

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal mengenai Diferensiasi Layanan Sebagai Salah Satu Strategi Mempertahankan Pasar (Studi Pada PT. Astra Internasional AUTO2000, Malang-Sutoyo) yaitu sebagai berikut:

1. Penerapan diferensiasi layanan pada AUTO2000 Malang-Sutoyo melalui beberapa cara, yaitu :

- a. *Understanding Customer Needs*

Dalam memahami kebutuhan pelanggan, AUTO2000 Malang-Sutoyo berusaha mempelajari *customer insight* sebanyak dan sedalam mungkin. Hal tersebut dilakukan melalui interaksi langsung dengan pelanggan yaitu dengan cara mengunjungi pelanggan langsung, menyelenggarakan FGD atau IDI.

- b. *Value Proposition Unggul*

Pihak AUTO2000 Malang-Sutoyo menawarkan manfaat (*benefit*) lebih dengan tingkat harga yang dapat diterima pelanggan. Biaya layanan pemeliharaan kendaraan yang ditetapkan oleh pihak AUTO2000 Malang-Sutoyo oleh sebagian pelanggan dianggap cukup tinggi dibanding dengan biaya pemeliharaan di bengkel lainnya.

Namun, di sisi lain ada juga pelanggan yang menganggap hal itu wajar sebab sebanding dengan kualitas yang mereka terima.

c. *People skill*

AUTO2000 Malang-Sutoyo menetapkan standart bagi karyawan. Jika karyawan tidak sesuai dengan standart yang ada, maka karyawan tersebut mendapatkan teguran langsung dari atasan.

d. *Great Recovery Plan*

Untuk mengatasi kesalahan maupun kekurangan yang mungkin dilakukan perusahaan sehingga dapat mengurangi kepercayaan pelanggan, AUTO2000 Malang-Sutoyo melakukan suatu *recovery plan*. *Recovery plan* dilakukan dengan cara interaksi langsung dengan pihak yang melakukan komplain. Dari hasil interaksi tersebut diharapkan dapat menemukan jalan tengah sehingga akan muncul kesepakatan bersama antara pelanggan dengan pihak AUTO2000 Malang-Sutoyo.

2. Penerapan diferensiasi layanan pada AUTO2000 Malang-Sutoyo tidak hanya berfokus pada internal perusahaan, namun diferensiasi juga berfokus pada pesaing yang ada dengan memperkuat layanan purna jual, baik kesediaan *spare parts* maupun kelengkapan layanan bengkel.

a. Pada tahun 2007, layanan bengkel yang tersedia adalah THS, PLD, Perjanjian Servis, Kartu OK atau Gratis, *Service Plus*, *booking service*, dan TWC. Seadangkan mengenai ketersediaan suku cadang selain *partshop direct*, AUTO2000 memiliki *partshop indirect*

sebanyak 79 yang tersebar di berbagai wilayah Malang, Pasuruan, Pandaan, Kediri, Probolinggo, Mojokerto, Magetan dan Blitar. Ketersediaan layanan bengkel serta *partshop* di berbagai wilayah tersebut telah berhasil membuat AUTO2000 menguasai pangsa pasar sebesar 34,66% atau setara dengan penjualan sebanyak 1227 unit dan menjadi *leader* dari pesaing lainnya yang bergerak dalam industri sejenis.

- b. Awal tahun 2008, AUTO2000 mengoperasikan layanan *booking service* yang telah memiliki petugas khusus dimana pada tahun sebelumnya, petugas *booking service* masih merangkap sebagai *Service Advisor*. Hal tersebut berpengaruh terhadap jumlah pelanggan, karena pada tahun 2008 tercatat ada peningkatan jumlah pelanggan sebanyak 209 *user* dari tahun sebelumnya. Jumlah penjualan meningkat 1831 unit dan AUTO2000 kembali menguasai pangsa pasar dengan pencapaian 33,80% unggul dari pesaing lainnya. Penyediaan *partshop* meningkat menjadi 97 dari tahun sebelumnya yang hanya berjumlah 79 karena ada pembukaan *part shop* baru di wilayah Malang, Tulungagung, Trenggalek, Ngawi dan Nganjuk.
- c. Awal tahun 2009, layanan *express maintenance* resmi beroperasi dan semakin menambah jenis layanan bengkel yang disediakan oleh AUTO2000 Malang-Sutoyo. Serangkaian layanan bengkel yang ada serta penambahan layanan-layanan yang semakin memanjakan pelanggan tersebut memberikan dampak pada peningkatan jumlah

pelanggan yang cukup tinggi yaitu sejumlah 1294 orang dari tahun sebelumnya. Jumlah penjualan meningkat 1944 unit dengan pencapaian pangsa pasar sebesar 32,96%. Prosentase tersebut tetap megukuhkan AUTO2000 sebagai pemilik pangsa pasar terbesar dibandingkan pesaing yang lainnya. Penyediaan *partshop* mengalami peningkatan menjadi 119 karena ada penambahan *partshop* di wilayah Malang, Probolinggo, Pasuruan, Madiun, Bojonegoro, Ponorogo dan pacitan.

## B. Saran

1. Pelaksanaan diferensiasi pada AUTO2000 Malang-Sutoyo telah dilakukan dengan baik. Namun, pelaksanaan tersebut harus terus menerus dilakukan dengan penawaran-penawaran layanan baru yang lebih inovatif pada tahun-tahun selanjutnya. Perhatian terhadap pesaing yang ada juga penting karena untuk mengetahui gerak-gerik pesaing dan mengantisipasi peniruan terhadap diferensiasi yang telah dilakukan oleh AUTO2000.
2. Pelaksanaa diferensiasi layanan pada AUTO2000 Malang-Sutoyo akan lebih baik lagi jika diimbangi dengan penetapan biaya yang lebih terjangkau oleh pelanggan. Karena dari hasil wawancara peneliti dengan pelanggan, masih ada sebagian pelanggan yang merasa bahwa harga servis kendaraan di AUTO2000 Malang-Sutoyo cukup tinggi jika dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh pesaing. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak AUTO2000 Malang-Sutoyo terkait dengan kebijakan penetapan harga mungkin dapat ditekan dengan cara

menurunkan harga namun diimbangi dengan pengurangan beberapa fitur yang dianggap tidak signifikan.

3. Dalam penyampaian layanan, pihak AUTO2000 Malang-Sutoyo perlu meningkatkan tingkat responsif karyawan dalam menangani keluhan pelanggan, seperti tingkat perhatian terhadap pelanggan, pemberian saran dan solusi yang bijak dalam perawatan dan perbaikan suatu kendaraan, serta keramahamahan sikap pegawai bengkel terhadap pelanggan dalam menyampaikan informasi agar tidak memunculkan tanggapan bahwa pihak AUTO2000 Malang-Sutoyo tidak serius merespon keluhan pelanggan seperti yang pernah terjadi pada bapak Wisynu P. Arjanto. Sedangkan kelebihan yang sudah terbentuk (seperti kenyamanan dan kelengkapan ruang tunggu, dan keterampilan para karyawan) dapat disatupadukan dengan faktor tingkat responsif karyawan yang perlu ditingkatkan tersebut, maka diharapkan akan membentuk nilai jasa pelayanan yang tinggi. Dengan demikian, para pelanggan akan tetap setia untuk memilih AUTO2000 Malang-Sutoyo dalam melakukan keputusan pembelian maupun proses perbaikan dan perawatan kendaraan pelanggan.