

BIMBINGAN DAN PENYULUHAN TENTANG PENTINGNYA KUALITAS PELAYANAN DAN PENCATATAN ORDER PESANAN JASA PADA BENGKEL SUDIMORO DIESEL DI MALANG

Oleh:
Joko Samboro¹, Heru Utomo, Maskur

¹Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: jokosamboro63@gmail.com

Abstract

The purpose of this Community Service Program is to find problems faced by partner companies and at the same time provide the right solutions in order to achieve increased sales and knowledge and skills of entrepreneurs in the field of operations, especially in the field of marketing management, as well as creating job opportunities in community economic activity in the form of increased income. Public. The partner of this program is the DIESEL WORKSHOP entrepreneur, Mr. Sugiyono

The problems faced by partners are: 1. Not knowing the importance of good service quality. 2. Do not understand the importance of recording service purchase orders.

The solutions offered are: 1. Guidance and training on good service quality. 2. Simulation of the importance of recording service purchase orders can improve the marketing of services, so that the marketing reach will be wider and sales can increase.

The method used is: observation, to observe the activities carried out by entrepreneurs in making and marketing services, then interviews, explored to find problems and solutions to be offered and simulations, to find the most suitable alternatives in order to market goods more effectively.

Description of technology to be applied.:1. In the form of a Lecture: Participants gathered in a certain room are given a lecture on program materials in the form of marketing management and service quality.2. Guidance and Training: In the form of guidance and training on the implementation of Service Quality and recording service purchase orders and discussing experiences and constraints in the field.3. Practice simulation: In the form of a demonstration of how to carry out Service Quality and recording service purchase orders.

The resulting output is in the form of: 1). Scientific Publications in ISSN Journals. 2). Increasing competitiveness. 4). Application of appropriate science and technology / technology

Key words: service quality, service purchase order

1. PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Usaha jasa bengkel Sudimoro Diesel ini berada di Jalan Sudimoro Dalam RT.07, RW.VII, Desa Sudimoro, Kec.Mojolangu Kel.Lowokwaro Kota Malang, berdiri Januari 2005, namun sebenarnya usaha ini, telah lama berdiri, seiring dengan diterimanya bekerja sang pemiliknya Bapak Sugiono, di

Industri & Bengkel HOK jalan Sunandar Priyo Sudarmo. Jadi ketika usai bekerja diperusahaan, Bapak Sugiono ini menjadi tenaga panggilan untuk urusan bengkel mobil. Setelah 17 tahun bekerja dan dirasa cukup kompetensi dibidangnya dan dananya, maka didirikanlah usaha bengkel ini, khusus mobil diesel, dan dalam perkembangannya Bapak

Sugiono inipun sanggup untuk memperbaiki mobil bensin, bahkan sampai body repair dan painting/pengecatan. Caranya, beliau menda tangkan tenaga tambahan kenalanya yang kompeten.

Jangkauan pemasarannya : diwilayah Kota Malang bahkan sampai kuar kota Malang, karena bapak Sugiono ini telah banyak memiliki pelanggan yang tersebar luas, ketika dia menjadi tenaga kerja di HOK. Media pemasaran yang digunakan melalui jalur lips service, dari mulut ke mulut, juga menggunakan media advertising dengan pakai papan nama dan kartu nama. Ke depan Bapak ini merencanakan pesan kalender dan stiker.

Politeknik sebagai lembaga pendidikan tinggi, yang mempunyai program Tri Darma Perguruan Tinggi, tidak bisa harus berpangku tangan terhadap permasalahan di atas,oleh karena itulah usaha menyakinkan untuk memberikan bimbingan dan penyuluhan berupa pengabdian Kepada Masyarakat seperti ini harus dilaksanakan. untuk itu proposal Pengabdian Kepada Masyarakat semacam ini, perlu direalisir, untuk membantu tercapainya tujuan..

Dari segi administrasi, sudah menggu nakan kuitansi dan nota-nota untuk kelan caran usahanya, tetapi ketika pelanggan datang hendak menservice kendaraannya, Bapak Sugiono tidak mencatatnya pada order pesanan,beliau hanya mengingatnya saja. Dapat dibayangkan ketika pelanggan yang datang pada hari itu cukup banyak, apakah beliau sanggup menghafal semua kerusakan yang akan diservice? Terbukti suatu hari ada

pelanggan yang komplain karena ada kerusakan kaca yang belum di perbaiki, ada juga bel yang belum ditangani. Padahal semua ini tidak akan terjadi apabila semua data kerusakan dicatat pada order pesanan, sehingga tinggal memberi tanda centang (√) saja, apa-apa yang sudah diperbaiki. Kalau semua sudah tercantang, berarti semua kerusakan sudah diperbaiki.

Demikian juga dari sudut pelayanan. Ketika pelanggan datang dan turun dari mobil, tidak ada tempat duduk menunggu, padahal space tempat usahanya masih banyak yang kosong, apalagi area tempat kerjanya masih ada beberapa pohon keras, misalnya mangga dan jambu, yang memungkinkan untuk dikasih tempat duduk. Tetapi kenya taanya dibiarkan kosong, sehingga pelanggan berdiri. Dapat dibayangkan kalau seandainya menunggu cukup lama.

Tenaga kerja yang dimiliki sebanyak 5 orang terdiri dari : Jumadi, Cak No, Iman, Sholeh dan Andri.

Dari servey pendahuluan, sebenarnya pihak pemberi jasa telah memberikan pelayanan kepada pelanggan/konsumen tetapi mereka belum menyadari arti pentingnya kualitas pelayanan, sehingga perlu diberi pengertian dan pemahaman bila perlu ditingkatkan agar pelanggan merasa lebih puas dan menjadi pelanggan tetap.

1.2.Permasalahan Mitra

Mengacu kepada analisa situasi diatas, maka permasalahan mitra adalah;

a. Belum memahaminya tentang Kualitas Pelayanan yang baik kepada pelanggan,

sehingga banyak pelanggan yang kurang terpuaskan .

- b. Belum memahaminya arti pentingnya order pesanan, sehingga tidak terpenuhinya target penjualan.

2.KAJIAN LITERATUR

2.1.Pemasaran

Menurut Kotler : Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana perseorangan atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pembuatan, pertukaran produk yang bernilai bagi pihak lain.(Kotler :2016,8). sedangkan menurut Swasta dan Irawan, bahwa kegiatan pemasaran meliputi Produk, harga, distribusi dan Promosi.(Swasta dan Irawan :2010 : 35).

Menurut Singgih Wibowo (2013 : 71) bahwa promosi merupakan kegiatan memujuk dan merangsang konsumen/calon konsumen untuk mengenal, menyayangi, berminat dan akhirnya sampai pada keputusan untuk membeli.

Menurut Valarie A. Zethmal dan Mary Jo Bitner dalam (Lupiyoadi, , 2010:70) 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).”

2.2.Kualitas Pelayanan

Faktor yang terdapat dalam kualitas pelayanan adalah Tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan) dan empathy. Bukti fisik adalah aspek nyata yang dapat dilihat dan diraba misalnya bangunan/gedung perlatan/ mesin yang dipergunakan. Keandalan adalah kemampuan untuk membuktikan janji pelayanan secara akurat misalnya pelayanan pimpinan dan atau pegawai yang ramah, pegawai yang menggunakan seragam dll. Ketanggapan merupakan kemampuan untuk membantu konsumen dan menyediakan pelayanan misalnya kemampuan montir yang tanggap kepada keluhan pelanggan. Jaminan merupakan keyakinan, pengetahuan dan kepercayaan diri karyawan untuk membangun kepercayaan dari konsumen misalnya servis yang terjamin /memuaskan kepada pengguna. Sedangkan empathy merupakan perhatian pribadi kepada konsumen misalnya memberikan perhatian kepada pelanggan.Dari sinilah kita bisa menganalisa sejauh manakah pihak pemberi jasa telah memperhatikan kualitas pelayannya.

Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan

2.3.Dimensi Kualitas Jasa

Menurut Pasuraman dalam (Lupiyoadi, , 2010:182) ada lima dimensi pokok berkaitan langsung dengan kualitas jasa, yaitu : bukti

langsung (tangibles), keandalan (reability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empathy. Kelima dimensi tersebut merupakan indikator yang dapat digunakan sebagai acuan untuk menilai kualitas jasa yang diberikan suatu perusahaan kepada konsumennya

3.METODE

Prosedur kerja yang akan dilaksanakan dalam kegiatan ini adalah bahwa pelaksanaan PKM nantinya, pihak mitra diberikan pelatihan tentang : kualitas pelayanan dan order pesanan, kemudian diadakan Monitoring evaluasi dan pencapaian luaran.

Metode yang pelaksanaan yang ditawarkan adalah tatap muka dengan cara:a.Observasi, untuk mengamati kegiatan yang dilakukan oleh pengusaha dalam melakukan kegiatan operasional dan melayani pelanggan.b.Wawancara, yang digali untuk menemukan permasalahan dan solusi yang akan ditawarkan.c.Ceramah, yang meliputi teori tentang pentingnya kualitas pelayanan dan order pesanan. d.Diskusi/tanya-jawab, dikaitkan dengan pentingnya Kualitas Pelayanan, e.Pemecahan masalah/kasus, berdasarkan pengalaman pengusaha selama ini.

4.HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Hasil dari PKM ini dapat dilihat dalam gambar di bawah ini :



Gambar:1.Swa foto dengan pemilik.

Dalam gambar tersebut, pemilik bengkel Sudimoro Diesel sedang berswafoto dengan ketua pengabdian, di sela-sela berdiskusi tentang kualitas pelayanan dan order pembelian.



Gambar:2. Sebagian karyawan bengkel tengah memperbaiki mobil pelanggan.

Dilihat dari Kualitas pelayanan, maka

kedua karyawan tersebut tidak menggunakan pakaian seragam, baik baju/pack maupun sepatu boat.

4.2 Pembahasan

Sasaran yang dapat dicapai pada Bengkel Sudimoro Diesel ini ini, diharapkan nantinya dapat dijadikan bekal dalam rencana untuk memperoleh tambahan pendapatan atas usahanya dan diharapkan benar-benar menerapkan kualitas pelayanan dan mewujudkan order pembelian.

Keberhasilan pengabdian pada masyarakat ini belum dapat dilihat secara langsung, hal ini akan terlihat jika nanti. namun jika dilihat dari hasil yang dicapai maka manfaatnya adalah dengan bertambahnya pengetahuan dan wawasan yaitu dengan telah mendapat pengetahuan dan ketrampilan, sehingga diiharapkan dengan adanya tambahan pengetahuan ini dapat membantu mereka dalam mengatasi berbagai masalah yang dihadapinya.

5.SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu :

- Pengabdian ini adalah merupakan kegiatan dan pengetahuan serta aplikasi yang sangat penting dalam rangka usaha untuk memperoleh tambahan pengetahuan/ketrampilan bagi perusahaan.
- Motivasi peserta sangat tinggi, hal ini terlihat dari antusiasnya peserta mengikuti sampai akhir program.

-Dari hasil pengamatan selama proses kegiatan ini berlangsung maka dapat dilihat bahwa rata-rata penerimaan materi yang disampaikan oleh instruktur cukup baik.

-Untuk lebih meningkatkan ketrampilan yang telah diperoleh maka perlu kiranya para peserta untuk lebih banyak berlatih.

5.2. Saran-saran

-Agar pengetahuan dan ketrampilan dan aplikasi yang telah diberikan tidak hilang , maka perlu kiranya bagi saling memotivasi anggota agar dapat berlatih dan dapat lebih meningkatkan lagi.

- Untuk lebih banyak memperdalam dan memperoleh keterampilan yang lain maka perlu kiranya ditingkatkan kerja sama dengan lembaga perguruan tinggi khususnya sehubungan dengan kegiatan pengabdian pada masyarakat.

-Dengan selesainya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini diharapkan agar lebih mempererat hubungan dan kerja sama dengan Politeknik Negeri Malang.

6.DAFTAR REFERENSI

- Gaspersz,Vincent,2007 : *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler,Philip, Gary Armstrong, 2016: *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 2*,Alih bahasa Alexander Sindoro, Prenhallindo, Jakarta.
- Lupiyoadi,Rambat,2010 : *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Rismiati, Catur E, dan Bondan Suratno, 2010: *Pemasaran Barang dan Jasa*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2010. *Manajemen Pemasaran Modern*. Cetakan Ketigabelas. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Tjiptono,Fandy ,2014: *Strategi Pemasaran*, Andy,Jakarta

