

BAB II

MANAJEMEN SERVIS

A. Pendahuluan

Dewasa ini operasi jasa telah menjadi sangat penting dibidang bisnis otomotif alasanya adalah kendaraan bermotor mempengaruhi manusia dan telah menciptakan sistem transportasi yang luas. Meskipun demikian hal tersebut menyebabkan beberapa masalah seperti kerusakan yang terjadi pada kendaraan untuk itulah diperlukan pelayanan perbaikan. Sebenarnya setiap orang sedikit sekali sadar akan kebutuhan perbaikan dan pemeliharaan kendaraan tetapi sekarang para pemilik kendaraan membawa masalah servisnya kebengkel. Hal ini karena para pemilik kendaraan merasa bahwa bengkel servis itu menyenangkan dan layak harganya. Berlimpahnya bengkel-bengkel servis pribadi menunjukan ukuran pasar servis. Bengkel-bengkel seperti ini bisa menjatuhkan bisnisnya tapi bisa juga menguntungkan jika dikelola dengan baik.

B. Servis Adalah Bisnis

Apakah Servis Itu? Definisi pertama pada kata servis dalam kamus adalah pekerjaan atau keadaan seorang pelayan. Bagian servis harus menjadi pusat keuntungan contohnya :

- Bagian pelayanan terletak disudut belakang penjualan adalah hanya untuk memecahkan masalah teknis
- Servis menelan keuntungan penjualan
- Servis memberikan laba yang jelek dari pada penanaman fasilitas dan tenaga manusia
- Tidak ada keuntungan yang diperoleh dari servis

Bengkel bisa memikirkan servis seperti bentuk lain dari barang dagangan. Elemen-elemen yang perlu dipertimbangkan servis sebagai barang dagangan adalah :

Harga : Ongkos Servis

Kualitas : Kualitas Kerja Servis

Kegiatan Setelah Penjualan : Perhatian Pelanggan

Dari unsur di atas memperlihatkan bahwa servis adalah bisnis penjualan kepuasan pelanggan dan servis adalah salah satu pusat keuntungan.

C. Manajemen

Manajemen adalah seni ada tiga factor penting untuk menjalankan bisnis : Orang (teknik), Bahan (Fasilitas, sarana dan prasarana), dan Uang (Dana). Manajemen harus bisa menggunakan sumber daya manusia yang tersedia dengan baik untuk tujuan penyempurnaan sasaran organisasi. Supaya berhasil dalam bisnis perlu memiliki semua anggota kerja organisasi secara sistematis berdasarkan pada tujuan diatas, yaitu setiap orang harus melaksanakan fungsi dan perannya secara menyeluruh dalam organisasi untuk memenuhi tujuan perusahaan atau bengkel.

Teori kejiwaan yang terkenal mengatakan bahwa manusia bertindak untuk memuaskan kebutuhannya setelah kebutuhan setiap langkah sudah terpenuhi orang tersebut bisa melanjutkan kelangkah selanjutnya. Ringkasan teori ini diuraikan sebagai tafsiran mengenai kebutuhan pegawai bengkel adalah sebagai berikut :

1. Kebutuhan Fisik

Pegawai servis ingin mendapatkan makan siangnya disebuah ruangan yang bersih dan enak terpisah dari tempat kerja mereka juga ruangan loker, toilet, ruangan tempat cuci harus selalu bersih, tenang dan cukup udara dan sebagainya

2. Kebutuhan Akan Aman dan Keseimbangan

Tempat kerja pegawai servis harus selalu bersih dan semua barang harus terjaga ditempatnya untuk menghindari kecelakaan yang mengakibatkan luka atau kendaraan rusak. Juga perlu dihindari kemacetan pekerjaan akibat dari kekurangan. Hal-hal tersebut mengganggu para pegawai berhubungan dengan sistem upah sensitif.

3. Kebutuhan Sosial

Para pegawai mulai memikirkan perbaikan diri mereka ingin sekali kesempatan promosi dan training seperti halnya orang mendapatkan teman sekerja dan pegawai baru.

4. Penghargaan

Pada tahap ini pegawai memperbaiki cara mereka memandang dirinya sendiri dan cara orang memandang mereka. Mereka menjadi penerima tamu yang baik bisa menjadi mandor bengkel dan ahli mekanik mereka bisa berbagi waktu dengan cara menolong sesama.

5. Harapan, Ambisi dan Cita-Cita

Mereka berusaha mewujudkan harapan menjadi nyata dengan berkata-kata “suatu hari aku ingin menjadi” orang tersebut ingin dipromosikan naik pangkat ke posisi yang lain atau keposisi yang tinggi untuk meraih keberuntungan, menjalankan bengkel pribadi dan lain-lain. Namun sebelum ambisi ini dapat diwujudkan kebutuhan-kebutuhan lain harus terpenuhi dahulu

D. Manajemen Yang Dinamis

Manajemen yang sukses akan mudah mendapatkan tujuan bisnis dasar sehari-hari. Ketika berhubungan dengan personalia dia akan memiliki tujuan berikut yang kuat selalu dalam ingatannya :

- a. Hindarilah manajemen yang birokratis
- b. Hidupkanlah setiap karyawan
- c. Gunakanlah kepemimpinan yang dinamis

E. Meningkatkan Manajemen Pegawai

Dibawah ini disebutkan garis besar seorang manajer yang baik diandalkan dan dihargai oleh setiap orang pada suatu hak penjualan adalah :

1. Dia Tajam yakni manajer adalah seorang yang mempunyai pendapat yang baik keputusan yang tepat, berperilaku santun, kreatif dan berani
2. Dia Teliti yakni manajer yang mampu meneliti masalah-masalah yang berhubungan dengan situasi saat ini dan hubungan dari penyebab dimasa

lalu yang mungkin bisa berakibat di masa yang akan datang, maka dengan memahami semua aspek masalah tindakan yang besar bisa diambil untuk dipecahkan secara benar

3. Dia Orang Yang Cakap yakni manajer mengerti dan selalu bisa mengerjakan pekerjaan yang dia buat kepada bawahannya untuk dikerjakan
4. Dia Orang Yang Sehat yakni manajer memberikan contoh yang baik dengan hidup sehat.

F. Peran Pengelolaan Servis

Dewasa ini peran bagian servis telah beralih menjadi penjamin kepuasan pelanggan melalui sarana servis kendaraan. Peranan bagian servis yang berhubungan dengan kebutuhan pelanggan adalah :

1. Memberikan layanan pencegahan, pemeliharaan dan penampungan bagi kendaraan pelanggan.
2. Menjamin kenyamanan kepemilikan kendaraan pelanggan yaitu dengan cara menawarkan bantuan teknis kepada pelanggan sejak pengiriman kendaraan baru sampai penggantian selanjutnya.
3. Menawarkan pelayanan pemeliharaan yang menguntungkan pelanggan dan memastikannya pelanggan itu untuk menjadi setia.

Dalam mendukung peran pengolah servis tersebut diatas, dibawah ini dijelaskan hal yang penting dari servis semesta, yaitu :

- Pemeliharaan kendaraan dengan kualitas yang tinggi dan pelayanan perbaikan
- Pengiriman kendaraan yang bisa diandalkan sesuai dengan tanggal dan jam yang sudah dijanjikan
- Ongkos servis yang layak
- Pelayanan cepat dan menyenangkan pelanggan
- Jam kantor yang efisien, akurat, cepat dan tepat

G. Rencana Bisnis Bengkel

1. Perencanaan yang tepat
2. Analisa Pasar Servis
3. Penjualan
4. Pendapatan Kotor
5. Pembiayaan
6. Keuntungan Operasi Tiap Bagian
7. Analisa Keuntungan
8. Fasilitas Tenaga Pesanan Perbaikan

H. Rencana dan Anggaran

Penting untuk membuat iklan tertentu dan rencana kemajuan bengkel servismu. Dengan rencana iklan yang jelas, kesempatanmu menjalankan hak penjualan yang lebih efisien dan tepat waktu berkompetisi akan meningkatkan banyak waktu.

1. Petunjuk Rencana Dan Anggaran

- Mulailah dengan tujuan dan simpanlah rencanamu dalam tulisan
- Periksalah fluktuasi menurut musim (musiman)
- Periksalah pola penjualan servis geografis
- Periksalah keadaan ekonomi local yang sudah diperhitungkan
- Periksalah keadaan ekonomi lokal yang sudah diperhitungkan untuk mempelajari tentang kebiasaan pelanggan menghabiskan waktu dipasarmu
- Periksalah perlombaanmu dan strateginya
- Evaluasikan kekuatan dan kelemahanmu
- Realitaslah. Janganlah mengharapkan keuntungan yang besar kecuali kamu berniat mengadakan anggaran yang besar
- Carilah ulasan iklan yang mencocokkan wilayah perdaganganmu untuk mengetahui bagaimana meraih pelanggan yang lebih efektif, mengetahui batasan dan medium jasa
- Yakinkan bahwa iklanmu fleksibel dan memenuhi kebutuhan yang mutakhir

- Buatlah anggaran minimal berdasarkan tujuan keuntungan yang maksimal
- Hitunglah jumlah dana yang ada untuk iklan dan kemajuan penjualan
- Adakan dana untuk setiap kategori pengeluaran diantaranya Media, Promosi Servis, Hubungan Masyarakat dan hal yang tak terduga
- Buatlah prioritas dengan cara menyediakan uang untuk mendahului proyek yang paling penting

2. Bangunlah Rencana Promosi Yang efektif

Langkah 1. Mulailah Rencana Dini

Mulailah rencana sedini mungkin karena pertimbangan waktu yang sudah dikehendaki untuk memperoleh bagian dan barang lain sebelum dimulainya program yang aktual.

Langkah 2. Tentukanlah barang yang akan menjadi perhatian barang dagangan. Tentukan pelayanan pelanggan atau barang yang akan menjadi perhatian barang dagangan dan tetapkan harga.

Langkah 3. Tentukan Target Pejualan

Langkah 4. Tentukan Tema Promosi

Tentukan tema promosi berdasarkan keuntungan yang dihasilkan oleh servis atau daftar barang untuk perhatian barang dagangan dan mengambil keuntungan atas kesempatan yang ada untuk menekankan tema ini

Langkah 5. Buatlah Perkiraan yang Akurat

Diperlukan untuk melaksanakan program secara efektif. Hati-hati jangan salah memperhitungkan rencana.

Langkah 6. Konsultasikan dengan orang yang memperhatikan masalah tersebut susun rencana setelah berkonsultasi dengan agen iklan, manajemen dan karyawan.

Langkah 7. Adakah pertemuan penyelidikan terhadap rencana

Langkah 8. Sisipkan bagian dan bahan yang diperlukan

Tempatkanlah pesanan bagian dan bahan lain yang melayani seperti barang-barang promosi penjualan saat permulaan promosi.

3. Lembar Pemeriksaan Iklan

Lembar pemeriksaan iklan dirancang oleh pengelola servis untuk menempatkan saingan di wilayah pasar lokal dan menunjuk media iklan.

Tunjuk satu orang setiap minggu di hak penjualanmu untuk membawa edaran Koran atau pamflet dari saingan local di wilayah pasarmu. Kamu bisa belajar dari saingan ini karena mereka menanam modal uang yang cukup banyak tiap minggu untuk rencana iklan.

Cobalah ikuti pola yang sebelum dibentuk pada servis khusus (spesial) bagian musiman aksesoris yang diiklankan dalam media sainganmu. Dengan menggunakan pola yang sama kamu bisa mengerjakan iklanmu dengan petunjuk yang sama. Ingat, kamu ingin mengiklankan dengan dukungan pola ini bukan melawannya. Dalam hal ini, kamu akan menerima pelanggan servis yang memiliki persyaratan pola iklan.

Bagaimana menggunakan lembar pemeriksaan :

1. Periksa jenis media sainganmu yang digunakan untuk memajukan servisnya
2. Tentukan minggu bahwa kamu akan mengiklankan
3. Bagian lemburan yang lebih rendah tersebut menyediakan pemeriksaan ganda pada persiapan iklanmu

4. Laporan Bengkel Saingan

Laporan bengkel saingan dirancang oleh pengolah servis setelah dia mengenali saingan lokal di wilayah pasarnya dan media iklannya. Bentuk ini digunakan untuk memeriksa apakah ya atau tidak bengkelnya adalah saingan (servis onderdil dan aksesoris) di wilayah pasar local. Pertama-tama pilihlah bengkel servis yang biasa ditawarkan oleh sainganmu dan iklannya. Dengan gambaran seperti ini, sekarang kamu memiliki dasar permulaan untuk iklan.

Ingat, sainganmu telah mengambil tiga langkah jadi kerjakanlah hal yang sama dan periksa harganya sebagaimana mereka memeriksa milikmu setiap pulang. Pilihlah beberapa servis yang baik, onderdil dan aksesoris untuk disimpan diiklan pertamamu. Buatlah harga yang bersaing, sabar, tetap teguh, dan kamu akan menerima tanggapan yang positif.