimanakah dengan hal pembayarannya pak?
- Informan : Pembayarannya kalau *customer* itu statusnya *cash* maka *customer* harus membayar di awal full dan pajak, kalau *customer* udah di sistem UT kalau sudah perjanjian kerjasama kredit *customer* cukup memberikan PO ke UT atas pekerjaan yang ditawarkan kemudian UT akan menerbitkan *invoice* dan

*customer* harus membayar dengan PO yang sudah di janjikan dalam perjanjian kredit tersebut.

Pewawancara : Bagaimanakah persetujuan yang didapat antara customer dengan perusahaan mengenai kerusakan unit dan biayanya?

Informan : Tentunya sebelum unit masuk ke workshop kita melakukan pengecekan atau *customer* menginformasikan *scope* kerusakan atau pekerjaan yang akan dilakukan oleh UT dan nanti UT akan mengirimkan mekanik yang tujuannya untuk mendapatkan data konkrit pada unit kerusakan atau tindakan perbaikan apa saja yang akan dilakukan, dari situlah UT memberikan penawaran kepada *customer* mengenai *scope job* jumlah *sparepart* yang diganti dan jasa yang akan dilakukan sampai unit tersebut siap operasi untuk kepentingan *customer*.

Pewawancara : Lalu mengenai proses *service*, selama unit diperbaiki adakah kendala/masalah yang muncul? Biasanya itu seperti apa ya?

Informan : Selama unit diperbaiki kendala di *customer* tentunya unit tidak bisa beroperasi ya sehingga *customer* pasti akan terjadi kekurangan penerimaan atau pemasukan untuk *customer*, kadang kalau pekerjaan di workshop ketika diperbaiki masalah yang muncul kemungkinan terjadi penambahan kerjaan atau item *spare part* karena setelah unit dilakukan pembongkaran atau acuan bongkarnya biasanya terjadi penambahan *spare part*.

Pewawancara : Berapa lama jangka waktu untuk menangani kendala atau masalah tersebut?

Informan : Kendala tersebut tergantung besar kecilnya dan dari kecepatan *customer* untuk membuat persetujuan tambahan, kalau kita di UT itu *lead timenya* maksimal tujuh hari sejak ada tambahan temuan kemudian kita *pressing* dengan harga *spare part* kemudian kita lakukan kalkulasi jasa pekerjaan itu, seharusnya dalam tujuh hari *customer* datang kembali untuk menambah biaya menerbitkan PO tambahan.

- Pewawancara : Jika kendala atau masalah yang muncul itu rumit ketika diperbaiki, apakah ada komunikasi dengan *customer* mengenai hal tersebut?
- Informan : Tentu ada, jadi *customer* tidak kita tutup infonya kita *open* dengan *customer* kita lakukan *meeting* atau *joint inspection*, *customer* kita undang ke unit yang sedang diperbaiki kita buka datanya kemudian kita bersama-sama menghitung penawaran yang sudah kita berikan. Apakah disetujui atau tidak.
- Pewawancara : Bagaimana pencapaian persetujuannya yang tadi tersebut ya pak?
- Informan : Persetujuannya biasanya ketika dilakukan *joint inspection* bersama biasanya disitu ada item-item yang disetujui, contoh ada 10 pekerjaan apakah *customer* setuju semuanya atau hanya sebagian itu tergantung dari *customer* dengan resiko nanti apabila tidak disetujui semuanya *customer* ketika ada kerusakan unit itu bukan menjadi tanggung jawab UT.
- Pewawancara : Mengenai hal penanganan keluhan, bagaimana kondisi unit yang seharusnya sudah selesai diperbaiki, apa tidak ada permasalahan lagi setelah itu?
- Informan : Oke, jadi harapan kita dengan melakukan prosedur yang ada di UT sesuai SOP sebelum unit diserahkan ke *customer* dinyatakan *ready*, kita melakukan *test performance*, dan hasil *test performance* tersebut dikirim atau harus ditanda tangani oleh *customer*. *Test performance* kemudian berita acara serah terima (BAST) bahwa unit telah siap dioperasikan. Seperti itu mba.
- Pewawancara : Apakah ada sanggahan atau *complaint* dari *customer* mengenai unit yang telah diperbaiki?
- Informan : Oke, tentunya adaya. Biasanya unit yang telah diperbaiki di UT telah dilakukan *test perform* dan BAST ketika sampai di lokasi bisa timbul *problem*, nah ini kita dengan *customer* mengkomunikasikan *problem* ini kira-kira ini penyebabnya dari mana apakah dari sisi perbaikan yang kurang benar

sehingga timbul *problem* atau dari sisi pengoperasian dari lokasi *customer*.

Pewawancara : Melalui *apacustomer* biasanya menyampaikan *complaint* mengenai unit yang telah diperbaiki, lewat telepon, email atau hal yang lain?

Informan : Biasanya *customer* banyak akses ke UT, bisa melalui UT Call atau call centernya UT di angka 1500072 atau bisa langsung menghubungi ke tim cabang Jakarta sendiri atas keluhan yang terjadi di unit yang telah selesai diperbaiki atau bisa juga lewat email, kita banyak akses.

Pewawancara : Terbuka berarti ya pak?

Informan : Iya

Pewawancara : Seberapa besar persenan *customer* yang *complaint* dari unit yang telah diperbaiki?

Informan : Kalau perhitungan kita mungkin sekitar ya dibawah 10% lah dan itu biasanya terjadi karena komunikasi di *customer* dengan PIC *customer* yang ada dilapangan adanya *miss* komunikasi atas alat yang selesai diperbaiki kadang *scope* pekerjaan yang diperbaiki di UT hanya dari item satu sampai lima, tapi *miss* komunikasi yang sering terjadi dari *head office customer* ke PIC yang dilapangan itu menganggap bahwa semua item diperbaiki. Seperti itu, itu sering terjadi.

Pewawancara : Biasanya *complaint* seperti apa sih pak yang disampaikan oleh *customer*?

Informan : *Complaintnya* biasanya ya unit tidak bisa *performenya* tenaganya tidak sesuai atau ketika *customer* unitnya operasi masih timbul ada kebocoran oli di alat, seperti itu.

Pewawancara : Apakah langsung ditangani sendiri *complaint* yang disampaikan oleh *customer* atau memecahkannya bersama dengan tim?

- Informan : Melihat besar kecilnya juga biasanya kalau ada rembesan oli atau bocornya oli memang itu kancritical, harusnya *customer* dengan mekaniknya sendiri coba melakukan proses *minor repair* di lokasi, biasanya seperti itu. Biasanya kurang kencang atau adanya penggantian *spera part* yang diluar *scope* gitu.
- Pewawancara : Bagaimana cara meyakinkan customer mengenai masalah yang timbul tersebut?
- Informan : Jadi cara meyakinkannya pertama kita lihat *scope* pekerjaan. Apakah termasuk dalam *scope* pekerjaan UT atau diluar. Kalau diluar pekerjaan UT diluar *scope job* berarti *customer* harus kita informasikan harus melakukan perbaikan sendiri, kalau dalam *scope job* UT maka tim kita akan melakukan kunjungan ke alat yang setelah diperbaiki, sebagai bentuk tanggung jawab atas garansi perbaikan.
- Pewawancara : Apakah ada *customer* yang merasa tidak puas atas perbaikan unitnya?
- Informan : Oke baik, tentunya di setiap perusahaan ada ya, cuma kita kembali lagi ke *scope job* pekerjaan, tadi yang saya katakan bahwa kadang pekerjaan *customer* hanya satu sampai lima, tapi di *customer* menganggap bahwa pekerjaan yang dilakukan di UT sudah menyeluruh tentunya ini sangat merugikan bagi nama UT jangan sampai *customer* hanya menggunakan *budget* katakan hanya 10% tapi dia ingin mendapat perawatan atau jaminan 100%.
- Pewawancara : Apa dampak yg timbul mengenai *complaint* dari *customer* terhadap perusahaan?
- Informan : *Complaint* dari *customer* dampaknya itu tentunya kepercayaan ya, *customer* itu pertama atas dia sendiri tidak percaya dengan UT, kedua biasanya dia akan membuat opini-opini dengan kepada *customer* yang lainnya tapi kita kembali ke *scope job* yang dilakukan meyakinkan ke *customer* tersebut bahwa apa yang dilakukan UT sudah mengikuti prosedur dan diawal sebelum unit diserahkan sudah ada berita acara serah terima



(BAST) dan *customer* tanda tangan jadi diawal sudah menjadi persetujuan sudah *ditest*, sudah di cek, BAST. Harapannya kalau pengoperasiannya itu benar setelah unit diperbaiki seharusnya itu tidak terjadi lagi.

Pewawancara : Bapak kemudian mengenai aspek penangan keluhannya. Yang pertama mengenai empati terhadap pelanggan yg marah? Apakah perusahaan mudah didekati dan kontaknya mudah dihubungi oleh pelanggan?

Informan : Mudah..karena dengan tadi aksesnya kan banyak seperti itu.

Pewawancara : Bagaimana komunikasi dengan *customer* selama ini?

Informan : Selama ini kita ada kegiatan beberapa dengan *customer* yang rutin melakukan transaksi itu biasanya ada *weekly meeting* atau komunikasi lewat email sehingga ..

Pewawancara : Terus terjalin

Informan : Iya terus terjalin dan ketika ada *problem* atau permintaan pekerjaan baru, cepat kita gali dan kita *follow up*.

Pewawancara : Bagaimana upaya perusahaan untuk mengenal pelanggan dan mengetahui kebutuhannya?

Informan : Usahnya tadi jadi setiap unit yang telah *didelivery* itu di unit sendiri itu ada petunjuk komunikasi bagaimana dia dapat menghubungi UT, ada stiker UT Call. Kemudian nomor dua kita adanya regular visit ke *customer* melihat keluhan *customer* apa saja kemudian *follow up*nya kita bicarakan. Kemudian dalam *memfollow up* atau mengetahui keluhan pelanggan itu kita biasanya ada juga jalur yang melalui menggunakan teknologi jadi kita ada di komatsu itu ada komtrax sistem jadi kita bisa mengetahui kondisi alatnya ada *problem*apa dan jam kerjanya seperti apa.

Pewawancara : Mengenai kecepatan dalam penanganan keluhan jika ada pelanggan yang memberikan keluhan terhadap perusahaan, bagaimana *action* perusahaan dalam menanganinya?

- Informan : Oke, ketika ada keluhan, keluhan pasti ada itu kita biasanya menjadi dicatatkan dalam sebuah tiket. Tiket *complaint*, nah tiket *complaint* ini akan *difollow up* oleh cabang terdekat. Umpama unit ada lokasi beroperasi di daerah Bandung atau di Cilegon atau di luar pulau di Kalimantan kita akan eskalasi keluhan pelanggan tersebut ke perwakilan atau cabang UT terdekat agar pengecekan kemudian penyelesaiannya bisa lebih cepat dan bisa berkomunikasi langsung dengan *customer* di lokasi alat.
- Pewawancara : Kemudian mengenai kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan. Bagaimana prosedur perusahaandalam memecahkan permasalahan atas keluhan yang diberikan olehpelanggan?
- Informan : Ya biasanya ketika pelanggan mengeluh mengenai kondisi alat yang dibeli dari UT atau hasil perbaikan dari UT kita memberikan kunjungan gratis, mekanik atau tim kita ngecek atas kondisi kerusakan yang terjadi kemudian dilaporkan ke kantor pusat, kemudian atas kebutuhan padaunit yang *problem* tersebut kita akan berikan *sparepart* atau pengecekan gratis apabila memang kerusakan yang terjadi adalah masuk dalam *scope job* pekerjaan yang pernah dilakukan oleh UT dan masih dalam masa garansi.
- Pewawancara : Bagaimana menanggapi pelanggan dalam memecahkan keluhan yang diberikannya dan pemulihan atas pelayanan kepada pelanggan tersebut?
- Informan : Untuk memulihkannya tentunya pelanggan dalam membeli atau melakukan perbaikan pasti punya satu tujuan yaitu tercapainya atau kembalinya modal dan mendapatkan keuntungan dari alat yang dibeli atau diperbaiki.
- Pewawancara : Apa ada kompensasi dari perusahaan yang diberikan kepada pelanggan atas kehilangan atau ketidak nyamanannya yang terjadi karena kegagalan jasa tersebut?

- Informan : Kalau kompensasi dalam hasil produksi atau keuntungan yang tidak didapat ketika alat *breakdown* itu kami tidak memberikan ganti rugi, tetapi di sistem kami yang baru ada kesepakatan bahwa ketika alat terjadi *problem* dan membutuhkan *spare part*, *problem* tersebut karena pekerjaan UT ada yang kurang sempurna itu *customer* mendapatkan *spare part* dan jasa yang *free* jadi *customer* tidak membayar sama sekali.
- Pewawancara : Mengenai kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan. Media apa yang biasanya digunakan oleh perusahaan dalam menyampaikan pesan umum kepada khalayak ramai? Biasanya banner, poster atau yang lainnya?
- Informan : Ya kita ada email *blush team*, jadi kita menginformasikan ke seluruh *customer* UT atas info promo, info program-program yang terbaru yang diberikan kepada seluruh *customer* dan ketika *customer* ada tanggapan atau ada keinginan *customer* bisa *reply* ulang email tersebut.
- Pewawancara : Banner, poster itu ada ga pak?
- Informan : Kalau banner, poster itu adanya dibebberapa titik saja sih contohnya kalau unit itu biasanya ke arah-arah bandara itu ada, kemudian kalau di cabang-cabang biasanya disetiap kantor perwakilan itu atau kantor cabang ada poster. Selain lewat email *blush team*, dan juga beberapa *event* dilakukan oleh UT contohnya melakukan *customer gathering* dibebberapa titik cabang yang perlu dilakukan.
- Pewawancara : Dengan siapa pelanggan baru dapat mendapatkan layanan inti dan layanan tambahan, termasuk memberikan informasi, mengambil pesan, menerima pembayaran dan memecahkan masalah?
- Informan : Dengan UT Call bisa, UT Call kita diangka 1500 072 itu sudah bisa memberikan dan menjelaskan bagaimana cara bertransaksi kemudian *customer* yang baru itu didudukkan dalam posisi transaksi seperti apa dan bagaimana caramenghubungi UT

terdekat yang ada dengan unit *customer* atau dekat dengan kantor *customer*.

Pewawancara : Mungkin cukup segini saja pertanyaan dari saya mohon maaf saya mengganggu waktu bapak, terimakasih banyak ya pak.

Informan : Iya sama-sama mbak Qori.

Mengetahui,

Rukiyanto  
Service Departement Head

## Informan 2

### I. Jadwal Wawancara

1. Tanggal/Hari Wawancara : Kamis, 26 April 2018
2. Durasi : 22.23 menit

### II. Identitas Informan

1. Nama : Nur Kholik
2. Usia : 47 tahun
3. Jabatan : Supervisor
4. Tahun Mulai Jabatan : 2013

Pewawancara : Perkenalkan bapak saya Qori Furqoniyah dari Politeknik APP Jakarta, saya ingin wawancarai dengan bapak Nur Kholik dimana sebagai supervisor workshop, benar pak?

Informan : Kemarin workshop, sekarang *field*.

Pewawancara : Baru *field* kemarin kan? Tapi selama saya magang bapak ada di workshop, baik kalau boleh tahu, usia bapak sekarang berapa yah?

Informan : Sekarang usia 47 tahun.

Pewawancara : Untuk tahun mulai jabatan sebagai supervisor pak?

Informan : Tahun 2013

Pewawancara : Oke baik pak, disini saya ingin bertanya dimana beberapa pertanyaan yang saya akan tanyakan berfungsi untuk menjawab rumusan masalah penelitian saya yang berjudul "Proses Pelayanan pada PT. United Tractors Service Division Workshop Cabang Jakarta". Terimakasih banyak bapaktelah meluangkan waktu bapak untuk saya wawancarai, langsung ke pertanyaan saja ya pak.

- Pewawancara : Mengenai penanganan konsumen, bagaimanakah proses awal unit masuk untuk diperbaiki pak?
- Informan : Proses awal diperbaiki pertama informasi dari tim *service* ya, ketika ada unit *customer* yang *breakdown* biasanya kalau memang dari penglihatan dilapangan, tapi ketika tim *service* merasa akan lebih *save* jika dikerjakan di workshop maka tim *service* akan menghubungi *customer* agar baiknya dilakukan di workshop. Salah satunya untuk keamanan terus menghindari hujan, panas dan sebagainya.
- Pewawancara : Iya betul pak
- Informan : Dari kecurian ya, akan lebih aman jika dikerjakan di workshop.
- Pewawancara : Apakah ada pengecekan terlebih dahulu ketika unit ingin masuk untuk diperbaiki pak ?
- Informan : Oh pasti, sebelum masuk ke workshop itu mekanik *field* yang dilapangan sudah memastikan kondisi alat tersebut dilakukan PPM, ABR (analisis biaya *repair*), disampaikan ke *customer*, *customer* setuju dengan analisis biaya *repair*nya kemudian dimasukan ke workshop.
- Pewawancara : Bagaimana persetujuan yang didapat antara *customer* dan perusahaan mengenai kerusakan unit yang terjadi dan biayanya pak?
- Informan : Persetujuannya dengan hasil PPM dilapangan biasanya kita presentasikan ke *customer*, kita jadwalkan *customer*, janji waktu dan tempatnya dan kemudian kita presentasikan hasil PPM kondisi unitnya, terutama kondisi internalnya ya, misalnya kebutuhan komponen, kebutuhan yang rusak rusak kita akan bilang ke *customer*, alternatifnya seperti apa kemudian kita lakukan kebutuhan untuk *part*nya, kemudian sampein ke *customer*, biaya *spare part* sekian, *service* sekian, jasanya sekian, nah nanti *customer* biasanya akan nego, pertama nego harganya minta diskon, yang kedua dia minta mungkin kalau masih bisa diperbaiki, diperbaiki,

kalau misalnya diganti ya diganti itu tergantung *customer* dan dia berusaha juga untuk *meminimize* perbaikannya, tapi dengan catatan tim itu strategis memberikan gambaran supaya nanti ketika unit ini tidak diganti paling engga siap untuk dioperasikan. *Customer* setuju UT setuju, biayanya setuju baru dilakukan.

Pewawancara : Baru dilakukan, lalu mengenai proses, selama unit diperbaiki adakah kendala atau masalah yang muncul pak? Biasanya seperti apa ya pak?

Informan : Unit diperbaiki biasanya, setelah diperbaiki ya?

Pewawancara : Gini pak, unit diperbaiki.

Informan : Unit diperbaiki biasanya munculnya yang pertama komitmen awal dari *customer* ke UT untuk kesepakatan kontraknya, misalkan di cabang Jakarta ketika ada perbaikan workshop itu harus DP 30% mungkin karena si *customer* punya SOP sendiri bagian keuangannya, kan *customer* ketika mengurus uang harus ada *invoice* ke UT sebelum dikerjakan, dan biasanya sering terjadi seperti itu, jadi *invoice*, UT meminta dikirimkan *invoice*, *customer* minta 30% di *invoice* dan kendalanya seperti itu yang kedua mengenai ketersediaan *part* karena tidak semua *spare part* kita stok, *part-part* yang mungkin yang biasa dipakai ketika ada kerusakan yang jarang rusak itu biasanya stoknya jarang kita stok itu yang jadi kendala.

Pewawancara : Biasanya kendala tersebut langsung dapat ditangani atau perlu bantuan dengan rekan lainnya pak?

Informan : Kalau kendala tersebut kita bisa diskusikan dengan *customer*, kita diskusikan dengan *customer*, jika dengan *spare part* kita diskusikan dengan *spare part*, gitu jadi kendalanya dimana jika kendalanya dimekanik, mekanik ya kita arahkan kesulitannya dimana, kalau dari *customer* ya *customer*, kalau dari *part* ya ke tim *part*. Tergantung siapa yang jadi kendala.

- Pewawancara : Ya bener pak, biasanya berapa lama pak jangka waktu untuk menangani kendala atau masalah tersebut ?
- Informan : Kendala tersebut biasanya kalau urusan *spare part* biasanya agak lama, kalau *spare part* yang *take order* itu kan jarang *diorder*, itu *production*, *production* kalau stoknya tidak ada ya itu cukup lama tiga bulan, tapi kalau *spare part* kita ambil cukup untuk buat, kan kita ada stok unit baru ya?
- Pewawancara : Iya betul.
- Informan : Kita pinjam ke unit baru untuk sementara diambilkan dulu, jika nanti datang kita gantikan peminjaman tersebut.
- Pewawancara : Kira-kira seminggu bisa tidak pak?
- Informan : Seminggu bisa.
- Pewawancara : Seminggu bisa ya pak, jika masalah atau kendala itu rumit untuk diperbaiki apakah ada komunikasi dengan *customer* mengenai hal tersebut pak?
- Informan : Ya kita komunikasikan kepada *customer* mengenai hal-hal yang rumit terutama hal pembongkaran, karena sebelumnya itu tidak terdeteksi ya. Pengecekan visual kemudian kita bongkar ada didalam, ketika harganya murah mungkin tidak ada kendala, jika mahal nah *customer* akan keberatan tapi itu harus diganti.
- Pewawancara : Seperti itu pak, lalu bagaimana pencapaian atas tujuannya pak?
- Informan : Pencapaian tujuannya ya dengan solusi, kalau memang harganya mahal dia sanggup *order* kita *orderin*, ketika *customer* keberatan karena keterbatasan biaya mungkin dia akan cari lokal, karena kan komatsu lokal itu banyak karena unitnya *familiar*, ketika *customer* keberatan kita juga mengertilah kondisi keuangan *customer*, yaudah kalau *customer* nyediain lokal kita tidak ada *warranty*nya karena kita tidak tahu kondisinya.



- Pewawancara : Lalu mengenai penanganannya bagaimana kondisi unit yang seharusnya sudah selesai diperbaiki pak? Ada tidak permasalahan yang ada setelah perbaikan?
- Informan : Untuk yang pekerja setelah *out warranty*, setelah pekerjaan selesai kita garansikan 3000 jam atau enam bulan selama masa *warranty* kita berkewajiban menelpon *customer* tiga kali, saat *service* kemudian kita menanyakan kondisi unitnya kepada *customer* ada masalah atau tidak dengan catatan *customer* harus menggunakan oli dan filter *genuine* kita *warranty*kan untuk pasca pekerjaan selesai semasa garansi enam bulan atau 3000 jam.
- Pewawancara : Kalau kondisinya pak? Yang seharusnya sudah selesai bagaimana pak?
- Informan : Kondisinya ?
- Pewawancara : Kondisi unitnya kalau sudah selesai harus *ready for use* atau bagaimana?
- Informan : Oh iya harus, ketika keluar workshop harapannya kan setelah masuk disini,harapan UT keluar seperti baru kelas performanya paling tidak diatas 90% lah ya. Tapi liat kondisi perbaikannya kalau memang *customer general overhaul* paling tidak mendekati baru tapi ketika *minor repair*, *minor repair*kan harus semuanya kan? Tergantung *request customer*, kita pastikan *ready for use* dan performanya diatas 90% lah.
- Pewawancara : Apakah ada sanggahan atau *complaint* dari *customer* mengenai unit yang telah diperbaiki pak? Setelah keluar dari workshop?
- Informan : Yang namanya unit kita tidak sempurna, bisa jadi karena medan operasi yang berat, bisa jadi karena hasil pekerjaan yang tidak tertangani di UT dari kemarin sebab karena ada yang diganti, kebanyakan sih yang dari workshop yang *problem* kebanyakan atas komponen yang diganti, misalnya

*customer request* A, B yang rusak C kebanyakan seperti itu, C yang rusak karena tidak diperbaiki, ya jadi *complaint*annya.

Pewawancara : Oh begitu, iya jadi tidak sesuai dengan *complaint*annya. Lalu melalui apa biasanya *customer* menyampaikan *complaint*?

Informan : Biasanya selama ini *by* UT call atau langsung ke supervisornya.

Pewawancara : Via telpon, email atau bagaimana pak ?

Informan : Iya via telpon atau wa biasanya *complaint*nya dia. Kemudian kita masukin tiket buat dicatat, kalau kita sebatas terima telepon mungkin kita lupa, ketika kita catat kalau tiketnya ada kita monitoring terus sampai *customer* puas baru kita *close* tiket tersebut. Ketika akan *close* tiket kita telepon *customer* apakah sudah puas. Kalau puas kita akan *close* tiket.

Pewawancara : Biasanya seberapa besar pak persenan *customer* yang *complaint*?

Informan : Persentasinya kita tidak ada acuannya, cuma ada satu atau dua yang kecil kerjanya kalau dia masa *warranty* lebih cepat responnya dia tidak *complaint* atau tidak sempat *complaint*, ketika UT terlambat respon karena mungkin ga nyambung komunikasinya atau yang kemarin diganti mungkin mereka akan *complaint* duluan.

Pewawancara : Kira-kira 5% ada tidak pak?

Informan : 5% saya kira ngga ada

Pewawancara : 3/2% gitu pak?

Informan : Iya

Pewawancara : Lalu biasanya *complaint* seperti apa yang disampaikan *customer*? Tadi kan sudah dijelaskan juga yang mengenai *part* atau respon *customer*, ada lagi tidak pak?

- Informan : Kalau *complaint customer* kebanyakan ya itu yang dari hasil pekerjaan di workshop yang sampai lapangan kurang bagus *performancenya* mungkin salah satunya karena tidak diganti, tapi kebanyakan keluhan dari *customer* unitnya *breakdown* ga pernah digituin.
- Pewawancara : Lalu apakah langsung ditangani sendiri *complaint* yang disampaikan oleh *customer* atau memecahkannya lagi bersama tim?
- Informan : Kita bantu, kita bantu *customer*, keluhannya apa lalu kita datengin kesana ke *customernya*. Dengan *customer* kita pastikan ini *mainperformancenya* apa sih menurut dia, kan kita tidak tahu *problemnya* terus *customer* dibikin ngambang tidak ada kejelasan ‘ini loh pak ini rusaknya disini pak’ kalau memang areanya *warranty* kita *warrantykan* kalau bukan *warranty* kita sampaikan ke dia. Biar *clear* dengan dia.
- Pewawancara : Lalu bagaimana meyakinkan *customer* mengenai masalah tersebut pak?
- Informan : Meyakinkan *customer* ya paling kita memberikan hasil PPMnya, hasil PPMnya ke *customer* hasilnya seperti ini pas keluar dan harapannya tidak ada kendala saat beroperasi. Terus kita paling tidak informasikan cara mengoperasikan yang benar, terus medan kerja sama mekanik dia agar selalu aktif *daily inspectionnya*.
- Informan : Ada tidak pak *customer* yang merasa tidak puas setelah perbaikan ini?
- Pewawancara : Adalah, pasti ada semuanya. Kita juga tidak sempurna yah, katakanlah karena ban pabrik baru kita juga rekondisi, rekondisi pasti ada hal-hal yang tidak terjangkau perbaikannya. Terutama yang tidak ada persetujuannya di awal tadi. Soalnya *customer* kecewa ya karena mungkin maunya dia ketika masuk UT ya keluar seperti baru, tapi ketika dikasih penawaran dia tidak mau karena terlalu

mahal, jadi kita ambil jalan tengahnya, ketika mengambil jalan tengah pasti salah satu ada yang tak termonitor, tidak dikerjakan perbaikannya. Tidak dikerjakan yang rusaknya karena persetujuan biaya *repairnya*.

Pewawancara : Bapak ini mengenai aspek penanganan keluhan. Empati terhadap pelanggan yang marah, apakah perusahaan mudah didekati dan kontaknya mudah dihubungi oleh pelanggan?

Informan : Iya mudah, mudah untuk dihubungi pelanggan.

Pewawancara : Bagaimana komunikasi dengan pelanggan selama ini baik dengan informasi baru atau yang sebelum-sebelumnya pak?

Informan : Komunikasi dengan pelanggan, kita coba ada kumpulan kumpulan ke *customer*, jadi kita rutin ke *customer* setiap bulan temuannya ada, nah kita ada keluhan ke *tim service* menyampaikan dan kita giat untuk *memfollow up* ke *customer* tersebut.

Pewawancara : Bagaimana upaya perusahaan untuk mengenal pelanggan dan mengetahui kebutuhannya?

Informan : Kebutuhan pelanggan kita biasanya ke pelanggan itu apa namanya bisa mengetahui sedang ada *project* apa. Untuk *project* dia rental biasanya, saat ini area tol kebanyakan ataupun kereta api. Dari itu kita memberikan solusi-solusi kebutuhannya dia 'oh ini excavator tipe sekian, nomor plat sekian, sama pekerjaan-pekerjaan sekian terus solusi perbaikan solusi yang ditawarkan *maintenancenya*'. Agar *customer* duduk manis tidak terganggu dan kita tawarkan untuk *maintenancenya*.

Pewawancara : Lalu mengenai kecepatan dalam penanganan keluhannya, jika ada pelanggan yang memberikan keluhannya ke perusahaan, bagaimana *action* perusahaan dalam menanganinya pak?

Informan : Keluhan terhadap perusahaan, yang pertama kita harus tahu betul keluhannya itu apa, biar yang menangani keluhan

tersebut tidak salah-salah. Keluhan mengenai unit ya kita harus tahu betul mengenai kondisinya, nah ketika unitnya ada dilapangan kita cepat-cepat respon keluhan tersebut, kita datengin, kita cek dan kita tanya operator keluhannya apa dan tanya mekanik juga apa yang sudah dilakukan apa saja dan juga ketika kita bisa perbaiki dilapangan kita perbaiki. Setelah perbaiki kita bilang ke *ownernya* yang punya alat unit sudah kita lakukan perbaikan.

Pewawancara : Lalu bagaimana prosedur perusahaan dalam memecahkan permasalahan keluhan yang disampaikan pelanggan pak?

Informan : Prosedurnya, perusahaan kita bagi-bagi dalam status *customernya*. Ada *customer cash*, ada *customer track* UT yang sudah mempunyai kontrak dengan UT, yang sudah memiliki kontrak kita minta *customer* untuk memberikan POnya ke UT, tapi ketika *customer cash* kita kasih penawaran ke *customer* kemudian *customer* bayar menunggu transfer baru kita naikkan *customer*, tapi ketika unit *warranty* dalam 24 jam kita lakukan pengiriman mekanik ke *customer* untuk yang *warranty*.

Pewawancara : Lalu, bagaimana menanggapi pelanggan dalam memecahkan keluhan yang diberikan dan pemulihan atas pelayanan kepada pelanggan tersebut?

Informan : Pelanggan biasanya kalau *customer* yang *service* itu kebanyakan masalah *support* dilapangan, masalah *breakdown* unit , dan itu ada hubungannya dengan unit yang *breakdown* kerjanya kan tergantung dari jam kerjanya dia ya biasanya ini *customer* ketika unit-unit rental yang tidak mengharap *break down* tersebut, nah kita harus cepat-cepat agar bagaimana *breakdown* itu tidak terlalu lama. Ketika mekanik kita kirimkan kesana harus 1x24 jam harus tahu permasalahannya apa, tapi ketika mekanik mungkin ada keterbatasan dan sebagainya. Barulah dari UT kita *support* dari orang kantor mengenai *problem* di lapangan, kita lihat permasalahannya apa dan membantu mekanik agar unit cepat *ready* untuk

dioperasikan supaya *customer* tidak nunggu terlalu lama dan ujung-ujungnya unit bisa jalan terus sesuaikan dengan jam kerjanya dia.

Pewawancara : Setelah adanya permasalahan tersebut, ada tidak pak kompensasi dari perusahaan untuk pelanggan?

Informan : GPS ada.

Pewawancara : Apa itu pak?

Informan : *Guarantee Product Support*, itu ada oli sama filter, jika *customernya supplyannya* tidak OTIF akan kena *panishment*, perusahaan akan memberikan ke *customer* oli satu *fill* sesuai dengan kebutuhan *service*.

Pewawancara : Lalu mengenai kemudahan pelanggan, kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan, media apa yang biasanya digunakan oleh perusahaan dalam menyampaikan pesan umum kepada khalayak ramai? Banner, poster atau yang lainnya?

Informan : Biasanya lewat email, ataupun UT biasanya kan ada demo demo unit baru, misalnya area Cilegon, UT kesana mengundang *customer-customer* semua untuk melakukan konsolidasi dengan produk-produk baru, lalu kita ada promo-promo baru yang disampaikan, yang program program di UT sendiri, ada program apa saja dan program yang baru apa saja nanti biasanya, ini namanya semacam seperti expo gitu expo UT tapi internal *customer* saja, *customer* yang di area Cilegon datang semua.

Pewawancara : Biasanya dengan siapa pelanggan baru mendapatkan layanan inti dan layanan tambahan, seperti informasi, pesan atau pembayaran?

Informan : Kalau *customer* baru biasanya kita pertama, kebutuhannya dia apa? Kebutuhannya apa jika unit baru kita arahkan ke unit, jika kebutuhannya *spare part* kita arahkan ke *spare part*, tapi ketika membutuhkan teknisi kita arahkan dari tim

*service* di *workshop*. Tergantung kebutuhannya *customer* apa.

Pewawancara : Cukup sekain pak pertanyaan dari saya, yang amat sangat banyak. Mohon maaf jika saya ada kekurangannya, terima kasih banyak bapak atas waktunya.

Informan : oke, sama-sama sukses ya.

Pewawancara : Aamiin pak.

Mengetahui,

Nurkholik

SPV Workshop

### Informan 3

#### I. Jadwal Wawancara

1. Tanggal/Hari Wawancara : Kamis, 26 April 2018
2. Durasi : 21.29 menit

#### II. Identitas Informan

1. Nama : Endro Siswanto
2. Usia : 51 tahun
3. Jabatan : Technical Advisor
4. Tahun Mulai Jabatan : 2010

Pewawancara : Bapak perkenalkan nama saya Qori Furqoniyah, saya dari Politeknik APP Jakarta, disini saya akan mewawancarai kepada bapak Endro dimana jabatan nya sebagai *technical adviser*. Betul?

Informan : Betul.

Pewawancara : Saya boleh tahu usia bapak?

Informan : 51 tahun.

Pewawancara : Untuk tahun mulai jabatan sebagai *technical* itu sudah berapa lama ya pak?

Informan : Ya sekitar delapan tahunan.

Pewawancara : Pak disini saya punya beberapa daftar pertanyaan dimana daftar pertanyaan ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian saya yang berjudul “Proses Pelayanan pada PT. United Tractors Service Division Cabang Jakarta”. Berikut daftar wawancara untuk menjawab rumusan masalah bagaimana proses pelayanan dan penanganan atas keluhan yang diberikan pelanggan pada PT. United Tractors *Service Division*. Terima kasih telah meluangkan waktu bapak untuk



saya wawancarai. Pertama mengenai penanganan konsumen, bagaimanakah proses awal unit masuk untuk di perbaiki?

Informan : Prosesnya sebelum di perbaiki kita ada beberapa, kalau perbaikannya besar itu dari awal nya PPM nanti dari PPM keluar analisa biaya *repair*, setelah itu kita bikin *quot* bila *customer* setuju atas biaya keseluruhan jadi unitnya kita bawa masuk ke workshop dan akan kita perbaiki sesuai dengan biaya yang sudah di sepakati, nah setelah masuk workshop nanti akan di kerjakan oleh tim workshop lewat supervisor workshop dan PPC.

Pewawancara : Apakah ada pengecekan terlebih dahulu ketika unit ingin masuk untuk di perbaiki?

Informan : Ya, hasil dari PPM itu akan keluar itu, komponen apa yang harus diperbaiki terus keperluan *spare part* apa saja yang harus diganti, terus ada jasa mekanik yang akan dibebankan *customer*, terus ada penggantian *service* terus ada juga publikasi apa saja yang harus diganti, udah komplit sih disitu nanti akan keluar semua biayanya yang akan ditanggung *customer*.

Pewawancara : Bagaimanakah persetujuan yang didapat antara *customer* dengan pihak perusahaan mengenai kerusakan unit dan biayanya?

Informan : Hasil dari kita pemeriksaan unit itu biasanya kita persentasikan ke *customer*, kita akan jelaskan nih pak kerusakannya ini, kerangkanya apa saja yang harus diperbaiki setelah dia melihat biaya yang muncul atas pekerjaan itu dia akan bandingkan dengan saat unit itu harga unit baru disitu umpama harga unit baru 100 nah disitu kalau biaya perbaikan nya di 60 atau 60% berarti kan sebenarnya tidak layak, terutama terlalu besar biayanya. Kalau dia di bawah 50% atau jadi biayanya 40 an itu masih masuk, nah kita akan jelaskan disitu, baru *customer* akan tahu kalau kita perbaiki kan akan kembali menjadi baru istilahnya untuk operasional akan lebih baik hampir seperti unit

baru nah perbandingan itulah yang akan diterima *customer* apakah itu menjadi pertimbangannya atau engga.

Pewawancara : Terus mengenai prosesnya, selama unit diperbaiki adakah kendala/masalah yang muncul? Biasanya seperti apa pak?

Informan : Masalah yang muncul biasanya kalau ada tambahan pekerjaan pekerjaan yang memang kita ga duga. Sebenarnya sih bukan kita duga, sebenarnya semua pekerjaan itu dari kita analisa workshop pengecekan hanya dibagian luar tapi setelah kita laksanakan pembongkaran itu bisa jadi ada penambahan *spare part* yang memang saat kita lakukan pembongkaran itu terjadi kerusakan dan itu sebenarnya kita sudah sampaikan dulu ke customer bahwa biaya awal yang kita ajukan itu akan bisa berubah bila setelah kita lakukan pembongkaran ada penambahan *spare part* atau pekerjaan tambahan yang akan diketahui oleh *customer* dan akan kita sampaikan ke *customer* dan bila *customer* setuju untuk pekerjaan tambahan itu menjadi *additional* dan akan menjadi beban customer nah itu akan kita lanjut tapi kalau *customer* tidak lanjut berarti kan kita akan mengasih tahu bahwa kondisinya sebenarnya apa adanya dan itu harus diketahui oleh *customer*.

Pewawancara : Lalu biasanya kendala tersebut dapat langsung ditangani atau dengan bantuan rekan lainnya pak?

Informan : Seharusnya sih penanganannya kan dari workshop, nah workshop nanti kita lapor ke supervisor, dari supervisor akan ke *customer* bila tidak putus atas beban biaya yang dapat nanti kita naik ke SDH, nanti dari SDH bisa diputuskan apakah itu menjadi beban *customer* atau dibantu oleh UT kalau tidak putus lagi itu naik ke tingkat HO pusat, nah HO pusat biasanya mereka bisa ada beberapa *demand* penjualan unit sehingga kita bisa *adsorb* dari penjualan unit itu kita *demand* makanya kita bisa *support* untuk mengurangi beban *customer*, biasanya kita bisa langsung tanganin.

Pewawancara : Biasanya kalau langsung bapak tanganin berapa lama jangka waktunya pak?

Informan : Seharusnya kita lebih cepat lebih baik itu biasanya satu minggu seharusnya sudah putus, biasanya kalau lebih lama dari satu minggu itu karena satu *customer* untuk *budgetnya* tidak ada

atau ada juga administrasi dari *customer* yang memang agak susah untuk penambahan biayanya itu.

Peawawancara : Jika kendala/masalah yang muncul itu rumit ketika diperbaiki, apakah ada komunikasi dengan *customer* mengenai hal tersebut?

Informan : Harus ada, supaya diketahui akan menjadi lebih baik untuk kedepannya supaya kita ga jadi masalah saat belakang telah selesai pekerjaan ternyata unitnya masih *performance* kurang baik.

Pewawancara : Lalu mengenai penanganan keluhannya, bagaimanakah kondisi unit yang seharusnya sudah selesai diperbaiki?

Informan : Kondisi unit setelah diperbaiki seharusnya menjadi lebih baik sebelum masuk, terus dia setelah keluar dari workshop UT harus siap operasi dan siap untuk melakukan pekerjaan seperti ya unit baru.

Pewawancara : Apakah ada sanggahan atau *complaint* dari *customer* mengenai unit yang telah diperbaiki?

Informan : Ada, biasanya saat kita pekerjaan *overhaul* biasanya ada kebocoran atau ada perbaikan yang harus *disupport* oleh kita. Jadi setiap pekerjaan yang keluar dari workshop masih ada *warrantynya*, nah dari *warranty* pekerjaan itu bila ada pekerjaan yang semua bocor ada pekerjaan yang kurang baik itu akan kita langsung tata.

Pewawancara : Melalui apacustomer biasanya menyampaikan *complaintnya* mengenai unit yang telah diperbaiki? Via telepon kah atau yang lainnya?

Informan : Bisa lewat telepon ke PIC workshop atau lewat email atau lewat UT call atau lewat *broadcastnya* atau lewat *sales* unitnya, banyak sih dimana si *customer* itu yang lebih dekat dia berhubungan biasanya disitu dia menyampaikan dulu baru nanti lewat *broadcast* baru nanti lewat lagi ke *service*.

Pewawancara : Seberapa besar persenan customer yang *complaint* dari unit yang telah diperbaiki?

Informan : Seberapa persen?

Pewawancara : Iyah persennanya setelah diperbaiki?

- Informan : Rata-rata kecil sih biasanya untuk tingkat *complaint* atau *redu* kalau di kita itu *redu* pekerjaan ulang itu kecil karena sebelum keluar workshop itu kita kan ada pengecekan lagi seperti pengecekan total seharusnya sih hasilnya 100% tapi biasanya kita *redu* itu harusnya kita cuma dikasih 3%.
- Pewawancara : Biasanya *complaint* seperti apa sih pak yang disampaikan oleh *customer*?
- Informan : *Complaint* biasanya tidak sesuai ekspektasi dari *customer*, biasanya setelah beroperasi di lapangan ada hal-hal yang menurut *customer* itu masih ada kekurangan, apakah itu bagian luar dari unit atau bagian dalam kebocoran atau apa, itu aja sih.
- Pewawancara : Apakah langsung ditangani sendiri *complaint* yang disampaikan oleh *customer* atau memecahkannya bersama dengan tim?
- Informan : Biasanya kalau *customer* mereka semua pekerjaannya di luar tidak terlalu kritikal biasanya *customer* sambil menunggu dari *tim service* mereka kerjakan dulu tapi kalau pekerjaannya kritikal ada kebocoran atau ada *noice* itu biasanya mereka akan *breakdown* dan akan dikerjakan oleh tim UT.
- Pewawancara : Bagaimanakah cara meyakinkan *customer* mengenai masalah yang timbul tersebut pak?
- Informan : Ya biasanya setelah kita pekerjaan kita laksanakan, kita akan membuat *report* tim atas *problem* tersebut nah itu akan diketahui sama *customer* dan investigasi apa yang akan kita sampaikan ke *customer* sehingga *customer* juga akan tahu apakah itu salah pengoperasian apakah ada salah dari UT atas *assembling* jadi nanti akan ketemu *win-win* solusinya.
- Pewawancara : Apakah ada *customer* yang merasa tidak puas atas perbaikan unitnya?
- Informan : Ada beberapa bila hasil dari negosiasi dengan *customer* tidak *clear* cukup di awal, kalau *clear* di awal seharusnya *customer* puas tapi kalau kita tidak *clear* di awal sehingga perbaikannya seadanya di workshop tapi ekspektasi *customer* maunya bagus sehingga akan membuat *complaint* terus menerus ke *customer* karena ya itu negosiasi di awalnya kurang *clear*.

- Pewawancara : Bapak mengenai satu hal lagi ya tadi kan mengenai dari proses input dan proses *output*nya, dan ini mengenai aspek penanganan keluhannya, empati terhadap pelanggan yang marah. Apakah perusahaan mudah didekati dan kontaknya mudah dihubungi oleh pelanggan?
- Informan : Ya seharusnya mudah, karena ada banyak orang yang hubungan dengan *customernya* banyak, sehingga akses untuk menelepon PIC ke beberapa orang UT bisa.
- Pewawancara : Bagaimana komunikasi dengan pelanggan selama ini? Baik dengan informasi baru atau sebelumnya?
- Informan : Komunikasinya ya sebenarnya ke *customer* banyak sih, ya aksesnya dari email ke *customer* terus ada *support* dari *spare part* itu ada beberapa produk-produk promo juga disampaikan ke *customer*.
- Pewawancara : Hmm gitu, jika ada promo-promo pasti akan disampaikan ya pak? Bagaimana upaya perusahaan untuk mengenal pelanggan dan mengetahui kebutuhannya?
- Informan : Harus sering-sering kunjungan kalau kita jarang kunjungan akhirnya dari *competitor* yang sering kunjungan ya kita menjadi kesaing untuk pekerjaan ataupun untuk unit dan *supportnya* gitu kalau semakin kita sering banyak komunikasi dan kunjungan pasti *customer* akan lebih senang akan *supportnya* gitu.
- Pewawancara : Terus mengenai kecepatan dalam penanganan keluhan, jika ada pelanggan yang memberikan keluhan terhadap perusahaan, bagaimanakah *action* perusahaan dalam menanganinya pak?
- Informan : Secepatnya akan kita *update* atau kita balas atas keluhan nya dan pada setelah beberapa waktu akan kita *support* untuk pekerjaannya gitu.
- Pewawancara : Lalu mengenai keadilan atau kewajaran dalam memecahkan permasalahan/keluhan. Bagaimana prosedur perusahaan dalam memecahkan permasalahan atas keluhan yang diberikan oleh pelanggan pak?
- Informan : Ada sih metode-metodenya, cuma untuk saat ini kita akan menelepon kembali ke *customer* dan kita akan jelaskan *problemnya* hasil dari investigasinya terus bila sudah diketahui

oleh *customer* apakah itu akan menjadi perbaikan tambahan atau akan menjadi tanggung jawab UT.

Pewawancara : Bagaimana menanggapi pelanggan dalam memecahkan keluhan yang diberikannya dan pemulihan atas pelayanan kepada pelanggan tersebut pak?

Informan : Ya rata-rata kita bikin suatu *activity* tertentu jadi kita bikin *problem* terus kita bikin PICnya, PICnya itu jadi penyelesaiannya apa terus PICnya siapa dan nanti kita akan persentasikan ke *customer* bahwa atas problem-problem atas keluhan-keluhan *customer* itu akan kita sampaikan ke *customernya*.

Pewawancara : Apa ada kompensasi dari perusahaan yang di berikan kepada pelanggan atas kehilangan dan ketidak nyamanan yang terjadi karena kegagalan jasa tersebut pak?

Informan : Kompensasinya ya sebenarnya kalau kita terlewat atau ada kehilangan ya semua harus jadi tanggung jawab perusahaan, jadi tanggung jawab UT. Karena saat kita pekerjaan itu harus sudah mengecek keseluruhan, nah kalau kehilangannya atau perbaikannya kurang bagus atas pekerjaan yang kita kerjakan ya harus kita tanggung dari UT.

Pewawancara : Biasanya kompensasinya seperti apa tuh pak?

Informan : Kompensasinya ya itu akan kita ganti baru kalau memang barangnya itu bekas kita akan ganti baru atau kita akan tetap kita informasikan, tapi kita akan sampaikan bahwa ini penggantian segala macamnya dan kita akan sampaikan kenapa ini bisa kehilangan atau *missing* gitu sehingga *customer* sebenarnya harus kita kasih tahu bahwa ada beberapa pekerjaan atau kehilangan dari *spare part* itu harus kita *update*.

Pewawancara : Lalu mengenai kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan, media apa yang biasanya digunakan oleh perusahaan dalam menyampaikan pesan umum kepada khalayak ramai pak? Apakah dengan banner, poster atau yang lainnya?

Informan : Biasanya ada poster tertentu di jalan produk-produk unit tertentu terus ada juga kalau *by* email dari UT call itu ada juga, terus di kita juga ada namanya UT klik jadi bisa semua akses

*customer* atau umum bisa buka *websitenya* UT disitu ada beberapa produk yang kita sampaikan.

- Pewawancara : Biasanya pelanggan baru dapat informasi atau dapat layanan inti seperti informasi-informasi mengenai UT, mengambil pesan, atau pembayaran biasanya dari mana ya pak?
- Informan : Biasanya dari kalau pelanggan baru ya? Kalau pelanggan baru rata-rata dari *broadcaster* dari biasanya UT call juga bisa.
- Pewawancara : Oke, baik bapak. Sangat banyak ya pak pertanyaan dari saya ya pak?
- Informan : Iya betul, capek.
- Pewawancara : Terima kasih banyak ya pak atas waktunya, semoga ini bisa bermanfaat untuk saya.
- Informan : Iya aamiin..
- Pewawancara : Aamiin

Mengetahui,

Endro Siswanto

Technical Advisor

## Informan 4

### I. Jadwal Wawancara

1. Tanggal/Hari Wawancara : Selasa, 17 April 2018
2. Durasi : 17.54 menit

### II. Identitas Informan

1. Nama : Saptono
2. Usia : 47 tahun
3. Jabatan : Quality Assurance
4. Tahun Mulai Jabatan : 2003

Pewawancara : Bapak disini saya Qori Furqoniyah ingin mewawancarai bapak Saptono, dimana wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian saya yang berjudul “Proses Pelayanan pada PT. United Tractors *Service Division* Workshop Cabang Jakarta”. Sebelumnya terima kasih banyak pak telah meluangkan waktu bapak untuk saya wawancarai. Dengan bapak Saptono jabatannya apa ya pak?

Informan : Saya sebagai *Quality Assurance*.

Pewawancara : Mulai jabatan tersebut dari kapan pak?

Informan : Tahun 2003

Pewawancara : Boleh tahu usia bapak sekarang?

Informan : Usia?

Pewawancara : Iya usia.

Informan : Usia saya sekarang 47 tahun.

Pewawancara : 47 tahun. Langsung ke pertanyaan saja ya pak?

Informan : Iya oke



- Pewawancara : Pertama dalam penanganan konsumen, selama unit diperbaiki adakah kendala atau masalah yang muncul?
- Informan : Kalau diperbaiki ya pasti banyak lah kendalanya, tapi kalau proses itu dilakukan sesuai dengan apa yang SOPnya.
- Pewawancara : Sesuai SOPnya ya?
- Informan : Iyah SOPnya. Kendala itu bisa seminimal mungkin itu tidak terjadi, karena dari situ kan kita ada panduan-panduan.
- Pewawancara : Ada panduan-panduannya ya Pak?
- Informan : Panduan kerjanya kan ada seperti *softmanual* , ada *QA sheet*, kemudian ada juga TK2 itu panduan kualitas kerja itu ada. Itu yang biasanya kita buat panduan kualitas kerja yang tidak ada di dua buku tadi *soft manual* dan *QA sheet*.
- Pewawancara : Kendalanya biasanya seperti apa pak?
- Informan : Kendalanya ya halnya sama seperti mesin lah, kalau kita hidupkan mungkin asapnya putih, atau terlalu asapnya hitam nah itu nanti hal-hal kecil yang bisa kita apa namanya perbaiki di luar, bagian dalam si mesin itu contoh itu sebagai contoh. Tapi itu jarang terjadi pernah tapi jarang terjadi.
- Pewawancara : Biasanya kendala tersebut bisa langsung ditangani atau dengan bantuan rekan lainnya pak?
- Informan : Langsung, langsung ditangani mba.
- Pewawancara : Langsung ditangani, berapa lama jangka waktu menanganinya ya pak kendala/masalah tersebut?
- Informan : Tergantung, tergantung *trouble shootingnya*, tergantung kerusakannya, tapi biasanya sih kalau sudah bekerja sesuai SOP, pelaksanaan pekerjaannya *problem* itu bisa langsung diselesaikan hari itu juga.

- Pewawancara : Hari itu juga, jika kendala atau masalah yang muncul itu rumit ketika diperbaiki, apakah ada komunikasi dengan *customer* mengenai hal tersebut pak?
- Informan : Harus ada, semua pekerjaan yang disini itu dikomunikasikan dengan *customer*, kan kita ada yang namanya *job schedule sheet*. Nah *job schedule sheet* di situ, apa-apa yang kita perbaiki itu ada pekerjaannya, jadi misalnya tingkatan pekerjaan ada lima *step*, kita sudah sampai *distep* keberapa nih, nah nanti dikasih tahu dikomunikasikan ke *customer*, ‘pak itu pekerjaannya itu tinggal dua *step* lagi ya kita butuh waktu sekian hari lagi’, nah nanti dikasih tahu seperti itu. Itu secara komunikasi selain kita bicara juga ada hitam di atas putihnya.
- Pewawancara : Iya pak benar, terus langsung ke penanganan keluhannya. Bagaimana kondisi unit seharusnya yang sudah selesai diperbaiki?
- Informan : Ya seharusnya unit itu *ready for use*, tidak ada lagi perbaikan setelah diperbaiki disini di workshop.
- Pewawancara : Tapi pernah ngga sih ada permasalahan lagi setelahnya?
- Informan : Masalah *customer* itu bervariasi, *customer* itu bervariasinya dimana salah satunya dia kadang *spare part* beli sendiri, minta dipasangin sama kita. Kita kan barang itu tidak tahu yang namanya *geneuin* atau tidak kan. Diluar bisa saja komatsu, tetapi begitu kita cek disini itu bukan komatsu, karena disini kita juga *spare part* punya tuh yang namanya *hologram report* itu jadi bisa dilihat ‘oh ini beneran asli atau tidak’.
- Pewawancara : Oh begitu, dicek dulu sebelumnya ya pak?
- Informan : Iya dicek dulu sebelum dipasang, makanya kita lihat dulu barangnya nih, nah biasanya kalau misalnya ada *problem* nanti dengan karena *spare part* yang dia beli, nah itu nanti tidak timbul garansi perbaikan.
- Pewawancara : Lalu apakah ada sanggahan atau *complaint* dari *customer* mengenai unit yang telah diperbaiki?

- Informan : Kalau *complaint* selalu ada, *complaintnya* itu bisa berupa *lead time* pekerjaan kemudian harga atau *price*, *price* kita memang kalau dibilang itu mahal tapi mahal itu kita bukan sebenarnya bukan karena mahal juga, mahalnya itu kan kita ada *warrantynya* pekerjaan itu ada garansi beda yang diluaran ya. Kita toolnya juga komplit disini terus apa namanya mekaniknya sudah *ditraining* semua. Jadi tadi ada dua itu masalah *price* kemudian yang kedua itu masalah...
- Pewawancara : *Lead time*
- Informan : *Lead time* pekerjaan.
- Pewawancara : Biasanya seperti itu pak?
- Informan : Biasanya..
- Pewawancara : Melalui *apacustomer* menyampaikan *complaintnya* mengenai unitnya yang telah diperbaiki?
- Informan : Biasanya kalau dia punya email *by* email, atau salah satunya dia datang ke sini.
- Pewawancara : Bisa bertemu langsung?
- Informan : Bisa, *joint inspection* namanya.
- Pewawancara : *Joint inspection*. Seberapa besar persenan *customer* yang *complaint* dari unit yang telah diperbaiki.
- Informan : Oh persentasenya? kalau persentasenya waduh susah kalau dibilang persentasenya ya rata-rata kalau sudah diperbaiki di United Tractors itu puas.
- Pewawancara : Puas rata-rata.
- Informan : Rata-rata puas, cuma untuk persentasenya kita belum hitung itu.
- Pewawancara : Tidak, misalnya dari 1 unit kan kurang lebih kan 99% lah ya pasti benernya gitu, dari 99% misalnya itu kaya mati dijalan,

nah menurut *customer* ini nih rusak sedikit lagi gitu berarti tolak ukurnya kurang lebih 10% atau berapa gitu pak ?

Informan : Oh jadi pekerjaan belum selesai gitu ?

Pewawancara : Yang telah diperbaiki, misalnya rusak lagi nah iya itu persennanya berapa pak kira-kira menurut bapak?

Informan : Waduh

Pewawancara : Cuma hal kecil gitu atau belum bisa dipersenin ?

Informan : Kalau untuk persentasenya itu gimana, kalau dibilang hampir tidak pernah terjadi ya begitu ke lapangan itu unit tidak langsung bisa kerja, rata-rata begitu sampe lapangan unit langsung kerja

Pewawancara : Berarti rata-rata puas?

Informan : Iya engga sampe hari itu, nanti biasanya sih mendekati *service* ya itu dalam sebulan, nah itu baru ada kendala, tapi biasanya sih di sistemnya itu harus di *service*.

Pewawancara : Oh begitu

Informan : Karena masalah *services* saja *maintenancenya* hampir jarang terjadilah begitu sampai dilapangan terus ada problem memang bukannya gak ada yah problem tapi jarang terjadi paling kalau dipersentasenya gak sampai 5-10%.

Pewawancara : Oh tidak sampai, biasanya *complaint* yang seperti apa sih pak yang disampaikan oleh *customer*?

Informan : *Complaint*nya ya itu mungkin ada masalah kecil tapi karena memang *lead timenya* agak lama nunggu *spare part* atau publikasinya ya itu saja biasanya. Masalah *lead time*.

Pewawancara : *Complaint* ke bapaknya ya pak?

Informan : Ya *complaint*nya bukan ke kita saja tapi bisa ke supervisor atau kepala *service*, kalau *complaint* ke saya itu masalah kualitas mungkin sampai lapangan *problem* tapi jarang.

- Pewawancara : Apakah langsung ditangani sendiri *complaintan* yang disampaikan oleh *customer* atau memecahkan masalahnya bersama dengan tim?
- Informan : Biasanya kita punya tim karena gak bisa sendiri juga, kan saya gak bisa langsung menangani harus mekanik jadi kita hanya mendorong mekanik kalau seandainya perbaikan di lokasi, ini *step-step* apa yang harus dikerjakan itu sudah kita supervisi. Ini yang harus cek kamu ke lapangan, nanti saya kasih tahu catatannya apa saja, nah nanti dia yang memperbaiki.
- Pewawancara : Bagaimana meyakinkan *customer* mengenai masalah yang timbul tersebut ?
- Informan : Ya kita yakinin kalau *problem* itu bisa diselesaikan di lapangan langsung gak usah dibawa balik lagi ke workshop. Kita upayakan sampai tuntas.
- Pewawancara : Apakah ada *customer* yang merasa tidak puas atas perbaikan ?
- Informan : Sebagian ada, ada juga yang tidak puas ya itu tadi masalahnya mungkin karena *pricenya* sudah mahal terus agak lama dan nunggu *spare partnya* yang bikin lama. Kan *spare part* bukan cuma 1 aja, kita ini se Indonesia.
- Pewawancara : Iya bener tuh pak, terus hubungannya gimana tuh pak ?
- Informan : Hubungan apa ?
- Pewawancara : Kan dia ada yang merasa tidak puas karena hal tersebut ?
- Informan : Ya hubungannya nanti masalah ini aja, dia tidak mau pekerjaan itu timbul pekerjaan ulang itu saja, dia maunya diselesain tuntas tidak ada cerita pekerjaan ulang. “katanya Cuma 2”?
- Pewawancara : Ini ada lagi pak, berarti 1 lagi tadi kan mengenai proses penanganan nah sekarang mengenai aspek penanganan keluhannya. Mengenai empati terhadap pelanggan yang marah. Apakah perusahaan mudah didekati dan *contactnya* mudah dihubungi oleh pelanggan ?

- Informan : Selalu, biasanya kita ada *customer* kemari dia minta nomor saya tuh untuk hal-hal yang secara teknis, itu selalu nanya”pak nomor hp seandainya ada kendala apa saya bisa komunikasi sama bapak.
- Pewawancara : Bagaimana komunikasi dengan pelanggan selama ini baik dengan informasi baru atau sebelumnya?
- Informan : Berbagai-bagai kalau sekarang era digitalisasi, kita bisa melalui hp via telepon atau wa.
- Pewawancara : Berarti walaupun informasinya baru atau lama tetap dikabarin ya pak?
- Informan : Tetap ada
- Pewawancara : Bagaimana upaya perusahaan untuk mengenal pelanggan dan mengetahui kebutuhannya?
- Informan : Mengetahui pelanggan?
- Pewawancara : Iya
- Informan : Secara pelanggan kita mesti tahu apa yang diinginkan oleh dia, keinginan apa saja, misalnya pekerjaan secara teknis harus lebih baik dari yang biasa dia perbaiki di lapangan sama orang lain gitu, biasanya kalau di UT mungkin panggil mekanik itu mahal, nah dari luar lebih murah kan, nah kalau dia pinginnya kita harus lebih baik dari orang luar itu.
- Pewawancara : Mengenai kecepatan dalam penanganan keluhan, jika ada pelanggan yang memberikan keluhan terhadap perusahaan bagaimana *action* perusahaan dalam menanganinya? Contohnya bapak sendiri.
- Informan : Ya sesegera mungkin kita bisa perbaiki kerusakan itu.
- Pewawancara : Langsung yah pak tidak ditunda?
- Informan : Langsung, secara langsung. Tidak ada penundaan kecuali memang lokasinya itu memang harus berjalan jauh.

- Pewawancara : Sulit dijangkau.
- Informan : Sulit dijangkau nah itu mungkin dia juga ngerti berapa lama kita perjalanan, pekerjaan. Tapi kalau seandainya itu bisa cepat, sesegera mungkin kita jalan kesana langsung, secara kalau dibilang *urgent* lah.
- Pewawancara : *Urgent*, iya pak benar. Terus mengenai kewajaran atau keadilan dalam memecahkan masalah, bagaimana prosedur perusahaan dalam memecahkan permasalahan atas keluhan yang diberikan oleh pelanggan?
- Informan : Iya itu tadi, pemecahannya kita komunikasi kemudian kita perbaiki alatnya itu dengan sesegera mungkin dan secepat mungkin agar bisa menghasilkan, mungkin pendapatan dia setelah unit itu bekerja. Intinya itu, jadi *customer* itu kita bikin, kalau dulu bilang UT itu *Customer Satisfaction*.
- Pewawancara : *Customer satisfaction*, bagaimana menanggapi pelanggan dalam memecahkan keluhan yang diberikannya dan pemulihannya atas pelayanan kepada pelanggan tersebut?
- Informan : Gimana?
- Pewawancara : Bagaimana menanggapi pelanggan dalam memecahkan keluhan yang diberikannya, misalnya pelanggannya memberikan keluhan terus menanggapi gimana, memecahkannya gimana dan pemulihannya gimana? Soalnya kan kalau misalnya pelanggan keluhan pasti ada yang merasa tidak puas gitu.
- Informan : Oke-oke, biasanya gini. Kita terima keluhan apa dulu kita dengarkan jadi keinginan dari *customer* itu apa, keluhannya semua biar diceritakan dulu sebagai kronologis dari kerusakan alatnya nah kemudian dari situ baru kita menyikapi apa sih kebutuhan atau *problem* apa yang harus diperbaiki, ya rasa empati kita lah kepada *customer* itu.

- Pewawancara : Ada gak sih pak kompensasi dari perusahaan yang diberikan kepada pelanggan atas kehilangan atau ketidaknyamanan yang terjadi karena kegagalan jasa tersebut?
- Informan : Biasanya secara bisnis itu *fifty-fifty* kalau seandainya ada pekerjaan diluar ekspektasi kita, seharusnya diperbaiki ternyata ada kerusakan lain yang *customer* itu gak pengen kejadian itu, dan yang namanya manusia juga gak bisa tahu *problem* secara detail. Tapi kita usahakan itu semua pekerjaan bisa dilakukan agar *customer happy*.
- Pewawancara : Berarti kompensasinya?
- Informan : Ya kompensasinya kita mungkin memberikan *warranty* atau dengan *special price*.
- Pewawancara : *Special price*, oh baik berarti ada nego dulu ya?
- Informan : Ada nego lagi,
- Pewawancara : Kemudian mengenai kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan, media apa yang biasanya digunakan oleh perusahaan dalam menyampaikan pesan umum kepada khalayak ramai, banner kah atau poster atau yang lainnya pak?
- Informan : Oh iya kita punya itu
- Pewawancara : Punya semuanya ?
- Informan : Kita punya, biasanya medianya itu kalau seandainya kaya didepan ada baliho, kemudian kalau di arah bandara itu kita ada punya juga kaya iklan *advertising* ada juga disetiap tempat yang memungkinkan banyak *customer* bisa lihat, ada kita.
- Pewawancara : Dengan siapa pelanggan baru dapat mendapatkan layanan inti dan layanan tambahan termasuk memberikan informasi, mengambil pesan, menerima pembayaran dan memecahkan masalah?
- Informan : Kalau itu dari setiap *service* kita semua harus mengerti ke *customer*, *diservice* ini kita memiliki berbagai macam program,



nah program itu kita kasih ke *customer* yang baru maupun yang lama, tetap. Yang lama tetap kita kasih tahu juga bahwa kita punya program-program *service* kaya semacam program pemeriksaan mesin kemudian ada program pemeriksaan *undercarriage* ada program *service* yang kalau sekarang itu lagi *boom* untuk *special maintenance* dari unit baru hingga berapa hmm.. nah nanti itu *discover* oleh UT dan dia hanya membayar sekian rupiah untuk *discover* itu, jadi terima alat betul dan tinggal kerja saja.

Pewawancara : Bapak mungkin cukup segitu pertanyaan dari saya kurang lebihnya saya mohon maaf, terima kasih banyak pak atas waktunya atas jawabannya mudah-mudahan jawaban bapak bisa saya ambil dan saya teliti untuk penelitian saya.

Informan : Iya sama-sama, amin

Pewawancara : Assalamualaikum

Informan : Waalaikumsalam wr.wb

Mengetahui,

Saptono

Quality Assurance

## Informan 5

### I. Jadwal Wawancara

1. Tanggal/Hari Wawancara : Rabu, 18 April 2018
2. Durasi : 15.10 menit

### II. Identitas Informan

1. Nama : Sigit Waloya
2. Usia : 31 tahun
3. Jabatan : Mechanic
4. Tahun Mulai Jabatan : 2007

Pewawancara : Selamat pagi pak

Informan : Pagi

Pewawancara : Saya Qori Furqoniyah dari Politeknik APP Jakarta, ingin mewawancarai dengan bapak?

Informan : Sigit Waloya

Pewawancara : Sigit Waloya hehe.. Pak Sigit ini salah satu mekanik di workshop cabang Jakarta, sebelumnya pertanyaan wawancara ini berfungsi untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian saya yang berjudul “Proses Pelayanan pada PT. United Tractors *Service Division* Workshop Cabang Jakarta” terima kasih banyak bapak telah meluangkan waktunya untuk saya wawancarai. Lanjut ke tahun mulai jabatan bapak sebagai mekanik dari tahun berapa ya pak?

Informan : Kalau untuk sebelumnya diawali dengan magang mekanik, magang mekanik itu magang reguler dari 2005, magang intensif tahun 2006 dan 2007 sampai sekarang mekanik.

Pewawancara : Berarti tahunnya dari 2007 ya?

Informan : 2007, baik.

Pewawancara : Kalau boleh tahu sekarang usianya berapa pak?

Informan : Usianya 31

Pewawancara : Langsung ke pertanyaannya saja kali ya pak. Selama unit diperbaiki adakah kendala/masalah yang muncul?

Informan : Unit setelah diperbaiki?

Pewawancara : Pas diperbaiki

Informan : Pas diperbaiki masalah yang muncul pasti ada, sebelumnya kita kan melakukan kaya transaksi dengan *customer* itu yang secara visual cek yang kelihatan tetapi pada saat penanganan *actual* kita lakukan pembongkaran. Nah disitu biasa terjadi dan ditemukan semacam ketidaknormalan pada unit atau komponen, itu pasti ada dan untuk penanganan itu kita lakukan *recomended* ulang dan melakukan penawaran atau *quotation* ke *customer* UT.

Pewawancara : Terus biasanya kendala tersebut bisa langsung ditangani atau dengan bantuan rekan lainnya?

Informan : Kalau untuk kendala tersebut kalau yang hubungannya dengan biaya itu diperkaitkan dengan superior, kalau tidak berhubungan biaya cukup hal teknis atau manual cukup kita lakukan sendiri.

Pewawancara : Oh begitu, kalau misalnya hal berhubungannya lain berarti kaya ke supervisor gitu?

Informan : Iya betul.

Pewawancara : Kalau misalnya hal teknisi langsung bapak yang menangani. Berapa lama jangka waktu untuk menangani kendala/masalah tersebut?

Informan : Tergantung, tergantung pekerjaannya. Kalau yang untuk pekerjaan *remove install* itu cukup satu hari. Kalau untuk pekerjaan *assembling, diss assembling* itu estimasi tiga hari.

Kalau yang termasuk *trouble shooting* tergantung *trouble shootingnya* dan itu maksimal kalau di UT itu tujuh hari.

Pewawancara : Itu prosesnya ya pak dan untuk penanganan keluhan, bagaimana kondisi unit seharusnya yang sudah selesai diperbaiki?

Informan : Kondisi unit yang setelah diperbaiki adalah ya harusnya *ready for use* ya siap untuk digunakan untuk *customer*.

Pewawancara : Ada tidak permasalahan setelah diperbaiki?

Informan : Setelah diperbaiki ada, pasti ada.

Pewawancara : Misalnya sudah ke lapangan gitu?

Informan : Ya kan kalau yang di workshop cabang Jakarta kan ga Cuma *test branch* di lokasi workshop aja ya di *actual* pengoperasian biasanya yang terjadi itu adalah kurang *adjustment* untuk *pressure hydraulic* itu kan sudah beroperasi sekitar satu bulan itu pasti nanti ada semacam sistem belum duduk sempurna dari itu makanya timbul permasalahan sedikit dan itu cukup bisa diselesaikan ga memakan waktu lama dan cukup satu hari selesai.

Pewawancara : Apakah ada sanggahan atau *complaint* dari customer mengenai unit yang telah diperbaiki?

Informan : Kalau untuk *complaint* sih ngga semacam informasi saja.

Pewawancara : Informasi saja, itu biasanya langsung ke bapak atau bagaimana?

Informan : Biasanya ke supervisor baru nanti diteruskan ke mekanik.

Pewawancara : Oh berarti *customer* tidak menyampaikan langsung *complaintnya* ke mekanik gitu?

Informan : Ngga

Pewawancara : Tidak pernah atau jarang atau bagaimana?

- Informan : Kalau untuk strukturnya dari atasan supervisor dan meneruskannya ke mekanik, tetapi juga ada yang menghubungi langsung ke mekanik. Tapi kalau mekanik mendapat informasi dari *customer* tetap mekanik wajib untuk menginformasi ke supervisor.
- Pewawancara : Baik seperti itu, seberapa besar persenan *customer* yang *complaint* dari unit yang telah diperbaiki?
- Informan : Sekitar 5 %
- Pewawancara : Sekitar 5% saja, biasanya *complaint* seperti apa si pak yang disampaikan oleh *customer*?
- Informan : *Complaintnya* biasanya itu semacam bukan yang alat berat mungkin yak karena baut kendur atau *adjustmentnya* kurang.
- Pewawancara : Kurang-kurang sedikit doang ya pak?
- Informan : Iya betul
- Pewawancara : Apakah langsung ditangani sendiri *complaint* yang disampaikan oleh *customer* atau memecahkannya bersama dengan tim?
- Informan : Untuk biasanya penanganan sendiri. Kalau emang itu *complaintannya* berhubungan dengan pekerjaan yang berat lalu nanti di diskusikan dan kalau tidak bisa diselesaikan sendiri baru dengan superior dan dengan tim.
- Pewawancara : Lanjut mengenai aspek penanganan keluhan, pertama empati terhadap pelanggan yang marah. Jadi apakah perusahaan mudah didekati dan kontaknya mudah dihubungi oleh pelanggan?
- Informan : Iya mudah dihubungi, karena di UT kan ada UT Call ya nah itu bisa *stand by* 1x24 jam, dan boleh *customer* telepon unit *warrantynya* itu 1x24 jam harus siap mengirimkan mekanik.
- Pewawancara : Bagaimana komunikasi dengan pelanggan selama ini? Baik dengan informasi baru atau sebelumnya?

- Informan : Komunikasi masih lancar, baik.
- Pewawancara : Maupun itu informasi baru atau yang lama?
- Informan : Masih, masih terjalin kan namanya kalau di UT ada semacam kaya *visit* dan transaksi jadi setiap pelanggan yang di UT itu kita datangi meskipun tidak ada transaksi kita tetap berhubungan biar antara perusahaan dan *customer* tetap terjalin.
- Pewawancara : Bagaimana upaya perusahaan untuk mengenal pelanggan dan mengetahui kebutuhannya?
- Informan : Yaitu kita lakukan *visit* dan kita melakukan atau mengerjakan diskusi dengan *customer* selama ini ada keluhan apa dengan produk kami, yakni baik produk maupun teknisi kami dan kita juga akan melakukan semacam *backlog*, backlog itu adalah temuan-temuan yang kita temukan pada saat *visit* kita infokan kepada *customer*, nah itu tergantung *customernya* mau di respon baik atau cuma disimpan sebagai file saja.
- Pewawancara : Terus mengenai kecepatan dalam penanganan keluhan. Jika ada pelanggan yang memberikan keluhan terhadap perusahaan, bagaimana *action* perusahaan dalam menanganinya?
- Informan : Kalau untuk keluhannya gini, kalo untuk unit *warranty*, *warranty* itu kan ada garansi itu ada namanya 7x24 jam *ready for use*, ada OTIF *Solution* namanya. Dan jikalau dalam 1x24 jam tujuh hari belum selesai maka *customer* dapat kompensasi.
- Pewawancara : Sepertinya ada tuh di pertanyaan selanjutnya, lanjut di pertanyaan selanjutnya saja ya pak
- Informan : Iya
- Pewawancara : Bagaimana prosedur perusahaan dalam memecahkan permasalahan atas keluhan yang diberikan oleh pelanggan?
- Informan : prosedurnya pertama kita dekati pelanggan, kita Tanya permasalahannya apa dari *complaintannya* itu, atau itu jangan

jangan permasalahan itu yang tidak termasuk pada saat penawaran yang diajukan UT terhadap *customer* dan disetujui dengan *customer*. Kalau memang itu bukan termasuk dari apa yang sudah disetujui dari kedua belah pihak maka itu nanti kita kembalikan ke *customer* baik itu bukan termasuk barang *warranty*. Kalau memang itu termasuk dari apa yang telah disetujui maka langsung dilakukan tindakan.

- Pewawancara : Berarti harus ada persetujuan terlebih dahulu ya pak?
- Informan : Iya sebelum kita melakukan eksekusi pekerjaan tersebut kedua belah pihak harus melakukan kaya perjanjian yang diikat itu harus jelas pekerjaannya, pekerjaan apa sih yang dilakukan nah nanti pada saat *complaint* kita mengacu pada perjanjian tersebut .
- Pewawancara : Lalu bagaimana menanggapi pelanggan dalam memecahkan keluhan yang diberikannya dan pemulihan atas pelayanan kepada pelanggan tersebut?
- Informan : Yang jelas pasti kita \*ada telepon masuk\* Bisa diulangi lagi?
- Pewawancara : Diulangi lagi ya pak, bagaimana menanggapi pelanggan dalam memecahkan keluhan yang diberikannya dan pemulihan atas pelayanan kepada pelanggan tersebut?
- Informan : Pemecahannya ya kita melakukan pertama diskusi dengan pelanggan, diskusi dengan pelanggan itu hal yang berkaitan langsung dengan pengguna atau operator dari alat tersebut. Keluhannya itu apa pada alat tersebut? Kalau memang itu terjadi dari kesalahan kami ya langsung kita tangani. Kalau itu terjadi kesalahan bukan kami itu *miss* operasi dan kita arahkan bagaimana pengoperasiannya, dan pemulihan terhadap pelanggan ya kita tetap menjalin hubungan baik kita dekatin pelanggan tetap kita sebagai orang yang jasa ya kita harus tetap ramah meskipun pelanggan itu marah-marah tetap kita sampaikan. Kalau memang terjadi kesalahan pada kami ya kami terima kesalahan tersebut, dan kalau memang kesalahan

terhadap pelanggan kita sampaikan ke pelanggan dengan niatan yang baik.

Pewawancara : Berarti pemulihannya gitu ya, tetap baik.

Informan : Menjalin komunikasi.

Pewawancara : Nah ini yang tadi kompensasi, apa kompensasi dari perusahaan yang diberikan kepada pelanggan atas kehilangan dan ketidaknyamanan yang terjadi karena kegagalan jasa tersebut?

Informan : Di UT ada OTIF, ada OTIF *Part*, ada OTIF *Mechanic* ada OTIF *Solution*. Kalau yang OTIF *Part* itu untuk *customer* dalam pembelian suku cadang itu OTIFnya adalah 90% ya harus sudah *full* ke *supply*. Kalau yang untuk OTIF mekanik terutama unit *warranty* ya, itu dalam 1x24 jam dari *customer* itu telepon UT itu wajib untuk mengirimkan mekanik, jika tidak dalam waktu 1x24 jam tidak mengirimkan mekanik maka *customer* akan mendapat kompensasi

Pewawancara : Kompensasinya kira-kira?

Informan : Kompensasinya berupa untuk paket *service*.

Pewawancara : Paket *service* harga gitu ya pak atau bagaimana?

Informan : Paket *service sparepart*. Kalau yang OTIF *Solution* itu dalam waktu 7x24 jam unit tersebut harus *ready for use*. Jika dalam waktu 7x24 jam atau tujuh hari itu belum *ready* maka *customer* dapat kompensasi untuk dilakukan PPM gratis.

Pewawancara : Oh pemeriksaan mesin gratis ya pak.

Informan : Betul

Pewawancara : Terus lanjut ke pertanyaan selanjutnya, dikemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan. Media apa yang biasanya digunakan oleh perusahaan dalam menyampaikan pesan umum kepada khalayak ramai? Banner, poster atau yang lainnya?



- Informan : Ya biasanya di UT itu bisa pasang *banner*, tetapi *banner* sudah jarang. Itu UT kan mempunyai semacam *call center* ya, *customer* bisa bertanya atau menyampaikan keluhannya terhadap UT dengan angka 1500 072.
- Pewawancara : Tapi kalau untuk *banner*, poster gitu ada ngga sih pak?
- Informan : Untuk itu sih paling UT jarang.
- Pewawancara : Paling web doang kali ya pak?
- Informan : Iya betul
- Pewawancara : Dengan siapa pelanggan baru dapat mendapatkan layanan inti dan layanan tambahan, termasuk memberikan informasi, mengambil pesan, menerima pembayaran dan memecahkan masalah?
- Informan : Bisa sebenarnya kalau pelanggan baru itu bisa langsung saja telepon ke UT Call di 1500 072, nah nanti sama UT Call akan ditangani dengan siapa, tergantung dari pelanggan tersebut mau minta informasi tentang apa.
- Pewawancara : Kalau untuk ke *service*?
- Informan : Kalau ke *service* nanti diarahkan ke *service* divisi, kalau untuk unit dan membeli unit nanti diarahkan ke *marketing* yang mengerti tentang unit.

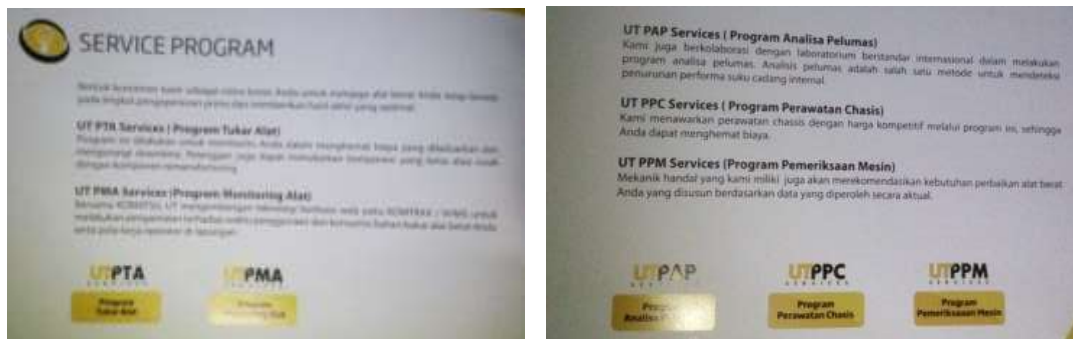
Mengetahui,

Sigit Waloya

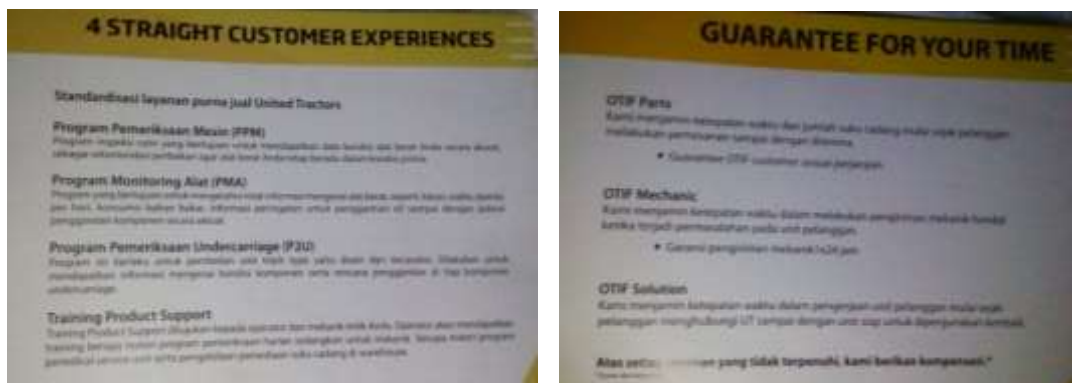
Mechanic

## LAMPIRAN 4

### DOKUMENTASI PERUSAHAAN



*Service Program*



*Guarantee Product Support*

**Form Permintaan Pengiriman Cepat**  
 Parts Division - Logistic Dept  
 Cabang / Site : UT Jakarta  
 No Perm : UJT/014/W5/2106/01/2018




**UNITED TRACTORS**

Tanggal Parts dibutuhkan : 08 Juni 2018  
 Pengirim Dari : UT Jakarta ke UT Palembang  
 Tipe pengiriman yang dibutuhkan : Air freight / Kapal cepat / Borongan : \_\_\_\_\_  
 Nama Customer & No PO customer : OPTA HASIL SUGARTO  
 No STQ/PO UJT/RSPD/ DO : \_\_\_\_\_  
 No Service Requisition / Beban ( Dept / Cabang / Site ) : 300112068 WSP : \_\_\_\_\_  
 Parts dibutuhkan untuk : Pump Assy  
 Equipment/Unit breakdown :  Ya  Tidak  
 Barang masuk dalam kategori barang berbahaya/mudah terbakar : Ya / Tidak  
 Barang yang akan dikirimkan : ( Apabila banyak, dilampirkan di halaman selanjutnya )

Parts Number	Description	Quantity

Jumlah copy : 1, Kali Total berat : \_\_\_\_\_  
 Dimensi packing barang ( P x L x T ) : \_\_\_\_\_  
 Estimasi biaya pengiriman : Rp. 795.800

Tanggal : 08 Juni 2018

Diajukan oleh:  Diketahui oleh:  Disetujui oleh:   
 ( M. Zakaria ) ( Parts Dist. Centre ) ( R. Alifando )  
 NRP : \_\_\_\_\_ NRP : \_\_\_\_\_ NRP : \_\_\_\_\_

Form Permintaan Pengiriman Cepat

Page 1

Form Permintaan Pengiriman Cepat (FPPC)

LAMPIRAN 5

FOTO-FOTO SAAT MELAKUKAN OBSERVASI



Informan 1



Informan 2



Informan 3



Informan 4



Informan 5



*Workshop*

## LAMPIRAN 6

### SURAT KETERANGAN DARI PERUSAHAAN



Jakarta, 27 April 2018

Kepada Yth.  
Politeknik APP Kementerian Perindustrian  
Jl. Timbul No. 34 Cipadak Jagakarsa  
Jakarta Selatan

#### SURAT KETERANGAN

Nama	NIM	Jurusan/Program
Qory Furqoniyah	150300417	Manajemen Pemasaran Industri Elektronika

Telah melaksanakan praktek kerja lapangan khususnya di Workshop Cabang Jakarta PT. United Tractors Tbk. Terhitung sejak tanggal 22 Desember 2017 s/d 27 April 2018.

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

PT. UNITED TRACTORS Tbk.  
Cabang Jakarta

PT. UNITED TRACTORS Tbk.

M. Zakaria  
PPC Officer

## LAMPIRAN 7

### KARTU BIMBINGAN KERJA PRAKTIK

#### KARTU BIMBINGAN KERJA PRAKTIK

Nama : Qori Furqoniyah  
 No. Mhs : 150300417  
 Pembimbing Lapangan : M. Zakaria  
 Tempat Kerja Praktik : PT. United Tractors Tbk

NO	HARI/TGL	KEGIATAN	TTD PEMB. LAPANGAN
1	22 - 31 Desember 2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apel pagi</li> <li>Update persiapan di papan (daily activity)</li> <li>Input data SII ke komputer</li> </ul>	
2		<ul style="list-style-type: none"> <li>Update SII ke manual</li> <li>Input data SII ke komputer</li> </ul>	
3	02 - 05 Januari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apel pagi</li> <li>Update persiapan di papan (daily activity)</li> <li>Monitoring persiapan mekanik di papan tiap hari</li> </ul>	
4		<ul style="list-style-type: none"> <li>Update SII ke manual</li> <li>Input data SII ke komputer</li> </ul>	
5	05 - 11 Januari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apel pagi</li> <li>Apel safety talk di minggu ke-2 hari Rabu</li> <li>Update persiapan di papan (daily activity)</li> </ul>	
6		<ul style="list-style-type: none"> <li>Monitoring persiapan mekanik di papan tiap hari</li> <li>Update SII ke manual</li> <li>Input data SII ke komputer</li> </ul>	
7	15 - 19 Januari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apel pagi</li> <li>Update persiapan di papan (daily activity)</li> <li>Monitoring persiapan mekanik di papan tiap hari</li> </ul>	
8		<ul style="list-style-type: none"> <li>Update SII ke manual</li> <li>Input data SII ke komputer</li> </ul>	
9	20 - 31 Januari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apel pagi</li> <li>Update persiapan di papan (daily activity)</li> <li>Monitoring persiapan mekanik di papan tiap hari</li> </ul>	
10		<ul style="list-style-type: none"> <li>Update SII ke manual</li> <li>Input data SII ke komputer</li> </ul>	
11	01 - 16 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apel pagi</li> <li>Apel safety talk di minggu ke-2 hari Rabu</li> <li>Update persiapan di papan (daily activity)</li> </ul>	
12		<ul style="list-style-type: none"> <li>Monitoring persiapan mekanik di tiap hari</li> <li>Update SII ke manual</li> <li>Input data SII ke komputer</li> </ul>	
13	19 - 25 Februari 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apel pagi</li> <li>Update persiapan di papan (daily activity)</li> <li>Monitoring persiapan mekanik di tiap hari</li> </ul>	
14		<ul style="list-style-type: none"> <li>Update SII ke manual</li> <li>Input data SII ke komputer</li> </ul>	
15	01 - 30 Maret 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apel pagi</li> <li>Apel safety talk di minggu ke-2 hari Rabu</li> <li>Update persiapan di papan (daily activity)</li> </ul>	
16		<ul style="list-style-type: none"> <li>Monitoring persiapan mekanik di tiap hari</li> <li>Update SII ke manual</li> <li>Input data SII ke komputer</li> </ul>	
17	01 - 09 April 2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apel pagi</li> <li>Apel safety talk di minggu ke-2 hari Rabu</li> <li>Update persiapan di papan (daily activity)</li> </ul>	
18		<ul style="list-style-type: none"> <li>Monitoring persiapan mekanik di tiap hari</li> <li>Update SII ke manual</li> <li>Input data SII ke komputer</li> </ul>	
19			
20			

Jakarta, 22 April 2018...

Mengetahui,  
 Pembimbing Lapangan  
  
 M. Zakaria

Mahasiswa  
  
 Qori Furqoniyah

## LAMPIRAN 8

### LEMBAR PENILAIAN PERUSAHAAN



Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Zakaria  
Jabatan : PPC Officer  
Nama Perusahaan : PT. United Tractors Tbk.  
Alamat Perusahaan : Jl. Raya Bekasi Km 22, Jakarta 13910

Menerangkan bahwa hasil evaluasi yang telah kami lakukan terhadap kinerja karyawan tersebut di bawah ini :

Nama : Qori Furqoniyah  
Bagian/Departemen : Service Workshop Cabang Jakarta  
Asal Perguruan Tinggi : Politeknik APP Jakarta  
Program Studi : Manajemen Pemasaran Industri Elektronika

No.	Jenis Kemampuan	Tanggapan Pihak Pengguna *				Rencana Tindak Lanjut oleh Program Studi **
		Sangat Baik 80-100	Baik 68-79	Cukup 55-67	Kurang 46-54	
1	Integritas (etika dan moral)	90				
2	Keahlian berdasarkan bidang ilmu (Kompetensi utama)	80				
3	Bahasa Inggris		75			
4	Penggunaan Teknologi	90				
5	Komunikasi	90				
6	Kerjasama Tim	90				
7	Pengembangan Diri	80				
	TOTAL **					

Jakarta, 27 April 2018  
PT. United Tractors Tbk.

  
UNITED TRACTORS Tbk

( M. Zakaria )

\*) Harap diisi dengan angka  
\*\*) Diisi oleh pihak kampus



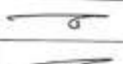

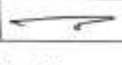
## LAMPIRAN 9

### LEMBAR KONSULTASI TUGAS AKHIR

KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN R.I.  
POLITEKNIK APP JAKARTA

#### LEMBAR KONSULTASI DOSEN PEMBIMBING

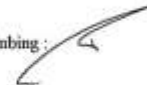
Nama Mahasiswa : **Qori Furqoniyah**  
NIM : **150300417**  
Judul Tugas Akhir : **Proses Pelayanan Pada PT. United Tractors Service Division Workshop Cabang Jakarta**

No.	TANGGAL	POKOK BAHASAN / KONSULTASI	PARAF PEMBIMBING
1.	10-01-2018	Pengajuan Judul TA	
2.	24-01-2018	Pembahasan Bab 1-3	
3.	07-02-2018	Revisi Bab 1-3	
4.	27-02-2018	ACC Bab 1-3	
5.	25-04-2018	Revisi Setelah Seminar Bab 1-3	
6.	18-05-2018	Pembahasan Bab 4	
7.	04-07-2018	Revisi Bab 4	
8.	06-07-2018	Revisi Bab 4	
9.	15-07-2018	Revisi Bab 4 dan 5	
10.	20-07-2018	ACC Bab 1-5	

Tugas Akhir mahasiswa telah diperiksa dan lolos aplikasi Turnitin dengan skor sbb:

- BAB I : ~~20%~~ 17%
- BAB III : ~~18%~~ 22%
- BAB IV : 16%
- BAB V : 9%

Paraf Dosen Pembimbing :



Mengetahui,  
Program Studi Manajemen Pemasaran  
Industri Elektronika  
Ketua,

A. R. Arie Wicaksono, S.K.M.,S.T., M.M.

Jakarta, 24 Juli 2018  
Menyatakan mahasiswa tsb. telah  
layak untuk mengikuti ujian tugas akhir  
Dosen Pembimbing,



Ahmad Cahyo Nugrobo, S.pt., MM



LAMPIRAN 10  
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

**DATA PRIBADI**

Nama : Qori Furqoniyah

Tempat, Tgl Lahir : Jakarta, 07Februari 1996

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Status : Belum Kawin

Alamat Sekarang : Jalan Rorotan II No.63 RT007/RW04, Kelurahan Rorotan,  
Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara

Telephone : 08980489621

Email : [qory.furqoniyah07@gmail.com](mailto:qory.furqoniyah07@gmail.com)



**PENDIDIKAN FORMAL**

- 2002 - 2008 MI Al-Wathoniyah 14 Jakarta
- 2008 - 2011 MTsN 38 Jakarta
- 2012 - 2015 MAN 5 Jakarta
- 2015 – Sekarang Politeknik APP Jakarta






## **PENGALAMAN NON FORMAL**

- **2017. Seminar Program Studi Manajemen Pemasaran Industri Elektronika**  
Seminar wajib untuk mahasiswa Manajemen Pemasaran Industri Elektronika yang diadakan oleh Politeknik APP Jakarta
- **2017. Plan Visit Manajemen Pemasaran Industri Elektronika**  
Sebuah kunjungan dan seminar tentang Manajemen Pemasaran Industri Elektronika yang diadakan oleh Politeknik APP Jakarta di PT Sanken, Curug Tangerang
- **2015. Pelatihan Achievement Motivation Training (AMT)**  
Sebuah pelatihan yang diadakan oleh Politeknik APP Jakarta
- **2015. Forum Orientasi Pengenalan Mahasiswa (FOPMA)**  
Sebuah pengenalan mahasiswa yang diadakan oleh Lembaga Eksekutif Mahasiswa Bidang Pendidikan & Kaderisasi Akademi Pimpinan Perusahaan
- **2015. Seminar tentang “Public Speaking”**  
Seminar yang diselenggarakan oleh sebuah organisasi di kampus Politeknik APP Jakarta
- **2013. Seminar dengan Tema “Pelatihan Otak Kanan dan Energi Positif”**  
Seminar yang diselenggarakan oleh Fakultas Media Komunikasi di Kampus C Sekolah Tinggi Media Komunikas Trisakti
- **2013. Mengikuti Perlombaan ”Lomba Cipta dan Baca Puisi Empat Pilar Kehidupan, Berbangsa dan Bernegara (Pancasila Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia, dan Bhineka Tunggal Ika)” Oleh Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) Republik Indonesia.**  
Perlombaan yang diadakan oleh Majelis Permusyawaratan Rakyat (MPR) di Gedung MPR-DPR

## **PENGALAMAN ORGANISASI**

- 2017 : Guru Privat di Lembaga Matrik Jakarta
- 2015-2016 : Anggota aktif dan Guru di Yayasan Yatim Piatu Duafa Jakarta
- 2013-2014 : Wakil Ketua OSIS di MAN 5 Jakarta
- 2013-2014 : Wakil Ketua Ekstrakurikuler Rohis diMAN 5 Jakarta
- 2012-2015 : Anggota aktif Rohis di MAN 5 Jakarta
- 2009-2010 : Anggota aktif OSIS di MTsN 38 Jakarta
- 2008-2011 : Wakil Ketua Ekstrakurikuler Paskibra di MTsN 38 Jakarta

## **KEMAMPUAN**

Microsoft Word	
Microsoft Excel	
Ms Power Point	
Bhs Indonesia	
Bhs Inggris	
Internet	