

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Sepeda motor adalah salah satu alat transportasi yang digunakan untuk memudahkan aktivitas sehari-hari. Maka dari itu banyak masyarakat atau konsumen yang lebih memilih menggunakan sepeda motor dibanding menggunakan mobil atau alat transportasi lainnya. Sepeda motor dianggap lebih praktis dan lebih mudah menerjang kemacetan. Banyak perusahaan yang bergerak di bidang transportasi seperti sepeda motor bersaing dan berlomba-lomba menawarkan produknya. Masing-masing perusahaan memberikan keunggulan yang terbaik dari produk yang ditawarkan kepada konsumen, agar perusahaan tersebut dapat merebut pasar persaingan. Di mata konsumen produksi sepeda motor yang mempunyai kualitas dari segi model, ketersediaan suku cadang, bengkel resmi, desain produk, performa mesin dan harga jual kembali menjadi faktor-faktor pendukung dalam menentukan pilihan mereka.

PT Astra Honda Motor (AHM) pada tahun 2017 mencatatkan penjualan positif. Beragam produk baru yang dirilis sepanjang tahun lalu mengantarkan perusahaan mencatat pertumbuhan di tengah permintaan pasar yang melemah dengan angka penjualan sebanyak 4.385.888 unit. Berdasarkan data yang diolah dari Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISI) 2017, pasar sepeda motor nasional terkoreksi sebesar 0,8% dengan total penjualan 5.886.102 unit dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang terjual 5.931.285 unit. Di tengah penurunan pasar sepeda motor nasional ini, penjualan sepeda motor Honda mampu tumbuh sebanyak 5.000 unit

menjadi 4.385.888 unit jika dibandingkan dengan data penjualan tahun 2016 sebanyak 4.380.888 unit. Sebanyak 28 model baru produk diperkenalkan oleh AHM untuk pertama kali di Tanah Air sepanjang 2017 seperti Honda CRF series, Honda CMX 500 Rebel, Honda SH150i, Honda Scoopy, serta tampilan baru dari model-model terlaris seperti Honda BeAT Street, Honda Vario eSP, dan model-model motor Honda lainnya. Pilihan model terbaru ini menjadi penjualan sepeda motor Honda dengan kontribusi penjualan sebesar 43% terhadap total penjualan Honda terhitung sejak Januari hingga Desember 2017 lalu atau terjual sebanyak 1.918.584 unit. Jajaran motor Honda di segmen skutik terus menjadi motor-motor terlaris Honda dengan catatan penjualan 3.781.777 unit. Pencapaian penjualan positif ini diikuti oleh motor Honda di segmen bebek yang mampu terjual 351.059 unit, dan di segmen sport yang memberikan kontribusi penjualan 253.052 unit sepanjang tahun 2017 (Honda-Hayati, 2017).

Data AISI Oktober 2017 Penjualan Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki & TVS

ATPM (Merek)	Perolehan	Persentase
Honda	436.974 unit	75,40%
Yamaha	129.636 unit	22,37%
Kawasaki	6.658 unit	1,15%
Suzuki	6.172 unit	1,06%
TVS	112 unit	0,02%
<b>Total</b>	<b>579.552 unit</b>	<b>100%</b>

Sumber: AISI (2017)

Dari data tersebut terlihat bahwa pada bulan oktober 2017 penjualan sepeda motor Honda menduduki posisi pertama di Indonesia dengan penjualan 436.974 unit/oktober 2017 dengan menguasai 75,40% penjualan sepeda motor di Indonesia. Hal ini memperlihatkan bahwa peminat sepeda motor di Indonesia lebih melirik produk yang ditawarkan oleh AHM.

Sepeda motor adalah sesuatu yang berharga bagi konsumen, sehingga konsumen ingin diperhatikan. Sepeda motor digunakan untuk waktu yang lama, maka perusahaan perlu memberikan layanan purna jual untuk pemeliharaan motornya. PT. Hayati Pratama Mandiri Pariaman memberikan pelayanan berupa gratis jasa service selama 4 kali service untuk sepeda motor reguler dan 3 kali servis untuk sepeda motor premium. PT.Hayati Pratama Mandiri menggunakan kupon berupa KPB (Kupon Perawatan Berkala) untuk memberikan pelayanan gratis servis kepada pengguna sepeda motor Honda, kupon itu diberikan kepada pelayanan bengkel untuk ditukar dengan jasa servis gratis, apabila tidak menggunakan KPB maka biaya jasa servis ditanggung oleh konsumen. Servis pertama setelah pembelian sepeda motor diberi gratis penggantian oli dan jasa servis, namun pada servis kedua, ketiga, dan keempat hanya jasa service yang ditanggung Main Dealer. CRM (*customer relationship management*) akan mengingatkan konsumen untuk melakukan jadwal servis, baik itu melalui telepon ataupun sms. Bagian CRM akan memberi tahu jadwal servis kepada konsumen yang belum melakukan servis melalui SMS pada 20 hari sebelum jatuh tempo jadwal servis, apabila tidak ada respon bagian CRM akan menelpon konsumen tersebut pada 10 hari sebelum tujuh tempo jadwal servis. Jadi PT. HAYATI PRATAMA MANDIRI tidak hanya menjual

produk saja, namun juga memberikan pelayanan setelah penjualan, seperti penyediaan *spare part* memberikan garansi dalam 1X24 jam untuk motor-motor yang umum. Kemudian layanan AHM membuka *contact center* di mana dalam layanan ini konsumen dapat memanfaatkan *Call Center*, *SMS Center*, *E-mail*, maupun melalui situs web.

Berdasarkan hal diatas, maka penulis membahas lebih lanjut dalam usulan penyusunan tugas akhir yang berjudul “**Penerapan After Sales Service Sepeda Motor pada PT. Hayati Pratama Mandiri Pariaman**”.

## 1.2. Rumusan Masalah

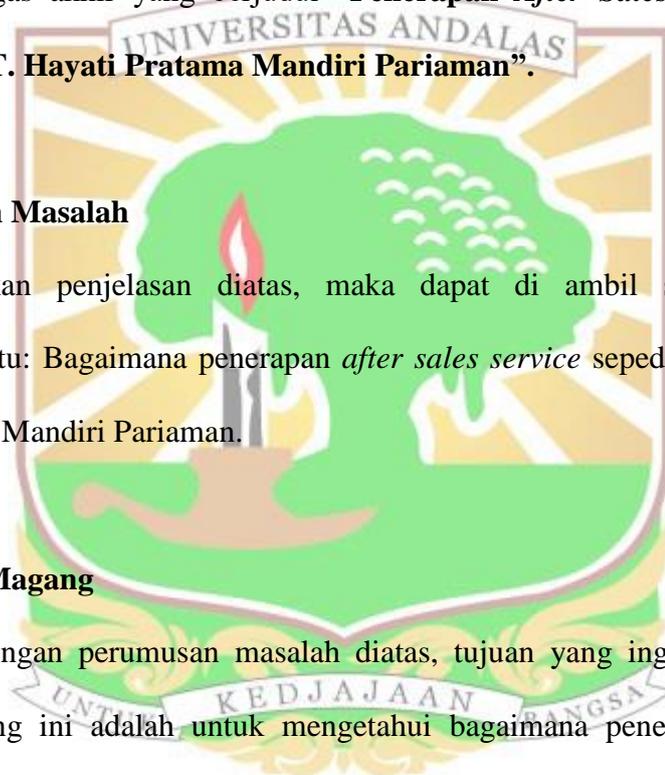
Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat di ambil suatu perumusan masalahnya yaitu: Bagaimana penerapan *after sales service* sepeda motor pada PT. Hayati Pratama Mandiri Pariaman.

## 1.3. Tujuan Magang

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan magang ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan *after sales service* sepeda motor pada PT. Hayati Pratama Mandiri Pariaman.

## 1.4. Manfaat Magang

Dengan adanya program magang bagi mahasiswa yang akan menyelesaikan pendidikan di program Diploma III Ekonomi akan memberikan manfaat berikut :



1. Bagi akademis, diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk kegiatan magang sejenis.
2. Bagi penulis, kegiatan magang ini dapat memperluas pengetahuan dalam penerapan pelayanan purna jual pada sebuah perusahaan.
3. Bagi perusahaan PT. Hayati Pratama Mandiri, dapat menjadi bahan masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan konsumen dalam bentuk pelayanan purna jual.

### **1.5. Aktivitas Magang**

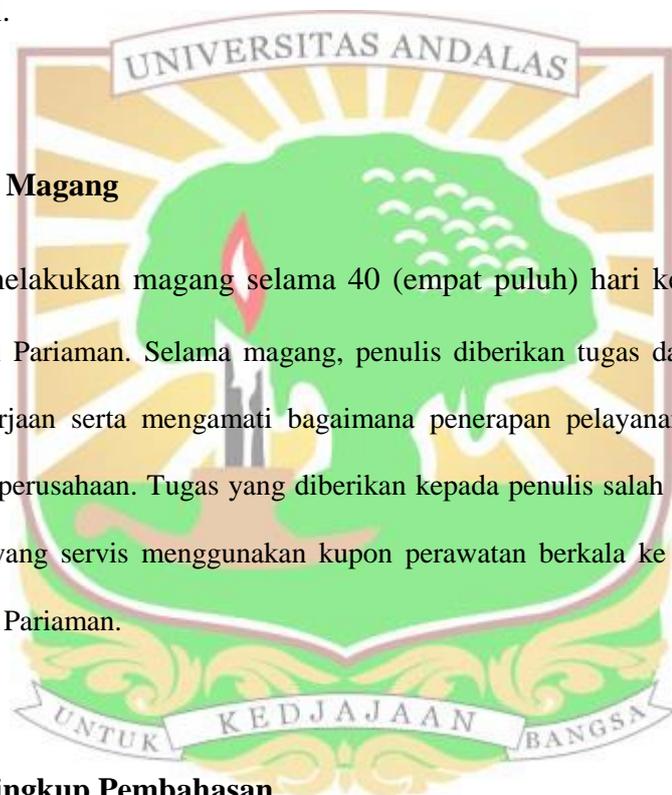
Penulis melakukan magang selama 40 (empat puluh) hari kerja di PT. Hayati Pratama Mandiri Pariaman. Selama magang, penulis diberikan tugas dan tanggung jawab untuk satu pekerjaan serta mengamati bagaimana penerapan pelayanan purna jual yang dilakukan oleh perusahaan. Tugas yang diberikan kepada penulis salah satunya menginput data *customers* yang servis menggunakan kupon perawatan berkala ke sistem PT. Hayati Pratama Mandiri Pariaman.

### **1.6. Ruang Lingkup Pembahasan**

Dalam penulisan penulis membatasi pembahasan yang berhubungan dengan penerapan *After Sales Service* pada PT. Hayati Pratama Mandiri Pariaman.

### **1.7. Tempat dan Waktu Magang**

Magang dilaksanakan pada PT. Hayati Pratama Mandiri Pariaman. Pelaksanaan magang dilaksanakan dari tanggal 8 Januari 2017 s/d 22 Februari 2018 (40 hari).



## 1.8. Sistematika Penulisan

Pembahasan yang dilakukan dalam penulisan laporan ini terdiri dari 5 BAB sebagai berikut:

### BAB 1 PENDAHULUAN

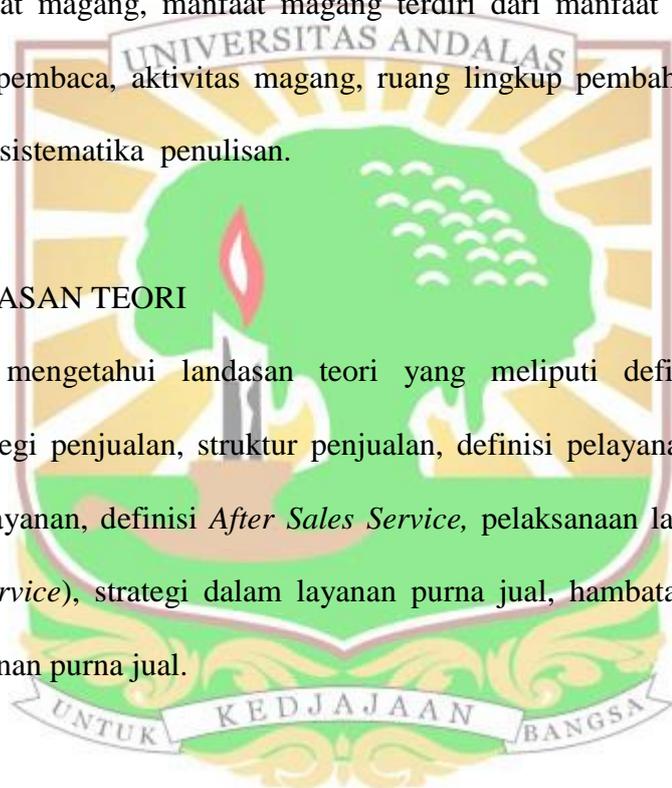
Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan magang, manfaat magang, manfaat magang terdiri dari manfaat bagi perusahaan, manfaat bagi pembaca, aktivitas magang, ruang lingkup pembahasan tempat dan waktu magang, sistematika penulisan.

### BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini mengetahui landasan teori yang meliputi definisi Manajemen Penjualan, strategi penjualan, struktur penjualan, definisi pelayanan, faktor-faktor pendukung pelayanan, definisi *After Sales Service*, pelaksanaan layanan purna jual (*After Sales Service*), strategi dalam layanan purna jual, hambatan layanan purna jual, solusi layanan purna jual.

### BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum PT. Hayati Pratama Mandiri Pariaman yang meliputi sejarah singkat PT. Hayati Pratama Mandiri Pariaman, struktur organisasi dan ruang lingkup kegiatan PT. Hayati Pratama Mandiri Pariaman.



#### BAB IV PEMBAHASAN

Merupakan uraian dari penerapan *after sales service* pada PT. Hayati Pratama Mandiri Pariaman.

#### BAB V PENUTUP

Merupakan bab penutup yang memberikan suatu kesimpulan dan saran-saran yang diharapkan bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan pada PT. Hayati Pratama Mandiri Pariaman.

