

BAB V

PENUTUP

5.1. KESIMPULAN

PT Hayati Pratama Mandiri Pariaman adalah cabang dari PT Hayati Pratama Mandiri yang merupakan *Main Delaer* sepeda motor Honda di Sumatera Barat. Perjalanan CV Hayati menjadi PT Hayati Mandiri Pratama dirintis oleh H.Teuku Muhammad Ali dan Hj. Zanimar Oemar. PT Hayati Pratama Mandiri tidak hanya bergerak dalam bidang penjualan motor Honda saja, tapi juga meliputi penjualan *spare part* dan servis atau yang lebih dikenal dengan H1, H2 dan H3. Seiring dengan berjalannya waktu PT Hayati Pratama Mandiri sampai saat ini telah berhasil memiliki sekitar 7 Cabang, 21 Jaringan Dealer dan 45 AHASS di seluruh Sumatera Barat.

PT Hayati Pratama Mandiri Pariaman melakukan pelayanan purna jual untuk membangun loyalitas pelanggan serta meningkatkan profit untuk perusahaannya. Pelayanan purna jual yang paling berperan bagi perusahaan adalah servis sepeda motor Honda. Untuk mendukung pelayanan servis sepeda motor ini, perusahaan juga melakukan beberapa strategi dalam pelayanan purna jual (*after sales service*), antara lain: *service remainder*, *service booking*, garansi. Namun dalam melakukan pelayanan purna jual (*after sales service*) PT Hayati Pratama Mandiri Pariaman memiliki hambatan, antara lain: Sms yang dapat di *broadcast* oleh admin CRM hanya 200 sms perhari nya, sehingga tidak semua konsumen dapat di remainder pada H-20 sebelum waktu service dengan jadwal yang sama. Jaringan internet yang

digunakan oleh PT Hayati Pratama Mandiri Pariaman sering bermasalah sehingga saat mengupdate data konsumen ke sistem yang tersedia sering dipending sehingga terjadi penumpukan Work Order untuk di update di hari berikutnya. Hal ini juga mengakibatkan konsumen harus dibatasi dan membuat konsumen kecewa. Konsumen yang melakukan servis pada umumnya hanya pada 1 (satu) tahun pertama setelah pembelian, yaitu dengan penggunaan kupon perawatan berkala (KPB) 1-4 dengan jasa servis gratis. Setelah itu konsumen tidak rutin lagi melakukan servis, mereka hanya akan melakukan servis apabila ada kerusakan yang berat pada umumnya. Konsumen ada yang lupa dengan jadwal servisnya sehingga saat melakukan servis, PKBnya tidak terpakai dan melompati PKB selanjutnya.

Feedback yang didapat PT Hayati Pratama Mandiri Pariaman dengan melakukan pelayanan purna jual, yaitu mendapat profit yang lebih besar untuk perusahaan, menambah market share, dapat membangun loyalitas pelanggan dengan melakukan *repeat order*, dan lainnya. Dalam pelayanan purna jual ini, banyak pihak yang terlibat didalamnya, antara lain : Admin CRM (*Customers Relationship Management*), *Service Advisor/Frontdesk Advisor*, *Parts counter*, staf bagian bengkel, *Chief Workshop*, *final inspector*, dan kasir.

5.2. SARAN

Setelah melakukan kegiatan magang PT Pratama Mandiri Pariaman dan mengamati pelayanan purna jual (*after sales service*) yang diterapkan oleh PT Pratama Mandiri Pariaman yaitu dengan melakukan pelayanan servis. Oleh karena

itu saran dari penulis untuk kemajuan PT Hayati Pratama Mandiri Pariaman kedepannya, sebagai berikut:

1. PT Hayati Pratama Mandiri Pariaman sebaiknya memperbaiki jaringan internet dan/atau menambah jaringan internet di bagian bengkel agar proses penginputan data konsumen lebih cepat sehingga tidak ada konsumen yang kecewa karena ditolak saat ingin melakukan servis. Kemudian seringnya terjadi *double order* yang mengakibatkan kerugian bagi karyawan karena seringnya terjadi kerusakan jaringan internet dalam penginputan data, baik itu data servis maupun pembelian part.
2. PT Hayati Pratama Mandiri Pariaman harus memperhatikan lagi fasilitas yang diberikan kepada karyawan agar tidak terjadi keterlambatan dalam penginputan data kepada Main Dealer.
3. PT Hayati Pratama Mandiri Pariaman lebih sering lagi mengingatkan kepada konsumen pentingnya melakukan servis, sehingga konsumen tidak datang ke AHASS saat sepda motornya telah rusak berat.

