

PERANAN PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN PADA CV. ANUGERAH NIAGA DI KOTA PADANG

SUSIYANTI MEILINA
STISIP Imam Bonjol Padang
susimeilina@gmail.com

Abstract: Customer satisfaction or dissatisfaction is determined, among others, by a service that is desired by customers. Quality assurance is a top priority for Honda motorcycle dealers, who at this time in particular are used as a benchmark for the competitive advantage of Honda motorcycle dealers. In providing satisfaction services to customers CV. Anugerah Niaga gives more priority to other Honda motorcycle dealers. The purpose of this study is to find out: 1) the role of the leader in improving customer service such as Honda motorcycles; 2) constraints faced by the leadership in improving motorcycle customer service; 3) efforts made by the leadership in improving customer service for Honda motorcycles on the CV. Anugerah Niaga in the City of Padang. This type of research is qualitative research using descriptive methods, namely the problem solving procedure investigated by describing or describing the condition of the subject or object of research of a customer or recipient of service and society at present based on facts that are visible and as they are. The selection of informants in this study was selected by incidental sampling which is sampling by taking individuals who can be reached or encountered. The data types are primary data and secondary data collected through interviews, observation, and library research. The analysis technique used is qualitative analysis. The results of this study indicate that: activities carried out by the leadership of CV. Anugerah Niaga not only makes sales, but also serves motorcycle service. To service service services, there is a need for service quality standards provided by the company so as to provide even satisfaction for all consumers. In an effort to improve service quality standards, the leadership conducted a series of training and development. The conclusion that can be taken is the service in the sale of Honda motorbikes by the leadership of CV, Anugerah Niaga able to protect consumers by convincing consumers even though there are still obstacles faced and efforts to overcome these obstacles. Suggestions are to make selling procedures more convenient; sales conditions are somewhat relaxed; the best service procedures for consumers; and maintain achievement by increasing employee and consumer loyalty.

Keywords: leadership role, improve service

Abstrak: Dalam memberikan pelayanan kepuasan kepada pelanggan CV. Anugerah Niaga lebih memberikan prioritas yang berbeda dengan dealer sepeda motor honda lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) peranan pimpinan dalam meningkatkan pelayanan nasabah sepeda motor honda; 2) kendala-kendala yang dihadapi pimpinan dalam meningkatkan pelayanan nasabah sepeda motor; 3) upaya-upaya yang dilakukan pimpinan dalam meningkatkan pelayanan nasabah sepeda motor honda pada CV. Anugerah Niaga di Kota Padang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan

keadaan subjek atau objek penelitian seseorang pelanggan atau penerima layanan dan masyarakat pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak dan sebagaimana adanya. Pemilihan informan dalam penelitian ini dipilih secara *insidental sampling* yaitu pengambilan sampel dengan jalan mengambil individu siapa saja yang dapat dijangkau atau ditemui.. Jenis datanya adalah data primer dan data sekunder yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan penelitian perpustakaan. Teknik analisa yang dipakai adalah analisa kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : kegiatan yang dilakukan pimpinan CV. Angerah Niaga tidak hanya sekedar melakukan penjualan, tetapi juga melayani jasa service sepeda motor. Untuk melayani jasa service diperlukan adanya standar kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sehingga memberikan kepuasan yang merata bagi seluruh konsumen. Dalam usaha meningkatkan standar kualitas pelayanan, pimpinan melakukan serangkaian pelatihan dan pengembangan. Kesimpulan yang dapat diambil adalah pelayanan dalam penjualan sepeda motor Honda oleh pimpinan CV, Anugerah Niaga mampu menjaga konsumen dengan cara menyakinkan konsumen walaupun masih ada kendala-kendala yang dihadapi serta upaya-upaya untuk mengatasi kendala tersebut. Saran-saran adalah lebih memperharikan prosedur penjualan agar lebih mudah; persyaratan penjualan agak diperlonggar; prosedur pelayanan yang terbaik bagi konsumen; dan mempertahankan prestasi dengan cara meningkatkan loyalitas karyawan dan konsumen.

Kata Kunci: peran pimpinan, meningkatkan pelayanan

A. Pendahuluan

Banyak aspek yang menjadi pertimbangan seorang konsumen untuk memilih salah satu toko yang menjual produk yang diinginkannya. Ketika pergi ke sebuah toko atau pusat perbelanjaan, seorang konsumen cenderung menjadi seorang yang pemilih, atau selalu memiliki pertimbangan-pertimbangan tersendiri sebelum memilih dan memutuskan untuk membeli sebuah produk. Seorang konsumen sengaja berkunjung ke sebuah toko tentunya memiliki tujuan untuk mendapatkan barang yang ia cari. Namun, aspek-aspek apakah yang seharusnya menjadi pertimbangan utama dalam memilih salah satu dari toko-toko tersebut? Tentunya selain aspek harga dan ketersediaan barang, hal lain yang dicari konsumen adalah pelayanan toko.

Terdapat beberapa pertimbangan yang menjadi tolok ukur tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang. Ketika seorang konsumen telah menemukan produk yang diinginkannya, masih terdapat beberapa hal lain yang menjadi pertimbangan. Seperti misalnya pertimbangan harga barang, kualitas barang, masa garansi, atau tentang tingkat kualitas pelayanan toko yang baik. Pelayanan atau *customer service* ini dapat dibedakan ke dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Kualitas pelayanan ini bukanlah suatu hal yang permanen atau kaku, melainkan fleksibel dan dapat dirubah. Perubahan ini tentunya berupa peningkatan kualitas pelayanan agar semakin lebih baik lagi. Dalam proses perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang prosesnya. Misalnya survei atau observasi kepada pelanggan, termasuk didalamnya berupa masukan, pendapat maupun *feedback* tentang pelayanan yang telah diberikan.

Pelayanan ini dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan tamu atau konsumen. Sedangkan tingkat kepuasan tamu ini sendiri dapat diperoleh dari perbandingan atas

jenis pelayanan yang nyata diterima oleh konsumen dengan jenis pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Namun jika pelayanan ini dapat melampaui harapan konsumen, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan. Sedangkan jenis kualitas pelayanan yang buruk adalah jenis pelayanan yang berada jauh di bawah standar atau tidak sesuai dengan ekspektasi pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

Pelayanan ini menjadi penting karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Bagaimana tidak, jika suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata konsumen, maka konsumen tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin akan menjadi pelanggan tetap atau *repeat buyer*. Maka dari itu, sangat penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait pelayanan yang diberikan. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, dan keramahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen. Dalam era perdagangan bebas saat ini, setiap perusahaan harus menghadapi persaingan yang sangat ketat di antara masing-masing perusahaan. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing juga membuat setiap perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan serta berusaha memenuhi apa yang mereka harapkan dengan cara yang lebih memudahkan dari pada yang dilakukan oleh para pesaing.

Kompleksitas tingkat persaingan suatu perusahaan apakah itu perusahaan manufacturing ataupun industri jasa menyebabkan setiap perusahaan harus selalu berusaha meningkatkan pelayanan agar kepuasan pelanggan dapat terwujud. Pelayanan yang ingin dipenuhi harus dilihat dari sudut pandang para pelanggan, sudut pandang tersebut juga merupakan hal yang penting dalam merancang suatu sistem dalam manajemen. Karena pelanggan adalah orang yang menuntut organisasi atau perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu, karena itu memberikan pengaruh kinerja perusahaan karena pelanggan adalah orang yang tidak bergantung kepada perusahaan. Sebaliknya perusahaan atau organisasilah yang harus mengikuti keinginan pelanggan. Pelanggan adalah orang yang menurut perusahaan dapat memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performa kita atau perusahaan manajemen tersebut. Pada dasarnya dikenal dengan 3 jenis golongan pelanggan dalam sistem modern yaitu: 1) Pelanggan internal adalah orang yang berada dalam suatu perusahaan dan memiliki pengaruh pada performa pekerjaan (perusahaan); 2) Pelanggan antara (Mediator) adalah mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara, bukan sebagai pemakai akhir produk; 3) Pelanggan external adalah pembeli atau pemakai akhir produk yang biasa disebut dengan pelanggan nyata. Pelanggan external merupakan orang yang membayar untuk menggunakan produk yang dihasilkan.

Pada saat ini pelayanan dalam industri jasa telah menjadi kebutuhan pokok, apabila industri jasa ingin berkompetisi dalam pasar global maupun pasar domestik, Tuntutan konsumen Indonesia terhadap tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan industri jasa yang semakin meningkat. Hal ini dapat ditunjukkan melalui sebuah biro riset tentang kepuasan pelanggan yang dilakukan, dimana nampak bahwa tingkat pelayanan pelanggan dari industri jasa di Indonesia belum mencapai 100%, oleh karena itu maka pihak industri jasa dituntut untuk lebih meningkatkan pelayanan. Mengartikan, dari pelayanan pelanggan nasabah akan merespon apa yang telah didapat

dan dirasakan, Jika pelayanan yang dilakukan mampu memberikan penghargaan berupa loyalitas Seseorang pelanggan nasabah yang puas cenderung akan menyampaikan rasa kepuasannya kepada orang lain, baik dalam bentuk cerita (Word of Mouth), atau memberi rekomendasi yang dapat menaikkan citra dari Perusahaan atau CV tersebut.

Di Indonesia khususnya di Kota Padang dewasa ini. yang penulis bahas tentang sebuah pelayanan pemasaran sepeda motor honda terdapat cukup banyak perusahaan atau CV yang dikelola oleh dealer sepeda motor Honda dimana masing-masing khususnya CV Anugerah Niaga memiliki berbagai macam produk unggulan Seperti motor bebek, motor metik, motor sport yang ditawarkan kepada warga masyarakat kota Padang. Hal ini tentunya akan menimbulkan persaingan dalam menawarkan dan pemasaran produk atas jasa antar sesama dealer sepeda motor Honda khususnya Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat maka hal utama yang harus menjadi perhatian serius adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan bersaing dan menguasai pangsa pasar.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan ditentukan antara lain oleh suatu jasa yang dikehendaki oleh pelanggan jaminan kualitas yang menjadi prioritas utama bagi pihak dealer sepeda motor Honda yang ada pada saat ini khususnya dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing dealer sepeda motor Honda. Adapun kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan kinerja yang dirasakan. Dengan demikian kepuasan pelanggan berarti bahwa kinerja suatu jasa sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Dengan demikian maka yang membedakan antara dealer sepeda motor honda lainnya khusus CV Anugerah Niaga adalah dalam memberikan pelayanan Karena pada umumnya produk atau barang yang ditawarkan dan dipromosikan oleh masing-masing dealer sepeda motor honda hampir sama, sehingga pelayanan yang akhirnya menentukan keberhasilan dealer sepeda motor honda tersebut. Untuk itulah maka setiap dealer sepeda motor Honda haruslah berusaha untuk meningkatkan kualitas bangsa pasarnya melalui pemenuhan akan pelayanan yang baik maka perusahaan atau CV itu dapat mengalahkan pesaingnya yang memberikan pelayanan kurang baik. Dari sekian banyak dealer sepeda motor honda yang beroperasi di kota Padang salah satunya CV Anugerah Niaga Motor.

B. Metodologi Penelitian

Secara umum penulisan ini bersifat deskriptif analisis yaitu mendeskripsikan bagaimana tolak ukur keberhasilan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima layanan, sedangkan tingkat kepuasan penerima layanan ini akan dapat diperoleh apabila seorang penerima layanan tersebut mendapatkan jenis pelayanan sesuai dengan yang mereka harapkan dan butuhkan. Maka dari itu digunakan metode analisis deskriptif dan kualitatif sesuai dengan tujuan penulisan yang dikemukakan juga menguraikan sifat-sifat dan mencari gambaran secara sistematis dari fakta-fakta yang diteliti dan serta menganalisis secara matematis sehingga tujuan dari penulisan ini dapat untuk menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan pada suatu perusahaan. Menurut Hadari (1991:63) “metode deskriptif diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subjek atau objek penulisan seseorang pelanggan atau penerima layanan dan masyarakat pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak dan sebagaimana adanya” dengan metode deskriptif adalah suatu jenis penulisan yang bertujuan membuat deskripsi

dengan dilakukan melalui wawancara atau kuisioner penulisan dan pengumpulan data. Penulisan yang bersifat deskriptif adalah menuturkan dan menafsirkan data yang berkenaan dengan fakta, keadaan, variabel, dan fenomena yang terjadi saat penulisan berlangsung dan menyajikan apa adanya. (Subana dan Sudrajat. 2001:89 Dalam penulisan ini penulis berusaha menemukan data yang berkenaan dengan fakta, keadaan, variabel dan fenomena yang terjadi saat penulisan berlangsung dan berusaha mendeskripsikannya. yaitu tentang pelaksanaan pelayanan nasabah sepeda motor honda CV Anugerah Niaga di Kota Padang.

C. Hasil dan Pembahasan

Peranan Pimpinan Dalam Meningkatkan Pelayanan Nasabah Sepeda Motor Honda CV. Anugerah Niaga di Kota Padang

Dari hasil penulisan yang dilakukan penulis ditemukan bahwa penjualan di dealer CV. Anugerah Niaga di Kota Padang ini merupakan penjualan dalam jumlah yang cukup besar. Dalam hal ini transaksi biasa terjadi melalui *sales* pemasaran atau pun langsung di *dealer* tersebut, maka dalam hal ini konsumen bisa langsung datang untuk mendapatkan motor yang diinginkan dan semua jenis motor bisa dilihat langsung oleh konsumen pada bagian depan *dealer* yang memajang contoh unit motor yang ditawarkan (*display*). Dari hasil penulisan dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 penjualan Honda mengalami peningkatan sebesar 246 unit., pada tahun 2018 penjualan juga mengalami peningkatan sebesar 300 unit dan pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 225 unit. Dalam usaha memasarkan produk, pihak perusahaan setiap tahun senantiasa membuat perencanaan dan strategi agar tingkat penjualan dapat mencapai hasil yang optimal. Namun pada kenyataan tingkat penjualan yang diharapkan oleh perusahaan senantiasa menunjukkan fluktuasi untuk setiap tahunnya.

Dari hasil penulisan ditemukan juga bahwa Honda merk Beat yang terjual dari bulan Januari sampai April Tahun 2019 mengalami naik dan turun. Pada bulan Januari dengan target penjualan 180 unit Honda Beat yang terjual 161 unit, pada bulan Februari 2019 realisasi penjualan turun yaitu 150 unit, dari target penjualan 160 unit, pada bulan Maret 2019 target penjualan kembali turun, yaitu 148 unit dari target penjualan 180 unit, Pada bulan April 2019 target penjualan tetap 180 unit realisasi penjualannya sebesar 149 unit, berarti penjualan naik sedikit dari bulan sebelumnya. Tetapi Honda merk Beat adalah motor yang paling laris terjual selama tahun 2019. Sedangkan Honda merk Sonic adalah sepeda motor yang kurang laris terjual. Hal ini disebabkan karena Faktor intern dapat terjadi sebab selaku perusahaan yang bergerak terbatas sebagai penyalur dan penjual kurang didukung oleh kebijakan penjualan yang baik seperti kebijakan promosi dan pelayanan. sedangkan faktor ekstern, diantaranya bermunculan perusahaan sejenis yang menjual produk sejenis dan semakin banyaknya bermunculan jenis honda yang menawarkan harga bersaing dengan berbagai jenis dan tipe yang menarik.

Sistem penjualan Honda dari berbagai tipe atau merek yang dilakukan di CV. Anugerah Niaga adalah bisa penjualan berupa kredit dan cash. Adapun sistem penjualan secara kredit dan cash dapat dilihat dari keterangan sebagai berikut : Dari hasil penulisan ditemukan bahwa sistem penjualan secara kredit pada CV. Anugerah Niaga Kota Padang dilakukan berdasarkan sistem untuk pembeli diharuskan membayar sejumlah uang muka atau *down payment* (DP) sebesar 60% dari harga OTR (harga pokok sepeda motor), sedang sisanya dibayar secara angsuran selama 12 bulan dengan bunga menurun sebesar 3%. Tidak semua permintaan atau pengajuan kredit sepeda

motor bisa dikabulkan, hal tersebut tergantung dari hasil survey yang dilakukan pihak dealer. Dalam pengajuan kredit sepeda motor harus menyerahkan syarat-syarat yang telah ditentukan.

Dari hasil penulisan ditemukan adanya keunggulan dan kelemahan dalam sistem kredit. Adapun keunggulan yang diperoleh dari penjualan secara kredit adalah : nilai barang menjadi lebih tinggi; keuntungan yang dihasilkan lebih tinggi; keuntungan dealer diperoleh dari harga perunit ditambah dengan pendapatan bunga. Sedangkan kelemahan penjualan secara kredit adalah : adanya resiko piutang tak tertagih (kredit macet); bed debt yang tinggi; persediaan kas berkurang sehingga sulit mendapatkan *fresh money*; kalah bersaing dengan leasing. Dari hasil penulisan ditemukan juga sistem penjualan dengan cash. Dari beberapa alternatif sistem penjualan yang ditawarkan oleh CV. Anugerah Niaga Kota Padang, konsumen dapat memilih metode penjualan tunai. Penjualan tunai ini dilakukan oleh konsumen, karena mereka sudah punya cukup uang untuk membeli kendaraan bermotor secara tunai di CV. Anugerah Niaga kota Padang/Sebenarnya dengan melakukan penjualan tunai lebih menguntungkan daripada penjualan kredit, baik keuntungan yang diperoleh CV. Anugerah Niaga Kota Padang maupun pihak konsumen.

Dari hasil penulisan ditemukan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh pimpinan CV. Anugerah Niaga sesuai dengan SOP (Standar Operasional Perusahaan). Untuk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, perusahaan tersebut bekerja sama dalam memenuhi kepuasan konsumennya. Berdasarkan *attitude* atau sikap, karyawan melayani konsumen dengan penampilan yang sopan dan serasi. Dari mulai standar penampilan, karyawan perusahaan memiliki peraturan berpakaian agar terlihat rapi dan berkesan oleh konsumen. Seperti memakai seragam berkerah merah pada hari senin, rabu, jumat. Kemudian seragam berkerah putih pada hari selasa, Kamis, Sabtu. Karyawan pun wajib menggunakan sepatu *pantophel* baik pria atau wanita. Hal demikian dapat diartikan juga agar setiap karyawan dan konsumen harus bisa saling menghargai satu sama lain.

Dari hasil wawancara penulis dengan kepala cabang dealer CV. Anugerah Niaga, Bapak Shadry Yandra pada tanggal 11 Maret 2019 disampaikan bahwa CV. Anugerah Niaga juga memiliki logo *HEART* yaitu singkatan dari : *Heart* (hati); *Easy* (mudah), *Available* (*tersedia*); *Reliable* (andal); *Truly fun* (sangat menyenangkan). Dalam pemenuhan kebutuhan konsumennya CV. Anugerah Niaga mengharapkan ekspektasi yang lebih dari konsumen sehingga akan menimbulkan persepsi yang baik terhadap konsumennya. Apabila yang diharapkan tinggi tetapi yang dihasilkan atau diterima tidak sesuai maka konsumen tidak akan merasa puas. Sebaliknya, apabila kita memberikan pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas melebihi harapan yang diharapkan. Sebagai *pimpinan dealer* dituntut untuk mengetahui garis ekspektasi atau mengetahui keinginan konsumen. Dari hasil penulisan ditemukan bahwa terdapat dua hal yang penting yaitu menyimak dan empati. Keduanya mencakup semua yang terpenting dari pelayanan. Hasil akhir dari kedua hal tersebut yaitu solusi, dimana *sales marketing* akan memiliki setiap jalan keluar atau solusi atas hambatan dalam pelayanan. Dengan demikian pimpinan CV. Anugerah Niaga telah melakukan pelayanan prima berdasarkan *attention*. Sedangkan berdasarkan *action* karyawan CV. Anugerah Niaga mampu mencatat setiap pesanan para pelanggan, mencatat kebutuhan pelanggan, mewujudkan kebutuhan pelanggan, dan selalu menyatakan terima kasih kepada konsumen dengan harapan pelanggan mau

kembali. Penulis menilai pelayanan pada perusahaan tersebut benar-benar mengutamakan pelayanan yang baik untuk konsumennya.

Darii hasil wawancara penulis dengan Kepala Pos CV. Anugerah Niaga, Ibu Titi Hariani pada tanggal 12 Maaret 2019 disampaikan bahwa : dalam sistem TQS, pimpinan CV. Anugerah Niaga mampu melibatkan seluruh karyawan secara baik dalam berorganisasi dan selalu berfokus pada pelanggan. Pimpinan CV. Anugerah Niaga berfokus pada pelanggan, menggali keinginan, kebutuhan, dan harapan konsumennya. Memberikan perhatian penuh terhadap konsumennya. Keterlibatan karyawan dilakukan secara menyeluruh. Manajemen selalu memberikan peluang perbaikan kualitas terhadap semua pegawai, contohnya Pimpinan CV. Anugerah Niaga selalu memberikan pelatihan-pelatihan terhadap karyawan berprestasi serta memberdayakan seluruh karyawan. Dari hasil penulisan berdasarkan wawancara penulis dengan salah seorang marketing pada CV. Anugerah Niaga, Lindawati pada tanggal 12 Maret 2019 yang menyampaikan bahwa pelayanan yang prima menjadi prioritas kami dalam menyuguhkan kepuasan dan kebahagiaan konsumen sepeda motor Honda. Melalui pelayanan ini, kami berupaya terus meningkatkan kualitas pelayanan bagi konsumen seiring dengan meningkatnya ekspektasi masyarakat.

Kendala-Kendala yang Dihadapi Pimpinan Dalam Meningkatkan Pelayanan Nasabah Sepeda Motor Honda CV. Anugerah Niaga di Kota Padang

Dari hasil penulisan yang ditemukan di lapangan, adapun kendala-kendala yang dihadapi pimpinan CV. Anugerah dalam meningkatkan pelayanan nasabah sepeda motor yang menuntut pimpinan CV. Anugerah Niaga untuk selalu sigap dalam menghadapi hal apapun yang terjadi dalam perusahaan. Terutama pada pelayanan terhadap konsumen yaitu: 1) Adanya kesulitan dalam pelayanan terhadap penjualan sepeda motor. Hal tersebut memungkinkan konsumen pindah ke *dealer* lain. Terkadang pimpinan CV. Anugerah Niaga membuat program-program menarik untuk konsumen namun persyaratan dan ketentuannya rumit. Pimpinan CV. Anugerah Niaga pun terkadang kurang melakukan pelayanan maksimal. Banyak konsumen yang tidak mengerti dan merasa direpotkan sehingga mungkin saja konsumen berpindah ke yang lain. Karena tidak semua konsumen itu memiliki sifat yang sama, untuk konsumen yang sulit mengerti seorang *sales marketing* harus lebih mampu meyakini konsumennya agar tetap pada *dealer* kita dan tidak berpindah. Ditambah dengan keinginan konsumen yang berbeda beda, *sales marketing* harus pandai dalam melakukan pelayanan secara baik karena persaingan antara *sales* dan *dealer* lain itu terjadi. Maka pimpinan CV. Anugerah niaga harus membuat ketentuan atau syarat diperlonggar sesuai dengan karakter konsumen; 2) Kurang komunikatifnya antara karyawan yang satu dengan lainnya. Hal ini dapat berpengaruh terhadap perusahaan dalam segi pelayanan yang dapat menurunkan tingkat penjualan sepeda motor. Komunikasi yang kurang baik dihadapi ketika dalam melakukan pelayanan penjualan, terkadang pihak karyawan kurang bekerja sama dengan pihak *leasing* yang berada satu kantor dengan CV. Anugerah Niaga; 3) Pelayanan terhadap penjualan berjalan lambat dikarenakan kurangnya komunikasi antara karyawan perusahaan dengan pihak *leasing*. Ada saja konsumen yang kritis dan mungkin saja menilai pelayanan di perusahaan tersebut kurang baik. Namun selama penulis melihat karyawan perusahaan selalu dapat mengantisipasi hal tersebut. Dengan demikian, pimpinan CV. Anugerah Niaga harus lebih memperhatikan yang terjadi dalam pelayanan sehingga konsumen tidak berpaling dan penjualan perusahaan pun terus meningkat. Dengan pelayanan dan kerja sama yang baik maka konsumen akan merasa puas dalam segi pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Maka karyawan harus lebih informatif dan lebih baik dalam

memberikan pelayanan; 4) Masih kurangnya sarana kendaraan yang dimiliki oleh CV. Anugerah Niaga yang hanya ada 2 buah, sehingga pengantaran barang sering mengalami keterlambatan ke tempat konsumen karena kendaraan yang minim jumlahnya. Hal ini menjadi kendala yang terbesar sehingga pelayanan pengantaran barang yang dilakukan kurang maksimal dan tidak berjalan lancar.

Upaya-Upaya yang Dilakukan Pimpinan Dalam Meningkatkan Pelayanan Nasabah Sepeda Motor Honda CV. Anugerah Niaga di Kota Padang

Dari hasil penulisan dittemukan adanya upaya-upaya yang harus dilakukan oleh pimpinan CV. Anugerah Niaga dalam meningkatkan pelayanan nasabah sepeda motor di Kota Padang yaitu: 1) Pemasaran sebagai kegiatan yang hanya berhubungan dengan penjualan, pemahaman tersebut sangat dimungkinkan karena setiap hari kita dijejali dengan berbagai aktivitas penawaran maupun penjualan, baik itu melalui media cetak, maupun media elektronik dan internet. Namun demikian, hendaknya perlu dipahami bukan hanya sebagai kegiatan penjualan saja, tapi harus dipahami sebagai proses penghantar kepuasan pelanggan yang tentu saja hal tersebut dapat dicapai dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Maka dari itu perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan demi menunjang kepuasan yang didapatkan konsumen, hal itu dapat dilakukan dengan diadakannya kegiatan pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia itu sendiri; 2) Kegiatan yang dilakukan pimpinan CV. Anugerah Niaga tidak hanya sekedar melakukan penjualan, tetapi juga melayani jasa service sepeda motor. Untuk melayani jasa service diperlukan adanya standar kualitas pelayanan yang diberikan dari perusahaan sehingga dapat memberikan kepuasan yang merata bagi seluruh konsumen. Dalam usaha meningkatkan standar kualitas pelayanan, pimpinan CV. Anugerah Niaga melakukan serangkaian pelatihan dan pengembangan; 3) Masalah persaingan biasanya menjadi perhatian utama bagi sebagian perusahaan, karena adanya usaha dari pimpinan CV. Anugerah Niaga untuk menguasai pasar, baik sebagian pasar maupun secara keseluruhan. Persaingan merupakan salah satu faktor dari luar yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam memasarkan produknya, semakin tinggi tingkat persaingan maka semakin kecil pula kemungkinan suatu perusahaan memperoleh keberhasilan dalam melaksanakan kegiatan pemasarannya. Oleh karena itu, jika perusahaan berada dalam keadaan bersaing, banyak usaha yang dapat dilaksanakan untuk mempengaruhi konsumen agar tetap selalu melakukan pemakaian barang atau jasa yang diperdagangkan.

4) Salah satu strategi bagi perusahaan yang tidak dapat mengembangkan inovasi yang bisa dijadikan sebagai alat utama dalam menghadapi desakan pesaing yang memerlukan penanganan dengan segera adalah melalui perang promosi perusahaan dengan cara mencoba mengembangkan superioritas suatu advertising atau periklanan dengan catatan periklanan tersebut harus lebih unik dan cerdas agar dapat menimbulkan minat bagi konsumen yang dituju, selanjutnya mengkombinasikan unsur-unsur personal selling, publisitas, dan pelayanan yang dapat melahirkan inovasi dalam strategi persaingan; 5) Untuk menciptakan keinginan atas produk yang diciptakan oleh perusahaan perlu terlebih dahulu menciptakan permintaan, maka hal ini dapat ditempuh melalui kegiatan seperti memperkenalkan produk, meyakinkan dan mengingatkan kembali manfaat produk kepada para konsumen yang merupakan inti dari kegiatan promosi. Promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang

menciptakan pertukaran dalam pemasaran. CV. Anugerah Niaga merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan sepeda motor; 6) Dalam kegiatan pemasaran perusahaan ini lebih menekankan kepada bagaimana dapat menjual sepeda motor dengan kualitas tinggi dan memuaskan konsumen. Salah satu upaya yang dilakukan perusahaan dalam mencapai target penjualan setiap tahunnya adalah dengan mengefektifkan kegiatan promosi dan pelayanan. Strategi yang telah dilaksanakan perusahaan adalah strategi promosi yang mengacu kepada bauran promosi yang terdiri dari: periklan, penjualan personal, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.

7) Pelayanan merupakan penunjang pemasaran suatu produk dan sekaligus dapat dilihat sebagai pusat keseluruhan paket produksi untuk memenuhi kebutuhan dan selera langganannya. Diabaikannya pelayanan dalam kegiatan 66 pemasaran bisa menimbulkan rasa tidak puas dipihak langganan dan ini jelas akan merugikan pihak produsen ataupun penjualan dan akhirnya akan dijauhi langganan. 8) Memberikan kepuasan kepada konsumen dan memberikan informasi bagi setiap pembeli. Usaha peningkatan kualitas pelayanan bisa dilaksanakan dari beberapa sisi. Kualitas kerja mekanik bisa ditingkatkan melalui perekrutan mekanik yang profesional dan membekalinya dengan pelatihan-pelatihan. Begitu juga dengan persediaan suku cadang kendaraan harus tersedia dengan baik dengan memperbaiki pola distribusinya. Fasilitas perusahaan termasuk juga ruangan servis kendaraan harus menjadi perhatian perusahaan, karena ini menyangkut tingkat kenyamanan pelanggan seperti kebersihan, kerapian ruang tunggu dan tersedianya fasilitas lain seperti tempat parkir, toilet serta bahan bacaan yang membuat konsumen merasa dimanjakan oleh perusahaan.

D. Penutup

Dari hasil uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab di atas sebelumnya, maka penulis akan mengambil kesimpulan sebagai berikut: Pelayanan dalam penjualan sepeda motor Honda oleh Pimpinan CV. Anugerah Niaga dilakukan secara baik dan dapat memuaskan pelanggan. Pimpinan mampu menjaga konsumen dengan cara meyakinkan konsumen. Dalam pelayanannya, perusahaan tersebut mampu mendapatkan ekspektasi atau harapan lebih oleh konsumen. Dalam menghadapi kendala-kendala yang terjadi Pimpinan CV. Anugerah Niaga mampu menghadapi dalam memberikan solusi dan selalu dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Dengan pelayanan yang baik dan berkesan di hati konsumen pimpinan CV. Anugerah Niaga mampu menjadi *dealer* terbaik se Kota Padang. Adapun upaya-upaya yang dilakukan oleh Pimpinan CV. Anugerah Niaga dalam meningkatkan pelayanan nasabah sepeda motor adalah ; peningkatan kualitas pelayanan demi menunjang kepuasan yang didapatkan konsumen, hal itu dapat dilakukan dengan diadakannya kegiatan pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia itu sendiri; Dalam usaha meningkatkan standar kualitas pelayanan, pimpinan CV. Anugerah Niaga melakukan serangkaian pelatihan dan pengembangan; adanya usaha dari pimpinan CV. Anugerah Niaga untuk menguasai pasar, baik sebagian pasar maupun secara keseluruhan; kegiatan seperti memperkenalkan produk, meyakinkan dan mengingatkan kembali manfaat produk kepada para konsumen yang merupakan inti dari kegiatan promosi; Kualitas kerja mekanik bisa ditingkatkan melalui perekrutan mekanik yang profesional dan membekalinya dengan pelatihan-pelatihan. Begitu juga dengan persediaan suku cadang kendaraan harus tersedia dengan baik dengan memperbaiki pola distribusinya

Daftar Pustaka

- Basu Swastha. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: BPFE.
- Freddy Rangkuti. 2003. *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hadari Nawawi. 1991. *Metodologi Penelitian bidang Sosial*. Yogyakarta : UGM Press.
- Horton. 1991. *Sosiologi Jakarta* : Erlangga.
- I.Nyoman Sudita dan Indigo Gito Sudamo. 1997. *Prilaku Keorganisasian*. Yogyakarta ; BPFE.
- Kasmir. 2003. *Etika Customer Service*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kartono Karttini. 2003. *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- Kotler. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Laurensius Arliman S, Penegakan Hukum dan Kesadaran Masyarakat, Deepublish, Yogyakarta, 2015.
- Milles dan Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : Erlangga.
- Ratminto. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Sinambela. 2010. *Reformasi Pelayanan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Soerjono Soekanto.. 2002. *Teori Petanan*. Jakarta : Bumi Aksara,
- Subana dan Sudrajat. 2001. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung : CV. Pustaka Pelajar.
- Terry/ 2008. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara
- Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wijayanti. 2008. *Managemen*. Yogyakarta : Mitra Cenndekia Press.
- Yuki. 2005. *Kepemimpinan yang Efektiff*. Yogyakarta : Balai Pustaka.
- Zatham dan Binner. 2002. *Managemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabet.