

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Masyarakat Indonesia memiliki perkembangan mobilitas yang semakin meningkat. Hal tersebut mengakibatkan industri otomotif di Indonesia menunjukkan arah positif sebagai industri penyedia kendaraan penunjang mobilitas tersebut. Dibuktikan dari data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO) penjualan mobil pada tahun 2016 meningkat 2,40 % dibanding tahun 2015. Dari berbagai merk mobil di Indonesia, perusahaan mobil asal Jepang menduduki 99% pasar di Indonesia. Penjualan mobil terbesar di Indonesia diduduki oleh Toyota dengan 35,11% pada tahun 2016.

Sejalan dengan penjualan mobil yang mengalami peningkatan, maka dibutuhkan juga sarana dan prasarana untuk merawat maupun memperbaiki kendaraan tersebut agar dapat dikendarai secara nyaman dan prima. Hal ini menimbulkan persaingan yang ketat antara penyedia jasa servis dan *dealer* resmi yang bekerjasama dengan merk-merk tertentu untuk mendapatkan konsumen.

Hal tersebut juga terjadi pada wilayah Semarang Jawa Tengah, jumlah *dealer* lain yang menawarkan jasa *aftersales* atau *service* serupa telah banyak ditemukan. Persaingan yang terus meningkat ini berdampak secara langsung bagi perusahaan PT. Nasmoco Pemuda Semarang sebagai *dealer*, servis dan penyedia *separepart* resmi mobil Toyota dengan area pemasaran Jawa Tengah dan DIY.

Dalam perkembangannya pelanggan servis PT Nasmoco Pemuda mengalami persaingan naik dan turun. Pada tahun 2016 *retention rate* servis PT Nasmoco Pemuda Semarang mencapai angka 80% dari target yang telah ditetapkan. Pencapaian tersebut merupakan hasil dari kinerja pemasaran yang dilakukan PT Nasmoco Pemuda Semarang.

Mobil sendiri adalah barang yang masih dianggap mewah. Hanya sebagian`orang yang mampu membeli, biaya untuk mendapatkan pelanggan baru lebih tinggi daripada mempertahankan pelanggan lama. Sehingga pemasaran yang berfokus untuk menciptakan

loyalitas pelanggan tepat dilakukan. Menumbuhkan loyalitas pelanggan servis bukan hal yang mudah dibentuk, hal tersebut harus diupayakan secara konsisten oleh penyedia jasa dalam hal ini oleh PT Nasmoco Pemuda dengan memberikan kepuasan pelanggannya. Kepuasan tersebut dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan servis yang maksimal. Oleh karena itu PT Nasmoco Pemuda Semarang terus berupaya mempertahankan pangsa pasar, menumbuhkan kepuasan atas jasa sehingga tercipta loyalitas pelanggan.

Selain itu jenis jasa servis dan *part* yang ditawarkan ini menggunakan pemasaran relational, Kotler dan Keller (2012) menerangkan secara spesifik bahwa dengan penggunaan CRM sistem, memungkinkan bagi perusahaan dalam melakukan pelayanan yang *excellent* atau prima kepada konsumen secara *real time* dengan menggunakan informasi konsumen secara personal, memanfaatkan *database* konsumen. Pada PT Nasmoco Pemuda Semarang CRM diaplikasikan melalui MRA (*Maintenance Reminder and Appointment*) guna menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui optimalisasi *database* guna menjaga loyalitas pelanggan.

Melalui uraian latar belakang tersebut dalam tugas akhir ini penulis akan menguraikan “Pengelolaan Loyalitas Pelanggan Servis PT Nasmoco Pemuda Semarang”.

## **1.2 Ruang Lingkup**

Supaya hasil penulisan ini tidak meluas, dapat melakukan pembahasan secara terarah dan memberikan hasil yang maksimal, maka perlu dilakukan beberapa pembatasan ruang lingkup sebagai berikut :

1. Penulisan ini dilakukan pada bagian *Aftersales Section* PT Nasmoco Pemuda Semarang, Jawa Tengah.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan PT Nasmoco Pemuda Semarang.
3. Penulisan ini membahas mengenai program loyalitas pelanggan PT Nasmoco Pemuda Semarang.
4. Manfaat Pengelolaan loyalitas pelanggan servis pada PT Nasmoco Pemuda Semarang.

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan**

Adapun tujuan dan kegunaan penulisan adalah sebagai berikut :

### **1.3.1 Tujuan Penulisan**

Tujuan penulisan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Sebagai salah satu syarat mencapai Diploma III Program Studi Manajemen Perusahaan Universitas Diponegoro dan menerapkan ilmu yang diterima dibangku perkuliahan.
2. Mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan servis PT Nasmoco Pemuda Semarang.
3. Menganalisis dan memahami program loyalitas pelanggan servis PT Nasmoco Pemuda Semarang.
4. Menganalisis manfaat pengelolaan loyalitas pelanggan servis pada PT Nasmoco Pemuda Semarang.

### **1.3.2 Kegunaan Penulisan**

Kegunaan dari penulisan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis
  - a. Sebagai salah satu pembanding antara teori yang didapat di Perguruan Tinggi dengan praktik di perusahaan.
  - b. Menjadikan penulis lebih kritis dalam menganalisis serta lebih aktif dalam mempelajari konsep-konsep terapan dalam manajemen yang dapat dimanfaatkan pada dunia kerja.
  - c. Membuka wawasan, keterampilan, pengalaman yang berguna demi mempersiapkan dunia kerja dalam perusahaan yang akan dihadapi.
2. Bagi Perguruan Tinggi
  - a. Penulisan ini dapat dijadikan sebagai masukan guna peningkatan kualitas kurikulum pada jurusan Manajemen Perusahaan program Diploma III Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
  - b. Melalui kegiatan penelitian penulisan ini dapat menjalin hubungan baik satu sama lain antara perusahaan dan akademisi Program Diploma III FEB UNDIP.
  - c. Penulisan ini dapat dijadikan referensi bagi mahasiswa Universitas Diponegoro.
3. Pihak Perusahaan

- a. Terjalinya kerjasama lebih lanjut setelah penelitian dilakukan antara mahasiswa, Institusi Universitas Diponegoro, dan PT Nasmoco Pemuda Semarang.
  - b. Menjadi tempat yang kredible yang digunakan sebagai pelaksanaan kuliah, tempat observasi dan sumber pengumpulan data.
  - c. Penelitian ini dapat dijadikan masukan obyektif yang dapat dipertanggungjawabkan untuk meningkatkan aktivitas perusahaan dari tenaga disiplin ilmu Manajemen Perusahaan pada khususnya.
  - d. Penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi perbaikan aspek pelayanan baik umum atau khusus guna peningkatan loyalitas pelanggan PT Nasmoco Pemuda Semarang.
4. Bagi Masyarakat dan Pihak lain
- Penulisan ini dapat dijadikan pemikiran baru yang dapat dijadikan sebagai referensi oleh pembaca mengenai loyalitas pelanggan dalam perusahaan jasa yaitu PT Nasmoco Pemuda pada khususnya.

## **1.4 Cara Pengumpulan Data**

Cara pengumpulan data dalam pengumpulan Tugas Akhir adalah sebagai berikut :

### **1.4.1 Data Penelitian**

Data penelitian yang penulis dapatkan adalah dari data Primer dan Sekunder.

## 1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang penulis ambil dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

- a. Sejarah Perusahaan
- b. Struktur Organisasi Perusahaan
- c. Logo Perusahaan

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung oleh penulis melalui media perantara. Data sekunder ini digunakan untuk pembahasan, dan penjelasan dalam penulisan ini. Berikut data sekunder yang diambil dalam penulisan Tugas Akhir ini :

- a. Referensi Tugas Akhir
- b. Referensi buku pemasaran
- c. SOP Penerimaan pelanggan PT Nasmoco Pemuda Semarang
- d. Data Kepuasan Pelanggan PT Nasmoco Pemuda Semarang

### 1.4.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan laporan ini diperlukan metode pengumpulan yang data yang tepat sebagai metode yang dapat menghasilkan laporan yang akurat. Metode pengumpulan yang dilakukan dalam penyusunan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan mengajukan pertanyaan yang dilakukan kepada karyawan PT Nasmoco Pemuda yaitu diantaranya kepada staf bagian MRA (*Maintenance Reminder Appointment*), *Assistant* Kepala Bengkel, *Service advisor*, dan PSFU (*Post Servis Follow up*)

#### 2. Metode Observasi

Merupakan metode observasi melakukan pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai masalah yang penulis teliti. Bagian yang menjadi obyek observasi adalah bagian *Aftersales Section* PT Nasmoco Pemuda Semarang. Adapun waktu yang dilakukan adalah kurang lebih 3 bulan pada jam kerja 08.00 WIB s.d. 16.15 WIB

### 3. Studi Pustaka

Sebagai dasar penulisan tugas akhir penulis melakukan studi pustaka dengan membaca buku-buku yang berkaitan teori yang dibahas, juga berkaitan dengan praktik yang penulis teliti. Studi pustaka yang penulis teliti adalah sebagai berikut :

#### a. Penelitian Kepustakaan

Penelitian ini dengan mengumpulkan data-data dari pustaka yang relevan, yaitu buku Manajemen Pemasaran, Pengantar Bisnis, Modul Penjualan dan Jurnal Imiah. Penelitian kepustakaan ini dilakukan guna memperoleh data sekunder sebagai landasan teoritis dalam membandingkan, membahas, dan menganalisis data yang diperoleh dari lapangan.

#### b. Buku Teknis Nasmoco Pemuda Semarang

Penelitian studi pustaka ini dilakukan dengan membaca, memahami, menganalisis tulisan-tulisan, petunjuk teknis, SOP, materi training dari PT Nasmoco Pemuda Semarang.

### 4. Kuesioner

Angket atau kuisisioner dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan kepada pelanggan servis PT Nasmoco Pemuda Semarang. Responden berjumlah 50 orang dengan criteria laki-laki atau wanita dengan umur 17-70 tahun dan pernah melakukan servis di PT Nasmoco Pemuda Semarang.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Guna mempermudah pemahaman terhadap permasalahan yang akan dibicarakan dan memberikan gambaran objek kepada pembaca mengenai topik yang akan dibahas, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, ruang lingkup penulisan, tujuan dan kegunaan, serta cara pengumpulan data.

## **BAB II: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Dalam bab ini menguraikan tentang sejarah perusahaan, lokasi, visi, misi dan filosofi, budaya kerja, logo, struktur organisasi, serta uraian singkat unit kerja lapangan.

## **BAB III: PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan tentang pembahasan yang terdiri dari tinjauan teoritis dan tinjauan praktis. Tinjauan teoritis berisi tentang teori, dan topik yang dikaji yaitu definisi, konsep, yang berkaitan mengenai ruang lingkup. Tinjauan praktis berisi tentang obyek penelitian dan pembahasan masalah yang diteliti pada *Aftersales Section* PT Nasmoco Pemuda Semarang.

## **BAB IV: PENUTUP**

Bab ini berisi tentang ringkasan uraian yang dipaparkan dalam Bab III serta saran dari penulis mengenai masalah yang dibahas.

