

BIMBINGAN DAN PENYULUHAN TENTANG PENTINGNYA LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KUALITAS PELAYANAN PADA BENGKEL SUDIMORO DIESEL DI MALANG

Oleh:

Joko Samboro¹⁾, Zubaidi, Abdullah Helmy, Yosi Afandi, Musthofa Hadi.

¹Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: joko.samboro@polinema.ac.id

Abstract

The purpose of this PKM is to find the problems faced by the Sudimoro Diesel workshop business on Jalan Sudimoro Dalam No.35 RT.6 RW.7 Sudimoro, Kel. Mojolangu, Kec.Lowokwaru Malang City and at the same time provide the right solutions in order to achieve increased knowledge and skills in the field operational, especially in the field of marketing management, especially Service Quality and Customer Loyalty. The methods used are: observation, to observe activities carried out both in the field of marketing, then interviews, explored to find problems and solutions that will be offered and simulations, to find the most appropriate alternative to market goods more effectively. With the completion of this service program, entrepreneurs are expected to pay attention to how to make customers satisfied, then customers voluntarily recommend to others, and customers will return to the garage, if in the future they have problems with their cars, Partners are expected to pay attention to aspects of service quality, such as: appearance when serving customers, especially the clothes still haphazard, then given a uniform, there is no place to sit/wait then made a place.

Keywords: Service Quality and Customer Loyalty.

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisa Situasi

Program Kegiatan Masyarakat ini, merupakan aplikasi dari hasil riset penelitian DIPA tahun anggaran 2020 dengan Nomor SP DIPA: 042.01.2.401004/2020, berupa Book Chapter Cetakan Pertama, Oktober 2021, ISBN : 978-623-5711-12-6, Penerbit POLINEMA PRESS, Politeknik Negeri Malang, dengan judul:” Menakar Loyalitas Pelanggan”.

Buku tersebut relevan kiranya, jika diterapkan pada usaha bengkel mobil Sudimoro Diesel, karena selama ini, pihak perusahaan belum memahami arti pentingnya Loyalitas Pelanggan yang tercipta melalui Kualitas Pelayanan yang baik, padahal bukti empiris telah ada, seperti hasil penelitian Reykhan (2022) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan, memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas.

Usaha jasa bengkel Sudimoro Diesel ini berada di Jalan Sudimoro Dalam No.35,RT.06, RW.VII, Desa Sudimoro,Kec.Mojolangu Kel.Lowokwaro Kota Malang, yang ditangani oleh tenaga kerja sebanyak 5 orang tenaga ahli terdiri dari : Jumadi, Cak No, Iman, Sholeh dan Andri, serta 3.orang pekerja serabutan. Usaha ini 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 mendatangkan tenaga tambahan kenalan nya yang kompeten.

Jangkauan pemasarannya: di wilayah Kota Malang bahkan sampai ke luar 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.

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 kenyataannya dibiarkan kosong, sehingga pelanggan berdiri. Dapat dibayangkan kalau seandainya menunggunya cukup lama, hujan lagi.

Keadaan ini merupakan indikator yang dapat digunakan sebagai acuan untuk menilai kualitas jasa yang diberikan suatu perusahaan kepada konsumennya.

Kualitas Jasa Layanan ini, akan berdampak terhadap Loyalitas pelanggan. Loyalitas Pelanggan akan terbangun ketika terdapat kepercayaan konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan.

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

Dengan merujuk kepada rencana strategi PKM Polinema yaitu pemberdayaan koperasi dan UMKM, yang dituangkan ke dalam program pengembangan wirausaha, maka sudah sepatutnya PKM seperti ini mendapat dukungan.

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 direalisasikan, untuk membantu tercapainya tujuan..

1.2. Permasalahan Mitra

Mengacu kepada analisa situasi diatas, maka permasalahan mitra adalah;

a. Belum memahaminya arti pentingnya Loyalitas Pelanggan.

b. Belum memahaminya tentang Kualitas Pelayanan yang baik kepada pelanggan, sehingga banyak pelanggan yang kurang terpuaskan, akhirnya pelanggan kurang Loyal .

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. Pemasaran

Menurut Kotler : Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana perseorangan atau kelompok memperolehi apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pembuatan, pertukaran produk yang bernilai bagi pihak lain. (Kotler :2016,8).

2.2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Wiwik : faktor yang terdapat dalam kualitas pelayanan adalah Tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan) dan empathy (empati). (Wiwik, 2018: 28).

2.3. Pengertian Loyalitas

Loyalitas pelanggan, menurut Keith dalam Samboro (2021:51) bahwa: tujuan akhir keberhasilan perusahaan menjalin hubungan relasi dengan pelanggannya adalah untuk membentuk loyalitas yang kuat. Indikator dari loyalitas yang kuat adalah: 1).Kepuasan keseluruhan terhadap brand. 2).Kemungkinan pembelian kembali brand ini. 3).Kemauan untuk merekomendasikan brand kepada orang lain.

Dalam hal melayani pelanggan, kita harus menjaga kepercayaan, sehingga kita dapat merubah calon pembeli menjadi pelanggan,

dan pelanggan yang lama akan menjadi pelanggan yang loyal. (Kasmir, 2007:287).

3.METODE

Prosedur kerja yang akan dilaksanakan dalam kegiatan ini adalah bahwa pelaksanaan PKM, pihak mitra diberikan pelatihan tentang : kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan serta Problem solving tentang permasalahan mitra yang riil/dialami mitra kemudian diadakan Monitoring evaluasi dan pencapaian luaran.

Metode yang pelaksanaan yang ditawarkan adalah tatap muka dengan cara:

- Observasi, untuk mengamati kegiatan yang dilakukan oleh pengusaha dalam melakukan kegiatan operasional dan melayani pelanggan.
- Wawancara, yang digali untuk menemukan permasalahan dan solusi yang akan ditawarkan.
- Ceramah, yang meliputi teori tentang pentingnya moral etik dan manajemen kas.Diskusi/tanya-jawab, dikaitkan dengan pentingnya permasalahan,
- 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.Praktek Materi PKM Dalam gambar tersebut, Ketua PKM sedang memonitor praktek kewirausahaan yang berbasis Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan kepada pemilik bengkel Sudimoro Diesel dan Karyawan



Gambar:2. Swa foto dengan jamaah

Dalam gambar tersebut, karyawan Bengkel Sudimoro Diesel sedang berswafoto dengan ketua pengabdian, di sela-sela berdiskusi tentang materi pengabdian.

4.2 Pembahasan

Sasaran yang dapat dicapai pada usaha bengkel ini, diharapkan nantinya, dapat dijadikan bekal dalam rencana untuk memperoleh tambahan pelanggan atas usahanya dan diharapkan benar-benar menerapkan usaha yang mengacu kepada Kualitas Pelayanan.

Keberhasilan pengabdian pada usaha bengkel ini, 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 keterampilan bagi usaha bengkel Deisel Sudimoro
- Motivasi peserta sangat tinggi, hal ini terlihat dari antusiasnya peserta mengikuti

sampai akhir program.

-Rata-rata penerimaan materi yang disampaikan oleh instruktur cukup baik.

5.2. Saran-saran

Saran yang perlu disampaikan adalah:

- Agar pengetahuan dan ketrampilan dan aplikasi yang telah diberikan tidak hilang , maka perlu kiranya bagi saling memotivasi antar anggota.
- 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

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,

Kasmir. 2007. *Kewirausahaan*. PT. Rajagrafindo Jakarta.

Reykhan, Muhammad . Wahdiyati Moko 2022. Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merk, Persepsi Harga dan Kelompok Referensi terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen* Volume. 01 No. 1 Tahun 2022.

Wiwik, Sulistiyowati. 2021. *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*. Umsida Press. Sidoarjo.

Samboro, Joko. 2021. *Menakar Loyalitas Pelanggan*. Polinema Press. Malang