

MANAJEMEN SERVIS

Pendahuluan

Saat ini operasi jasa telah menjadi sangat penting di bidang bisnis otomotif. Ada beberapa alasan pentingnya pertumbuhan ini.

Sekarang kendaraan motor mempengaruhi manusia dan telah menciptakan system transportasi yang luas. Meskipun demikian hal tersebut menyebabkan beberapa masalah pada saat yang sama sehingga membuat hidup lebih mudah. Dibandingkan dengan kuda dan binatang lainnya beban kendaraan motor lari lebih tepat dan efisien berdasarkan keinginan si pengemudi.

Sebenarnya setiap orang sedikit sekali sadar akan kebutuhan perbaikan dan pemeliharaan kendaraan.

Tetapi, sekarang para pemilik kendaraan membawa masalah servisnya ke pompa bensin, bengkel sendiri atau bengkel terbuka daripada ke bagian servis agen resmi.

Hal ini karena para pemilik kendaraan merasa bahwa bengkel servis itu enak, baik dan atau layak harganya. Berlimpahnya toko-toko servis pribadi menunjukkan ukuran pasar servis. Bengkel-bengkel seperti ini bisa menjatuhkan bisnisnya baik pada skala besar atau kecil. Meskipun bengkel-bengkel terbuka itu kecil tetapi bisa mengerjakan bisnis yang menguntungkan akhir-akhir ini.

Karena anda adalah seorang manajer servis pada hak penjualan Nissan, hal yang anda rasakan terhadap situasi ini adalah penting karena anda tidak bisa mengharapkan untuk menyediakan servis kendaraan yang dijual oleh bagian penjualan anda. Meskipun demikian, anda bisa memperoleh persentasi tinggi pada

ingatan konsumen (penjualan servis berulang-ulang) yaitu dengan menentukan atau mengadakan jumlah kepuasan konsumen dan nama baik. Tanda seorang manjer yang baik adalah mempunyai ingatan yang tinggi terhadap konsumen.

BISNIS SERVIS

Apakah Servis Itu ?

Definisi pertama pada kata “Servis” dalam kamus adalah “pekerjaan atau keadaan seorang pelayan”.

Zaman dahulu pekerjaan seorang pelayan adalah untuk melayani keinginan raja atau tuannya. Tapi sekarang kata-kata “Servis” menitik beratkan pada pelayanan umum.

Seperti halnya pada tersier atau tingkat tiga industri dan sekarang menduduki bagian ekonomi yang luas dari pada Primer (Pertanian, Pertambangan, Perikanan, dsb) atau Sekunder (Mesin Industri).

Masyarakat berfungsi sebagaimana mestinya hanya karena minyak pelumas disediakan oleh jasa industri.

Prinsip ini juga berlaku dalam bisnis OTO.

Semua perusahaan, dari pabrik ke pedagang bisa melaksanakan bisnis ini hanya jika pelanggan membeli kendaraan dan melanjutkan perlindungannya dengan memanfaatkan fasilitas servis. Dengan demikian, bisnis apapun dapat berhasil baik dengan perlindungan dan kepuasan pelanggan atau nasabah setelah pembelian sebuah kendaraan. pelanggan akan sering menghubungi pedagang dengan cara pemanfaatan fasilitas servis. Akibatnya bisnis pedagang bisa

dikembangkan baik setelah aktifitas penjualan termasuk kedua pendukung dan pelayan.

Sesungguhnya, bagian penjualan merupakan bagian penting dari pihak penjualan dalam bisnis karena berfungsi sebagai lokomotif, bagian pelayanan, body shop, dll adalah pengikut dan pendukungnya. Tetapi, kita ingin menjadikan bagian servis sebagai titik pusat operasi pedagang untuk menarik perhatian pelanggan.

Alasan ini dengan mudah dapat dimengerti dengan mengambil pertimbangan berikut ini : tujuan dari membeli barang dagangan adalah untuk membeli fungsi dari barang dagangan, bukan untuk membeli barang dagangannya itu sendiri. Misalnya, membeli sebuah televisi orang membeli suara dan gambar dari televisi, bukan televisi sebagai benda untuk dimiliki.

Hal ini bisa juga diterapkan dalam bidang Otomotif. Ketika seseorang membeli sebuah mobil, sebetulnya fungsi mobil yang mereka kagumi. Fungsi pertama lari yang bisa diandalkan dan aman. Selanjutnya adalah merasa nyaman dan menyenangkan untu dikendarai. Maka, toko servis berfungsi merawat sedangkan supir menekankan pada fungsi yang baik dari mobil. Dengan kata lain, fungsi utama dari toko servis harus menjaga pelanggan bahagia karena memecahkan masalah kekhawatiran dan ketidak puasan mereka dengan cara servis kendaraan dengan baik sekali.

Berdasarkan komentar beberapa konsumen majalah, calon pembeli mobil harus mengerti maksud membeli kendaraannya dari pedagang yang bisa dipercaya

dengan reputasi servis yang baik bahkan jika perjanjian awal lebih baik ditawarkan dimanapun berada.

SERVIS ADALAH BISNIS

Kami percaya bahwa bagian servis anda harus menjadi pusat keuntungan pribadi dalam hak penjualan anda.

Banyak pedagang diseluruh dunia namun menganut kepercayaan tentang sifat bagian servis yang sama sekali berbeda dari pada yang diselenggarakan oleh Nissan.

Contohnya :

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

Keuntungan secara menyeluruh dari pentingnya bagian pelayanan/servis adalah mempertinggi zaman ekonomi yang buruk. Pada umumnya penjualan kendaraan menurun selama depresi, yang sayangnya biasanya lebih panjang dari pada ledakan. Pada saat yang rapuh, kegiatan giat peran dan servis harus cukup kuat untuk membawa beban penjualan yang merosot.

Tentu saja, pelanggan akan senang untuk mengurangi biaya pemeliharaan selama beberapa waktu, tapi perbaikan dan pemeliharaan kendaraan tidak bisa

dihapus secara keseluruhan selama mereka melanjutkan mengendarai kendaraannya juga jika ditabrak perbaikan cat dan body harus disediakan.

Ini maksudnya bahwa kendaraan yang dijual oleh bagian Penjualan Anda adalah kekuatan pasar servis anda, keberuntungan tersembunyi hak Penjualan Anda. Hak yang membantu dirinya hanya melalui penjualan kendaraan, seperti seseorang dengan bisnis servis yang tak menguntungkan adalah seorang pedagang bisnis yang miskin.

Pelanggan seperti yang anda ketahui pasti cenderung sangat sensitife terhadap servis pada umumnya. Jika mereka tidak puas dengan ongkos atau kualitas servis yang anda sediakan, mereka akan membawa masalah tersebut kemana-mana.

Mereka tahu betul bahwa ongkos servis di hak penjualan lebih tinggi dari pada dibengkel pribadi, pom bensin dll. Namun disaat yang sama, mereka tahu bahwa bengkel pedagangnya memiliki orang-orang terampil yang berpengalaman untuk perbaikan dan pemeliharaan serta memiliki peralatan. Oleh karena itu, cara terbaik bagi anda untuk menghadapi persaingan adalah menggunakan aset-aset diantaranya pegawai yang terampil dan peralatan lengkap yang demikian itu untuk memenuhi kualitas servis bagi pelanggan anda.

Persaingan sangat bermanfaat bagi kedua pihak yaitu pelanggan dan pedagang. Artinya hak penjualan harus berusaha lebih baik dalam menawarkan kualitas servis dengan sukses demi memenuhi persaingan dalam jalur bisnis yang sama. Karenanya, pertimbangan yang hati-hati harus diberikan kepada apa yang anda bisa kerjakan dalam pasaran untuk memperbaiki servis pelanggan.

Anda bisa memikirkan servis seperti bentuk lain dari barang dagangan. Mereka mengatakan perlu untuk mempertimbangan elemen-elemen yang perlu dari barang-barang pelanggan yang dapat tahan lama dari sudut pandang pembeli seperti harga, kualitas dan kegiatan setelah penjualan.

Sekarang mari kita uraikan servis sebagai barang dagangan :

Harga : Ongkos Servis

Kualitas : Kualitas Kerja servis

Kegiatan Setelah Penjualan : Perhatian Pelanggan

Oleh karena itu unsur-unsur tersebut harus ditingkatkan agar anda bisa bersaing dengan pesaing anda.

Pandangan pelanggan mungkin bervariasi tapi pada akhirnya pandangan-pandangan tersebut sangat peka terhadap perhatian pelanggan anda. Sebagai akibat sebagian besar disebabkan oleh kepuasan pelanggan pada gilirannya membayar kepada anda ongkos servis. Anda juga mungkin menduga bahwa setiap pelanggan memerlukan servis jahitan. Maka, setiap usaha harus dibuat untuk menawarkan servis jahitan kepada setiap pelanggan yang datang khususnya didalam wilayah perhatian pelanggan.

Alasan diatas memperlihatkan sekarang anda harus paham bahwa servis adalah bisnis penjual kepuasan pelanggan. Kendaraan sebagai medium anda sebagaimana yang telah disebutkan diatas, servis adalah pusat keuntungan penjualan yang perlu. Anda harus memimpin bisnis penting ini sendiri tidak menjadi masalah ukuran atau keadaan hak penjualan anda atau pasar.

MANAJEMEN

Manajemen Adalah Seni

Ada 3 faktor penting untuk menjalankan bisnis : Orang (Teknik), Bahan (Barang, fasilitas/sarana, dll) dan Uang (Dana). Kemudian orang mengendalikan yang lain sebagai akibat orang adalah asset yang paling berharga diberbagai lapangan bisnis.

Dikatakan bahwa manajemen haruslah bisa menggunakan sumber daya manusia yang tersedia dengan mahir untuk tujuan penyempurnaan sasaran organisasi. Maka dari itu, berikut ini harus diingat karena setiap orang adalah individu tindakan seseorang akan ditentukan oleh pikirannya sendiri. Lagipula, tujuan seseorang adalah mencari kebahagiaan dan keuntungan pribadi.

Oleh karena itu, supaya berhasil dalam bisnis perlu memiliki semua anggota kerja organisasi secara sistematis berdasarkan pada tujuan biasa diatas yaitu setiap orang harus melaksanakan peranannya secara menyeluruh dalam organisasi untuk memenuhi tujuan perusahaan secara menyeluruh. Seperti halnya lembaran gambaran puzzle (bongkar pasang) untuk diletakkan sesuai dengan posisinya.

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 berikut :

- Langkah Pertama : Kebutuhan Fisik

Setiap orang membutuhkan makanan dan tempat untuk tidur

- Langkah Kedua : Kebutuhan akan aman dan keseimbangan
Setiap orang membutuhkan rasa aman dari bahaya dan kehidupan yang seimbang
- Langkah Ketiga : Kebutuhan bermasyarakat
Setiap orang membutuhkan kerja secara bersama-sama dan saling menolong satu sama lain. Hal ini perlu untuk menghindari kesepian dan menjaga hubungan yang baik dengan teman dan rekan-rekan
- Langkah Keempat : Penghargaan
Setiap orang memerlukan penghargaan untuk memperoleh kepercayaan kemampuan dalam jiwanya, ingin dikenal dan dihargai oleh orang lain
- Langkah Kelima : Harapan, ambisi dan cita-cita
Setiap orang ingin menunjukkan dirinya orang yang bisa oleh karena itu setiap orang ingin bekerja dengan berbagai cara untuk memenuhi ambisinya.

Tafsiran kita sedikit berbeda dari ringkasan diatas seperti yang tercantum dibawah ini :

Setiap orang bertindak sesuai dengan kebutuhannya. Disamping itu, orang lebih tertarik hanya memenuhi kebutuhan diatas yang paling kuat kapan pun. Kebutuhan ini berubah dari waktu kewaktu dan hadir sendiri atau bersama-sama dengan yang lain. Yaitu, seseorang dikemudikan oleh kebutuhan fisik, sosial, penghargaan dll menurut urutan kepentingan dan hubungan timbale balik suatu saat oleh karena itu manajer harus cukup peka terhadap kebutuhan pegawai servisnya.

Berikut adalah tafsiran kita mengenai kebutuhan pegawai servis pada umumnya :

- **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, terang dan cukup udara dsb.

- **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 ketekoran. Hal-hal tersebut mengganggu para pegawai berhubungan dengan sistem upah sensitife.

- **Kebutuhan Sosial**

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

- **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.

- 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 keposisi yang lain atau keposisi yang lebih tinggi untuk meraih keberuntungan, menjalankan bengkel pribadi dll. Namun, sebelum ambisi ini dapat diwujudkan kebutuhan-kebutuhan lain harus terpenuhi dulu.

Begitu banyak manusia dan begitu banyak pikiran bagaimanakah persepsi anda terhadap kebutuhan-kebutuhan orang lain? Kamu bisa merasakan kebutuhan seseorang melalui mendengarkan secara seksama apa yang mereka ucapkan. Penelitian dengan ungkapan pilihan seseorang bias lewat bahasa tubuh, gerakan dll. Namun kamu tidak bisa cukup memuaskan semua kebutuhan mereka. Beberapa kasus ada kesenjangan yang nyata antara apa yang dirasakan menjadi kebutuhannya, disamping lain apa yang sebenarnya diperluka. Apa yang kamu lakukan bila ketemu dengan orang yang seperti ini? Pertama-tama peril mendengarkan secara atensi apa yang harus diucapkan oleh orang tersebut. Antara 30% dan 40% saat ini dia akan menemukan kepuasan yang sederhana dalam penemuan bahwa kamu mau sekali mendengarkan masalahnya dengan sabar. Dengan kata lain dengan mudahnya dia terkagum oleh telinga atau seseorang yang mau mendengarkan. Jika membalas, kamu harus menilai dulu apakah permintaannya itu bisa dibenarkan.

Untuk mempersiapkan beberapa keputusan, kami menganjurkan bahwa kamu akan mengetahui tentang latar belakang semua pegawaimu yang mungkin akan menjadi tanggung jawabmu. Kamu harus menyelidiki hal seputar pribadinya

seperti keluarga, kondisi kehidupannya, masalah biasanya, hobi dll. Data ini akan membantumu memecahkan masalah dimana suatu hari nanti kamu akan menghadapinya.

Jika organisasimu benar-benar terlalu besar bagimu untuk membiayai suatu penyelidikan tentang suatu keadaan pribadi pegawai, kamu harus mewakili bagian tanggung jawab ini kepada kepala bagian, ketua kelompok dll. Sehingga mereka akan mampu memberikan laporan singkat kepadamu seputar pribadi setiap individu dalam kelompoknya. Singkatnya kamu harus merawat sepenuhnya setiap bawahanmu memenangkan kerjasamanya dengan menjahit sifatmu atas kepribadiannya. Pada umumnya, kondisi seperti ini harus dipenuhi untuk memimpin orang agar bekerja secara antusias.

Tujuan dan syarat-syarat spesifik pekerjaan harus dibuat secara jelas dan orang pasti bisa merasakan keunggulannya menghargai hasil kerjanya. Ada perbedaan orang dari cara berfikirnya, cara mengerjakan sesuatu dan cara meraihnya. Manajer harus menentukan perbedaan diatas dan berusaha untuk mengembangkan keahlian setiap pegawainya. Dengan kata lain, manajer yang berhasil memerlukan keahlian kreatifitas yang artistik.

MANAJEMEN YANG DINAMIS

Seorang manajer harus membangun kebijaksanaan yang tetap dengan kenyataan pasar dan menyusun pegawainya dengan demikian bisa menjalankan bagian servis. Ini memerlukan pandangan jauh kedepan untuk perkiraan trend pasar dan mengantisipasi perubahan keinginan pelanggan seperti mengembangkan pengetahuan karakter seperti karakter bengkelmu, kecenderungan individu, kesenjangan usia karyawan dll.

Pada umumnya, periode kemunduran ini sama dan bisnis meledak pendek. Selama kemunduran, kamu harus berjuang keras dan penuh daya khayal untuk bertahan dan memperkuat perusahaan persiapan untuk pengembangan selanjutnya.

Sebaliknya, kamu harus bekerja selama waktu yang terang untuk mengembangkan bisnis, meningkatkan keseimbangan perusahaan dan menambah kekuatan persiapan untuk kemunduran selanjutnya. Sekarang bisnis diseluruh dunia masih terus berubah lebih cepat dibanding masa lalu hal ini sangat dipengaruhi oleh tingkat penemuan teknologi yang menakjubkan. Maka dari itu, cara berfikir, semangat juang masyarakat dan kebiasaan yang sangat mungkin juga akan berubah. Apakah ketika berharap atau takut, manajer servis harus memimpin bagiannya menetapkan tujuan dan memberikan petunjuk. Kesalahan harus diralat cepat dan pasti. Manajemen yang dinamis adalah suatu kebutuhan sehari-hari.

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 :

1. Hindarilah Manajemen Birokratis

Organisasi adalah makhluk hidup yang ada timbal balik antara manajemen dan pekerjaan aktif. Tidak cukup setiap karyawan melakukan pekerjaan yang sudah ditentukannya sesuai dengan gambaran pekerjaannya. Dengan buta berikut prasyarat atau aturan tingkah laku yang sudah ditetapkan menuju kekakuan dan kekerasan yang berhubungan dengan organisasi.

2. Hidupkanlah Setiap Karyawan

Dalam kehidupan organisasi ini setiap karyawan menyalurkan sistem yang menyeluruh, karenanya setiap karyawan perlu memahami pergerakan sistem secara menyeluruh, mengirim dan menerima informasi yang berhubungan dan ambillah tindakan dinamis seperlunya.

Terserah kepada manajer untuk mendidik karyawannya seperti bagian lain. Dia adalah motivator utama dan bertanggung jawab atas hidupnya personil, sambil memuaskan kebutuhan organisasi keseluruhan.

3. Gunakanlah Kepemimpinan yang Dinamis

Tidak ada metode seragam bagi kepemimpinan yang sukses, namun tujuan kepemimpinan biasa adalah menciptakan suasana yang optimal dimana pegawai bekerja dengan mudah di posnya

Setiap pegawai harus diarahkan untuk memahami semua kebijaksanaan dan diberikan kebebasan yang cukup untuk mencapai tujuan organisasi sesuai dengan gayanya.

Manajerlah yang menghangatkan organisasi, semangatnya lebih baik atau buruk. Sebaliknya organisasi adalah tidak lebih dari kumpulan orang-orang. Kepemimpinan yang dinamis menjadikan semuanya berbeda.

BAGAIMANA MENINGKATKAN MANAJEMEN ANDA

Singkatnya, meningkatkan kemahiran manajemen anda bisa diraih dengan pengembangan sendiri. Jadi, bagaimana cara memperbaiki pengembangan diri?

Dibawah ini disebutkan garis besar tujuan dan pengertiannya. Kesan umum dari manajer yang baik diandalkan dan dihargai oleh setiap orang pada suatu hak penjualan adalah :

- **Dia Tajam**

Manajer adalah seseorang yang mempunyai pendapat yang baik, keputusan, lunak, kreatif dan keberanian.

- **Dia Teliti**

Manajer menggenggam setumpuk masalah, menelitinya yang berhubungan dengan situasi saat ini dan hubungan dari penyebab dimasa lalu yang mungkin bisa berakibat dimasa yang akan datang. Maka dari itu, dengan memahami semua aspek masalah tindakan yang besar bisa diambil untuk memecahkannya secara benar.

- Dia Orang Yang Cakap

Manajer mengerti dan selalu bisa mengerjakan pekerjaan yang dia buat kepada bawahannya untuk dikerjakan.

- Dia Orang Yang Sehat

Manajer memberikan contoh yang baik dengan hidup sehat

Tidak ada seorangpun yang bisa sempurna. Oleh karena itu, manajer harus berusaha meraih 5 hal yang sudah disebutkan diatas. Jika kamu menjalankannya terus menerus tujuan diatas, maka kamu akan dihormati oleh semua orang di lingkungan hak penjualan anda dan bawahan anda akan bekerjasama serta giat bekerja mengikuti perintahmu.

Selanjutnya bagaimana cara memajukan pengembangan diri ?

1. Periksa Diri

Socrate berkata kenalilah dirimu karenanya perlu bagi anda untuk lebih mengenal sasaran yang lemah dan kuat. Kamu harus berusaha untuk memperkuat sasaranmu yang baik dan mengendalikan atau meralat sasaran lemahmu. Yakinlah untuk mengolah Kepercayaan Diri sama halnya dengan sasaran baikmu juga, janganlah memproyeksikan sekalipun itu bayangan sasaran lemahmu dalam manajemen harus jujur dan masuk akal karena karakter seseorang adalah dasar dimana manajemen dilatih.

Bagaimana Periksa Diri dilakukan? Kamu memiliki cermin yang baik untuk periksa diri apa yang sudah kamu bicarakan dan diskusikan dengan orang lain, apa yang sudah kamu lakukan dan apa yang sudah kamu pikirkan sepanjang hari. Jika kamu mengingatnya semua kembali dan pantulkanlah dari sudut

pandang orang lain, maka mereka akan memberikan kesan yang baik dari cerminmu. Tanyalah diri sendiri apakah kamu orang yang baik atau tidak. Jujur atau tidak sikapmu dalam berbicara, mendengarkan memberikan pendapat, membuat keputusan dan lain-lain. Seperti sasaran baikmu, kamu di anjurkan untuk memberikan langkah-langkah terbaikmu, juga kamu harus berunding bagaimana memperbaiki sasaran lemahmu. Pemeriksaan diri harus dilakukan singkat, tiap hari saat menyendiri di tempat tenang.

2. Contoh yang baik

Kamu memiliki contoh yang baik disekelilingmu, atasanmu, rekan kerja dan bawahan. Setiap orang berbeda pikiran dan pekerjaanya. Karenanya kamu bisa mencari contoh yang baik dan berusaha menirunya. Ada juga contoh jelek yang bisa dilihat dalam hal ini, kamu harus hati-hati untuk tidak mengikuti langkahnya, tapi ambillah pelajaran dari kegagalannya.

a. Unggul

Kelebihanmu baik didunia bisnis dan memiliki segudang pengalaman. Karenanya, kamu harus hati-hati menyelidiki bakat, pendapat, membuat keputusan, cara pandang, sikap berbisnis dan lain-lain.

Contohnya, seringkali kamu dipersilahkan membuat proposal tentu saja karena kelebihanmu, kamu akan berhati-hati mempertimbangkan dan merencanakan kedepan. Haruskah pendapatmu berbeda dengannya, kamu harus mendengarkan dan memikirkan alasannya dengan demikian kamu bisa memperlebar dan memperdalam cara berpikirmu.

b. Rekan Kerja

Kamu bisa mendapatkan pelajaran yang berharga dari manajer bidang lain dengan menyelidiki secara seksama dan membicarakan masalah yang biasa.

c. Bawahan

Banyak bawahanmu yang kurang memiliki pengalaman dibandingkan denganmu sebagian karena usia dan sebagian lagi terbatasnya keahlian. Kamu harus menerima setiap orang karena kemampuannya yang unik dan jangan menilai mereka berdasarkan kamu akan berhubungan dengan satu masalah. Setiap orang memiliki kekuatan tertentu dimana kamu bisa belajar dan menguntungkan pikiran terbuka dan pendengaran terbuka adalah dasar menuju kepemimpinan yang berhasil.

Sebenarnya ketika kamu menyelidiki bawahanmu sebenarnya kamu sedang memandangi dirimu sendiri dicerminkan, karena mereka mewujudkan gayamu baik atau buruk dalam tingkah laku mereka. Tegurlah dirimu sendiri dulu sebelum membenarkan bawahanmu.

3. Membaca

Kamu harus membaca jenis-jenis buku seperti sastra klasik, sejarah, novel bahkan buku-buku laris jual. Dengan membaca kamu bisa belajar dari pengalaman orang lain dan membangun semacam "Bank Jiwa". Bayangkan dirimu selalu berpartisipasi, tentu saja kami juga menganjurkan supaya anda membaca buku tentang manajemen.

PERAN PENGELOLA SERVIS

Saat ini motorisasi telah berubah dari jumlah perluasan sebelum krisis minyak menjadi kualitas perluasan. Setiap pasar OTO dipengaruhi faktor-faktor berikut ini:

- Perhatian untuk hemat energi, konsumen dll.
- Situasi ekonomi dunia, inflasi, kemunduran, deficit mata uang dan perdagangan internasional.
- Ketegangan politik di dunia

Ini telah menjadi kasus, dimana persaingan menjadi keras diantara macam-macam merk. Lagi pula, penemuan teknik radikal seperti alat-alat elektronik, barang-barang baru dll. Telah menjadi kendaraan sendiri dibawah perputaran bagian ini memberikan petunjuk administrasi bagian servis.

Fungsi lama dari departemen pedagang servis adalah menawarkan servis teknik kepada pelanggan kendaraan artinya, perbaikan kendaraan merupakan tugas utama bengkel servis ketika masalah teknis terjadi. Karenanya, administrasi servis masa lalu menekankan pada organisasi servis orang dan fungsi lunak dari bengkel servis perbaikan motor.

Sekarang peran bagian servis telah beralih menjadi menjamin kepuasan pelanggan melalui medium servis kendaraan ini karena bagian servis sudah menjadi sumber informasi penting mengenai permintaan dan kebutuhan pelanggan dengan seringnya berhubungan dengan sejumlah pelanggan.

Sekarang marilah kita pikirkan lagi tentang peranan departemen pedagang servis mengingat apa sebenarnya yang dibutuhkan pelanggan.

1. Departemen servis memberikan pelanggan pencegahan, pemeliharaan dan servis penampungan bagi kendaraan mereka. Memberikan pemeliharaan pencegahan secara berkala melindungi kendaraan pelanggan dari kerusakan yang mutlak, menjaga kendaraan mereka supaya tetap dalam keadaan aman, nyaman dan hemat.

Bagian servis juga memberikan nasihat kepada pelanggan sehubungan dengan masalah mengenai peraturan, undang-undang kendaraan, teknik kendaraan, dll.

2. Bagian servis menjamin kenyamanan kepemilikan mobil bagi pelanggan yaitu bagian servis secara terus menerus menawarkan bantuan mental dan teknis kepada pelanggan, dilakukan sejak pengiriman barang (kendaraan) baru sampai penggantian selanjutnya.

3. Bagian servis selalu menawarkan servis pemeliharaan yang menguntungkan pelanggan, memastikan kesetiaan mereka.

Sebagaimana kamu ketahui, fungsi dasar bagian servis adalah menawarkan servis semesta berdasarkan keahlian teknis.

Servis semesta terdiri dari hal-hal berikut ini :

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

Poin-poin diatas sangat berhubungan satu sama lain. Dengan kata lain servis semesta diubah dengan operasi dan rencana bisnis, pengembangan tenaga manusia, penguasaan kualitas semesta, dll, seperti yang digambarkan dalam buku ini. Selanjutnya, kegiatan ini harus selaras dan efisien guna menghadapi pesaingmu. Hal ini merupakan tujuan dari administrasi mutakhir yang menggabungkan peranan manusia dan servis teknis.

PERAN MANAJER SERVIS

Bisakah anda menjawab pertanyaan berikut ini dengan cepat beserta angkanya?

- Berapa hebatkah kepuasan pelanggan anda?
- Prestasi apa yang diraih dalam penjualan, perbandingan besar keuntungan, keuntungan operasi bagian, dll?
- Berapa hebatkah keahlian teknik mekanikmu, efisiensi dan produktifitas bengkel, dll?

Kamu mungkin merasa bingung ketika pertanyaan tersebut menghampirimu, bagaimanapun juga kamu harus bisa memberikan jawaban yang pasti atas pertanyaan tersebut jika kamu memperkenalkan administrasi yang baik kepada bagian servis.

Tidak ada bengkel servis yang sempurna. Karenanya, administrasi yang baik mengetahui benar sasaran yang lemah dan kuat atas bengkel servisnya dan berusaha keras untuk memperkuat dan meningkatkan mereka secara berturut-turut. Contohnya, jika kamu hendak meningkatkan kualitas kerja, kamu harus

mempertimbangkan segala sesuatunya mulai dari manajemen servis sampai rancangan bengkel hal ini karena fasilitas bisa mempengaruhi kualitas kerja dari sudut lingkungan kerja, tata ruang fasilitas, dll.

Pengelola (manajer) servis adalah panglima tertinggi dibengkel. Dia harus menjelaskan tugasnya sendiri dan tugas orang lain. Dalam hak penjualan yang kecil, manajemen mungkin hanya salah satu bagian dari keseluruhan tugasnya. Pengelola dalam hak penjualan yang kecil harus memelihara beberapa aspek administrasi servis. Sebaiknya, dalam hak penjualan yang besar pengelola servis harus mengerahkan tugas administratif kepada anggota stafnya.

Bagaimanapun juga pengelola servis memegang kunci kelancaran kerja di bengkelnya. Dalam beberapa hal, alat yang mengembangkan manajemen yang baik dalam hal kemampuan menejer dengan memanfaatkan kemampuan orang lain.

EVALUASI

Silahkan jawab sendiri pertanyaan berikut ini dengan YA atau TIDAK

- Apakah pelaku pedagang memahami betul pentingnya kegiatan servis dari sudut pandang kepuasan pelanggan dan mengenai departemen servis sebagai tempat keuntungan pribadi pada pedagang? Apakah kamu melakukan usaha-usaha untuk menjelaskan masalah diatas kepada mereka jika mereka tidak melakukannya?
- Apakah pelaku pedagang selalu menyetujui perposalmu; rencana tahunan (penjualan, dana, dll) rencana program servis khusus dll seperti mereka? Jika

tidak, apakah kamu menanyakan alasan sehingga kamu bisa mempertimbangkan hingga dimasa yang akan datang?

- Apakah semua orang servismu memahami betul kebijaksanaanmu seperti kekuasaan pelanggan dan menegakan wajib disiplin untuk menjalankan kebijakan ini?
- Apakah kamu mengubah ketidak puasan pelanggan menjadi kepuasan? Apakah kamu mengambil langkah untuk mencegah pengulangan masalah yang sama? Tingkat pengulangan kerja apa yang kamu miliki?
- Apakah atasanmu dan kamu mempunyai rencana jangka panjang lima tahun dan jangka tengah tiga tahun? Apakah kamu selalu menjalankan bisnismu dengan mempertimbangkan rencana ini?
- Apakah kamu mempunyai rencana bulanan berdasarkan rencana tahunan apakah bisnismu menghasilkan penjualan servis, pendapatan kotor, pendapatan operasi bagian (keuntungan bersih) selalu mencapai tujuan bulanan? Apakah kamu mempunyai system untuk mengurangi biaya dengan angka yang kongkrit untuk meningkatkan pendapatan operasi bagian?
- Apakah kamu menerima catatan harian yang menumpuk dengan penjualan servis, biaya, data pengendali waktu, pagi berikutnya?
- Apakah kamu mengetahui efisiensi dan produktifitas bengkelmu dengan angka? Jenis tindakan pengelolaan apakah yang kamu ambil untuk memperoleh angka yang lebih baik?
- Apakah kamu selalu mengumpulkan informasi seperti kegiatan servis pesaingmu, mengambil tindakan balasan dengan cepat dan tepat? Apakah titik

terlemah dan terkuat dalam kegiatan servismu di pasaranmu; apakah keahlian teknis, hubungan pelanggan, penjualan servis, kualitas servis peralatan canggih, fasilitas yang bersih, dll?

- Apakah manajemenmu dinamis dan lunak? Apakah kamu melakukan usaha untuk memperbaiki sasaran lemah guna menghindari manajemen birokratis?
- Apakah kamu selalu mendengarkan apa yang sedang orang lain bicarakan sepenuhnya sebelum..... apakah pikiranmu terbuka?
- Apakah kamu selalu meningkatkan moral pegawai servismu dan meningkatkan kemampuan mereka? Jika tidak, apakah kamu mempunyai data yang jelas atas perbaikan mereka?
- Apakah kamu mengevaluasi titik lemah dan baik pada semua karyawan servismu?
- Apakah suasana bengkelmu menyenangkan dan tekun?
- Apakah kamu selalu melakukan usaha untuk meningkatkan keahlian manajemenmu? Apakah kamu memiliki kebiasaan baca buku?
- Apakah kamu mempunyai pertemuan dengan semua personil servis kuncimu sehingga sekali? Apakah mereka berbicara dengan jujur dan bebas dengan gagasan yang membangun pertemuan tersebut?
- Apakah kamu memiliki manajer pertemuan untuk mendapatkan kerja sama yang akrab diantara departemen secara teratur?
- Apakah manajermu menghargai pembicaraanmu dipertemuan tersebut?

- Apakah kamu mengirimkan informasi yang cukup pada orang yang berurusan dengan bengkelmu?
- Apakah kamu tahu permasalahan terpenting dibengkelmu?
- Apakah kamu berkomunikasi dan memelihara kerjasama dengan penyalurmu?

RENCANA BISNIS

Pendahuluan

Servis Adalah Bisnis Juga

Keyakinan yang lazim pedagang OTO diseluruh dunia bahwa keberadaan bagian servis hanyalah untuk melindungi pedagang dari keluhan pelanggan dengan kata lain, bagian servis secara tradisional dipandang sebagai barang dangangan daripada sebagai satu kesatuan bagian yang menghasilkan keuntungan dalam hak penjualan.

Tiada gunanya di katakan, tujuan utama hak penjualan OTO adalah menjual kendaraan. Namun, supaya efektif menjual kepada pelanggan kita dan kepada mereka yang membeli bersaing sebelumnya operasi perbaikan hak penjualan yang sudah ditetapkan (servis, bengkel, karoseri) harus sanggup menahan saham yang cukup menguntungkan sesudah pasar servis ingat “servis adalah bisnis juga”.

Para pedagang telah mengakui potensi penjualan sesudah pasar dan keuntungan yang besar bahwa bagian servis bisa menghasilkan jika mereka mengatur mengorientasi keuntungan dengan benar. Potensi ini jadi lebih nyata selang periode dimana penjualan kendaraan menurun. Para pedaganglah yang

memahami pentingnya pusat pendapatan individu dalam organisasi hak penjualan yang terus ingin lebih makmur.

Penunjuk lazim yang digunakan dalam menentukan keberhasilan operasi perbaikan adalah keuntungan penggabungan servis. Hal ini mengacu kepada tingkat pendapatan kotor yang diperoleh departemen ini menutupi biaya operasi perbaikan dalam hak penjualan menyeluruh. Idealnya bisa 100% atau lebih. Penggabungan 100% akan berarti bahwa semua pendapatan kotor kendaraan akan menyumbangkan operasi pendapatan bersih.

Sebaliknya, jika presentase terbesar dibawah 100% maka tingkat terbesar pendapatan kotor kendaraan harus disumbangkan untuk mencapai tingkat pulang pokok (seri).

KEBERHASILAN TERGANTUNG PADA RENCANA YANG TEPAT

Bab ini berhubungan dengan rencana bisnis bagian servis. Jika bagian servis benar-benar dijadikan sebagai pusat pendapatan pribadi, maka manajer harus diberi kekuasaan dan tanggung jawab untuk menghasilkan penjualan dan pendapatan bengkel, pengaturan biaya dan pendapatan operasi departemen. Ini termasuk perangkat tujuan disetiap area dan melaksanakan tindakan untuk memenuhi tujuan tersebut.

Sasaran harus realistis dan mudah dikerjakan lagi pula manajer servis harus mempertimbangkan bisnis jangka panjang seperti perbaikan menyeluruh.

Pada akhirnya, pengelola servis harus mengakses bagian keuangannya, dia harus mengetahui kemana harus membelanjakan uangnya dan untuk biaya apa yang harus dikeluarkan dan diberi kewenangan untuk membuat keputusan mengenai operasi departemennya dalam kerangka hak penjualannya yang menyeluruh. Pertanggung jawaban tanpa disertai kewenangan/kekuasaan tak berarti. Penting pula bagi pengelola servis untuk menghubungi pelaku pedagang dari waktu ke waktu untuk menyampaikan rencana bisnisnya kepada pelaku pedagang untuk mendapatkan hak sebelumnya.

ANALISA PASAR SERVIS

POTENSI PASAR SERVIS DAN SASARAN BISNIS

Ada 4 pokok “Barometer Servis” yang berhubungan dengan rencana bisnis dan yang menentukan keuntungan menyeluruh departemen servis yaitu Penjualan, Pendapatan Kotor, Biaya dan Pendapatan Operasi Departemen sedangkan hubungan barometer ini adalah :

Penjualan (Pemasukan diterima dari barang atau servis)

- ❖ Biaya Penjualan (upah servis atau biaya barang yang dijual)
- ❖ Pendapatan Kotor (sisa pemasukan setelah biaya penjualan dikurangi penjualan)
- ❖ Pendapatan Operasi Departemen (sisa pemasukan setelah biaya dikurangi pendapatan kotor)

Untuk membuat sasaran departemen servis pengelola servis harus mengetahui data dasar departemen servis dan setelah pamasaran, termasuk :

1. Pasar

- Jumlah kendaraan ditempat
- Dasar tenaga kerja pelanggan
- Dasar tenaga kerja dalam dan jaminan
- Jumlah keseluruhan permintaan perbaikan perbulan
- Penjualan, Pendapatan Kotor, Biaya, Pendapatan Operasi Departemen

2. Fasilitas

Jumlah tempat servis

3. Personil

Jumlah orang di departemen, gaji dan system pembayarannya

PENJUALAN

Disinilah semuanya dimulai menurut sejarah, departemen servis dibeberapa hak penjualan bukanlah menjadi sasaran penjualan. Malah sebaliknya filsafat mengesampingkan menjadi “Yakinlah bahwa kita bisa mengatasi apa yang datang” dari pada mengejar setelah pemasaran hak penjualan secara agresif karena penjualan kendaraan meningkat, penggunaan tenaga manusia dan fasilitas yang tidak tepat guna menambah kesulitan mengatasi permintaan yang normal.

Beberapa analisa isi penjualan servis harus memfokuskan pada kategori pelanggan, jaminan, penjualan tenaga kerja dalam.

Apa yang harus pengelola servis cari dalam menganalisa penjualan servis?

1. Tentukan Perembesan dan Potensi Pasarmu

Potensi Pasar Servis	= Jumlah Kendaraan di tempat (VIA) atau penjualan kendaraan selama 5 tahun * frekuensi hubungan pelanggan * Permintaan perbaikan perjam * Tingkat jam efektif
Perembesan Pasar Servis	= Penjualan servis terkini + Potensi pasar servis

2. Bentuklah Potensi Penjualan Tambahan

Potensi Penjualan Tambahan = Potensi Pasar Servis – Penjualan servis terkini
--

Pengelola servis harus meringkas faktor-faktor ini dan melihat kecenderungan, membuat sasaran penjualan dengan mempertimbangkan kapasitas tenaga manusia bengkel, harga penjualan, biaya dll.

Potensi Pasar Servis

Sekarang kamu bisa membuat sasaran penjualan yang realistis dengan mempertimbangkan peningkatan penjualan tambahan dibandingkan dengan penjualan servis terkini.

Sekali lagi kamu buat sasaran penjualan, kamu harus menghitung berapa banyak permintaan perbaikan yang diperoleh.

Sasaran permintaan perbaikan lawan prestasi dilanjutkan untuk mempersiapkan bagan seperti yang terlihat dibawah ini untuk melihat perbedaan antara sasaran permintaan perbaikan dan prestasimu

PENDAPATAN KOTOR

Barometer servis kedua yang memenuhi analisa adalah isi dalam pendapatan kotor servis dan presentase pendapatan kotor untuk setiap dolar penjualan servis. Apakah Pendapatan Kotor Itu? Dinyatakan secara sederhana, penjualan dikurangi harga penjualan, penjualan tenaga kerja dalam departemen servis persentasi adalah porsi harga satu dolar penjualan servis menahan pendapatan kotor.

Seperti contoh dalam sebuah bengkel dengan seorang mekanik membayar perencanaan 50/50 (tidak dianjurkan) harga penjualan untuk harga satu dolar servis adalah 50 karena itulah hasil dari pendapatan kotor. Penelitian menunjukan bahwa setidaknya 60% pendapatan kotor hampir esensial yang menguntungkan bagi departemen servis

Namun perlu dicatat bahwa seorang pedagang bebas untuk menentukan apapun pendapatan kotor dari keseluruhan yang ia kehendaki dengan membayar berapapun harganya. Kenaikan harga atau keuntungan kecil ia bisa memilih pekerjaan servis eceran.

Pemeriksaan pendapatan kotor harus dimulai dengan persentasi pendapatan kotor yang rusak dengan kategori (seperti pelanggan, kontrak bagian dalam, dll). Perhatikanlah perbedaan yang lebar dalam persentasi pendapatan kotor antara kategori kotor bagian dalam khususnya adalah wilayah utama potensi kondisi yang menyimpang.

Langkah kedua dalam analisa untung kotor adalah menghitung tambahan potensi untung kotor yang tersedia dihak penjualanmu.

HUBUNGAN POKOK PENJUALAN DAN JUMLAH TAMBAHAN

UNTUNG KOTOR :

Tambahan Untung Kotor Servis	=	Tambahan Potensi Penjualan Servis * Untung Terkotor Kini %
Tambahan Penjualan Pokok	=	Tambahan Penjualan Servis * 90 (Penjualan Tenaga Kerja Lawan Penjualan Pokok = 100 : 90)
Tambahan Untung Kotor Pokok	=	Tambahan Penjualan Pokok * 30 (Pokok Kenaikan Harga 30%)
Jumlah Tambahan Untung Kotor	=	Tambahan Untung Kotor servis + Tambahan Untung Kotor Pokok

Menjadi nyata bahwa besar untung kotor dolar tersedia, servis yang menghasilkan pokok, dramatis bisa mempengaruhi gambar untung bersih hak penjualan anda.

BIAYA-BIAYA

Barometer ketiga mengenai biaya pengawasan biaya adalah dasar bagi departemen servis yang bisa menguntungkan.

Ada 3 unsur biaya utama :

1. Gaji dan upah kelompok – Semua gaji dan upah dibayarkan kepada personil non produktif termasuk pajak, tunjangan tambahan, upah *wages absentee* dll dibayarkan * semuanya kepada personil
2. Biaya * semi yang sudah ditentukan – biaya operasional yang mungkin berbeda-beda tiap bulannya
3. Biaya yang sudah ditetapkan – Biaya yang tetap harus dikeluarkan meskipun bisnis sedang tidak berjalan.

Jumlah tiga kelompok ini sama dengan pengeluaran tambahan departemen servis.

Tiga kategori tersebut rusak minimal 3 hal tersebut harus dipertimbangkan dengan respek untuk setiap kategorinya.

1. Perbedaan dari bulan kebulan
2. Persen setiap kelompok biaya penjualan
3. Perbandingan tahun lalu dan grafik kecenderungan

Dengan membandingkan kategori biaya penjualan kamu bisa menentukan masalahmu merupakan salah satu volume dari pada biaya yang menyimpang, jawabannya akan meningkatkan volume dengan kenaikan biaya yang lebih kecil.

Penting juga untuk melihat penentuan kecenderungan yang terendah dalam satu tahun. Kenaikan bulanan yang kecil khususnya hal biaya yang tidak patut

diperhatikan tapi kecenderungan yang bersambung di satu petunjuk bisa menandakan wilayah masalah yang memerlukan perhatian. Grafik data memberikan gambaran yang sangat bermakna/berarti menyoroti kecenderungan.

KEUNTUNGAN OPERASI DEPARTEMEN

Di akhir analisa yang kamu tinggalkan jika biaya dikurangi pendapatan kotor itulah keuntungan bersih departemen. Inilah yang biasanya mengacu kepada “Tema Dasar” pusat keuntungan individu.

Ide yang bagus untuk melihat keuntungan bersih departemen yang berhubungan dengan setiap barometer yang sudah dijelaskan sebelumnya tindakan yang dilakukan dan jalan keluar yang memungkinkan bisa juga dimasukkan :

Hubungan Keuntungan Operasi Departemen	Tindakan yang Dilakukan	Solusi
1. Penjualan	Harus mencapai porsi yang lebih besar setelah pemasaran (kumpulan sasaran)	Menyerang barang dagangan, persaingan harga dan pelayanan pelanggan
2. Harga Penjualan	Mengurangi persentasi harga penjualan	Skala penjualan yang berubah-ubah
3. keuntungan Kotor	Menaikan persentasi keuntungan kotor	Semakin banyak bisnis yang aku jalankan semakin banyak uang yang

		dihilangkan, sikap ini harus berubah
4. Biaya	Harus diawasi (kumpulan sasaran)	Keterlibatan Pengelola Servis

ANALISA KEUNTUNGAN

Tenaga Manusia Memperbaiki Potensi Permintaan

Untuk membuat sasaran penjualan, pengelola servis harus menganalisa tenaga manusia (mekanik) memperbaiki potensi permintaan sebagai berikut

1. Produktifitas dan Efisien

Penampilan mekanik diukur dari segi produktifitas dan efisiensi.

Produktifitas

ditunjukkan dengan pembagian jumlah jam mekanik bekerja dengan jumlah jam yang dia miliki.

$$\text{Produktifitas (\%)} = \frac{\text{Jam bekerja sebenarnya}}{\text{Waktu yang tersedia}} \times 100$$

Misalnya john seorang mekanik memiliki 8 jam bekerja tapi hanya 5 jam yang digunakan untuk bekerja.

$$\frac{5}{8} \times 100 = 62,5 \%$$

Hal ini menjadi jelas nyata bahwa produktifitas tidak bisa melebihi 100% sedangkan jumlah index yang baik adalah 90%.

Efisiensi adalah ukuran penampilan berlawanan dengan standar waktu dasar rata yang diijinkan adalah hanya standar universal yang tersedia disemua para pedagang.

$$\text{Efisiensi (\%)} = \frac{\text{Waktu Dasar Rata}}{\text{Jam Kerja Sebenarnya/Nyata}} \times 100$$

Misal : John bekerja selama 3,6 jam dalam 3 jam

$$\frac{3,6}{3} \times 100 = 120\%$$

Dianjurkan untuk menggunakan waktu dasar rata nissan. Bilangan/angka efisiensi yang terlalu tinggi menunjukkan pekerjaan sibuk. Bilangan/angka efisiensi yang rendah menunjukkan masalah pelatihan, peralatan, fasilitas atau operasional. Jumlah index yang baik adalah 120%.

Produktifitas departemen servis dan penampilan mekanik dapat dianalisa mingguan atau bulanan. Departemen servis dengan 4-5 % mekanik dan staf yang terbatas memungkinkan akan menemukan lebih tepat untuk membuat pemeriksaan bulanan. Departemen servis dengan 8 orang mekanik atau lebih harus meninjau penampilan mereka berdasarkan mingguan. Analisa penampilan tidak hanya mengukur seberapa bagusnya penampilan seseorang, tapi juga mengukur keefektifan manajemen servis dan keputusan yang dia buat.

Bentuk rekaman dan jam waktu adalah cara yang mudah untuk mendapatkan ukuran penampilan yang akurat. Berbagai jam akan dilakukan,

tetapi jam yang bisa digunakan untuk menandai bentuk rekaman lebih disukai. Jika jam waktu tidak tersedia maka semua catatan harus ditulis tangan.

Catatan harus dibuat masing-masing dan setiap saat ketika mekanik memulai dan mengakhiri aktifitasnya, baik ketika perbaikan, makan siang atau menunggu bagian.

Ukuran penampilan dan jam mekanik yang akurat merupakan lembaran rekaman yang terlalu berharga untuk diurus oleh mekanik sendiri lembaran rekaman harus diurus oleh pencatat jadwal atau resepsionis.

1. Mengawasi Waktu Non Produktif

Waktu adalah uang. Bila waktu mekanik dihabiskan dengan bekerja maka ia akan memperoleh uang. Jika waktunya tidak dihabiskan dengan bekerja maka ia tidak menghasilkan untuk dirinya atau hak penjualan. Kategori waktu nonproduktif ditunjukkan dibawah ini dan beberapa waktu nonproduktif tidak bisa dihindari, tapi jika mekanik mencurahkan 80 jam atau lebih dalam sebulan untuk bengkel perawatan, maka inilah saatnya untuk menggaji buruh/joki mobil departemen servis.

Jika mereka menjumlahkan 140 jam atau lebih untuk waktu yang ideal kemungkinan departemen perlu dipangkas oleh satu orang mekanik atau lebih untuk mempromosikan dirinya dan mencari bisnis tambahan dengan giat.

- Liburan
- Keadaan Sakit

- Pelatihan
- Tindakan Kapasitas Nonproduktif
- Waktu Personil
- Bengkel Perawatan
- Jam Ideal
- Pekerjaan Ulangan

FASILITAS TENAGA PESANAN PERBAIKAN

Penting untuk melihat kapasitas bengkel servismu, ketika kamu menganalisa penampilan penjualan dan menyusun tujuan penjualan. Kamu bisa memperoleh tenaga pesanan dibengkel servismu.

PERSAINGAN

Untuk membuka jalan Penambahan Penjualan dan Memenangkan posisi yang lebih baik dipasar servis, pengelola servis harus mempelajari para pesaingnya dari waktu ke waktu.

Apa yang sedang terjadi di pasar servis di seluruh dunia? Para pelanggan yang membeli kendaraannya dari penjualanmu, datang ke bengkel servismu selama masa garansi. Namun, jumlah para pelanggan yang baik ini membawa kendaraannya ke bengkel pribadi, bengkel khusus di jalanan, bengkel kecil di tetangga dan bengkel bensin setempat ketika garasinya telah habis mengingat kamu adalah pengelola servisnya, harus melihat untuk mengetahui dengan siapa

kamu bersaing dan mengapa para pelanggan lebih suka membawa kendaraannya ke para pesaing untuk servisnya.

1. APAKAH YANG DILAKUKAN PARA PESAING ITU BENAR?

Jika kamu mempelajari pasar servismu, kamu akan menentukan banyak toko servis mengalami kembangan yang pesat.

Keberhasilan beberapa bengkel bebas menunjukkan bahwa mereka pasti memberikan kepada pelanggan sesuatu yang mereka inginkan yaitu sesuatu yang tidak kamu tawarkan.

Umumnya, kunci keberuntungan yang mereka tawarkan adalah harga yang rendah dan jumlah harga perbaikan. Meskipun pelanggan paling sering ke bengkel karena harga, mereka tidak selalu mencari harga paling murah tapi harga yang terbaik untuk kualitas servis. Justru itulah yang harus ditawarkan.

1.1. Jam Servis Yang Fleksibel (Mudah Disesuaikan)

Sebagian besar toko servis independen menjaga jam bengkel servis lama dari para pedagang dan tetap buka sampai hari sabtu, mengizinkan mereka untuk meningkatkan penjualan servis pada malam dan sabtu.

1.2. Harga

Beberapa pelanggan memilih bengkel servis independen karena mereka biasanya menawarkan harga yang rendah.

1.3. Letak

Sejumlah pelanggan memilih bengkel servisnya berdasarkan pada letak yang tepat. Letak bengkel servis yang ideal adalah suatu tempat yang dekat rumah atau tempat usaha dan mudah dijangkau oleh angkutan umum.

Bengkel servis yang terletak di pusat pembelanjaan memiliki keuntungan yang jelas berbeda dimana pelanggan bisa berbelanja sementara kendaraannya sedang diservis sekaligus yang lebih dekat dengan mereka.

2. BAGAIMANA MENGAMBIL KEUNTUNGAN DARI POTENSI USAHA PASARMU?

Fakta sederhana adalah bengkel servis independen tidak akan hilang. Untuk memperoleh bagian yang lebih luas dari pasar servis, bahkan untuk menjaga bagian yang sudah dipegang, akan perlu memberikan kepada pelanggan apa yang mereka inginkan.

Pengelola servis yang mengetahui baik fasilitas maupun kapasitas personil ada di posisi terbaik untuk mengetahui pasarnya.

Contohnya, tidak berarti perlu menggandakan jam servis, memotong atau menatap. Keseluruhan operasi servis harus diawasi dengan teliti yang akan sering menampakkan potensi persaingan yang banyak belum digunakan.

2.1. Bagaimana Menganalisa Operasi Dengan Menggunakan Lembar Pemeriksaan Uraian Pesanan Perbaikan Dalam Satu Minggu

Lembaran pemeriksaan dirancang untuk membantu anda menguraikan pasar servis anda dengan menggunakan informasi yang sudah tersedia dari rekaman pemesanan perbaikanmu. Berikut ini beberapa fakta yang bisa kamu himpun dan apa yang bisa mereka katakan kepadamu :

- Jarak Rata-Rata Perjalanan.

Pelanggan laki-laki atau perempuan yang tinggal tidak lebih dari 10 KM dari hak penjualanmu akan merasa paling senang mengambil keuntungan pada jam

servis malam hari. Pelanggan laki-laki akan lebih senang dari pada perempuan untuk melakukan servis malam hari.

- Letak Geografis.

Daftarkan letak geografis dimana para pelangganmu tinggal yang bisa menolongmu untuk merancang kampanye kemajuan servis yang tepat. Untuk menemukan isi potensi servismu, mungkin kamu juga ingin memeriksa letak geografis pelanggan kendaraan yang baru.

- Umur dan Jarak Mil Kendaraan.

Dengan mengetahui umur dan jarak mil kendaraan rata-rata pelangganmu bisa membantumu menentukan perawatan lawan banyaknya perbaikan dua, tiga dan empat tahun model lama adalah harapan terbaik dan harus menjadi tujuan (target) utama.

- Waktu dan Hari Dalam Seminggu

Volume luas bagi pelanggan antara 7.30-8.00 am, menunjukkan kemungkinan kamu akan beruntung dari jadwal resepsionis untuk datang 1 jam lebih awal di pagi hari. Mungkin kamu juga ingin menimbang memperpanjang jam dalam volume harimu yang lebih tinggi.

- Kesanggupan Lawan.

Carilah seberapa tangkas/cepatnya di daerahmu jika kamu tawarkan hal tersebut. Jika kecakapanmu bisa mengatasi volume tambahan, kemungkinan kamu merasa bahwa kamu bisa membangun perubahan penuh sekitar bisnis yang cepat sendiri.

Dari uraian contoh di halaman berikutnya, kamu akan mengetahui pendekatan-pendekatan persaingan pedagang kemungkinan mengambil langkah-langkah :

- Jam malam atau sabtu karena beberapa pelanggan mengemudi kurang dari 10 KM
- Servis kendaraan yang dihormati di wilayah tanah utara
- Servis dini hari tertulis pada hari senin, selasa dan rabu
- Kemajuan tambahan usaha yang cepat

2.2. Bagaimana Menganalisa Persainganmu Dengan Menggunakan Lembaran Pemeriksaan Saingan Usaha Servis

Bagaimana mereka bersaing? Apakah jamnya menarik pelanggan sehingga bisa datang kepadamu?

Bagaimana harganya? Jika kamu tidak bertanding disini, maka perluasan jammu tidak akan membawamu kepada pelanggan. Penelitian pasar dan harga bisa membantumu mengira-ngira strategi sainganmu dan membandingkannya dengan departemen servis milikmu.

3. Mengukur Daya Saing Yang Meningkatkan

3.1. Letak

Setidaknya untuk sekarang, letak sudah tetap,tapi jika perpindahan didahului karena berbagai alasan. Letak mungkin yang harus dipertimbangkan hati-hati bukan hanya dari arah penjualan tapi juga untuk waktu servis yang sebaik-baiknya.

Ingatlah untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan berikut ini:

Jenis pelanggan apakah yang mengejar wilayah pasarmu? Penduduk? Pekerja? Perusahaan Kecil? Bila kamu memperhatikan volume servis pada letakmu, lihatlah gambar pada keseluruhan.

3.2. Harga

Apakah kamu tahu, jika kamu bersaing? jika kamu bersaing, apakah pelanggan servismu mengetahuinya,

Penelitian pasar dan harga bisa membantumu mengetahui kedudukan hargamu dengan menggunakan daftar harga, kamu bisa menawarkan beberapa keuntungan yang sama seperti sainganmu. Contoh:

- Jumlah harga perbaikan, termasuk onderdir dan ongkos buruh
- Harga maksimal yang digaransikan yang menjamin pelanggan bahwa harga yang dia kutip adalah satu-satunya yang akan dia bayar ketika dia datang untuk mengambil kendaraannya.

Ada beberapa cara yang bisa kamu kalahkan para independen melalui permainan harga mereka. Mengapa tidak menyisihkan beberapa malam dalam sebulan untuk menonjolkan “spesial” perbaikan yang lebih murah?

Selama satu minggu kamu bisa menonjolkan “spesial” pada penyetulan minggu berikutnya pengereman dll. Mengatasi banyak pekerjaan ini memungkinkanmu untuk menawarkan harga yang lebih rendah dan servis yang bergantian yang ditawarkan akan memberikan kesempatan kepada semua mekanikmu untuk memperoleh uang tambahan pekerja giliran malam.

3.3. Jam servis

Fakta menunjukkan bahwa jam servis yang tepat menduduki peringkat tinggi daftar pelanggan servis hal-hal yang dia cari dibengkel servis. Para independen memiliki kesempatan dalam hal ini dengan menjaga departemen servisnya membuka dimalam hari dan sepanjang hari sabtu. Pikirkanlah hal ini. Apakah jam departemen servismu dirancang untuk melayani kebutuhan pelanggan servismu? Atau apakah mereka menggunakan jam yang sama sekali digunakan oleh bagian penjualanmu?

Jika ada yang menjalankan bengkel servis independen diwilayahmu, lihatlah jam servisnya dan jumlah pelanggan yang mereka peroleh. Jika pelanggan servismu pergi kepada mereka, mungkin perubahan jadwal bisa membantumu mendapatkan mereka kembali.

Jika letakmu dijangtung kota metropolitan dimana tidak ada potensi pelanggan sekitar jam 5.00 pm. Mengapa tidak jadwal resepsionis servis datang lebih awal pagi hari membiarkan pelanggan meninggalkan kendaraannya untuk diservis dan masih bekerja tepat pada waktunya?

Jam servis bersaing tidak perlu berarti pada jam-jam belakangan dan kamu mungkin mengetahui kalau kamu rugi bisnis yang banyak dari perusahaan diwilayahmu karena kamu bekerja pada jam yang sama yang mereka lakukan.

Jika wilayahmu termasuk sangat industri, kamu bisa mencoba sisi lain dari uang logam dan menawarkan dua shift penuh atau jam siang dan malam untuk melayani konvoi. Pelangganmu menjalankan truknya untuk diservis pada malam hari dan siang untuk berguling dipagi berikutnya.

3.4. Pemandangan Para Pedagang Pasar

Servis konvoi adalah pemandangan para pedagang pasar. Hal ini bisa jadi sangat menguntungkan baik hal volume dolar servis atau penjualan kendaraan baru. Karena pemilik konvoi terutama pemilik kecil dengan satu atau dua truk tidak mau kehilangan hari usahanya.

Seseorang yang bisa datang kepadamu untuk servis malam dan truknya siap bekerja pagi berikutnya akan memikirkan membeli darimu jika saatnya untuk tukar tambah.

Kamu tidak perlu mengandakan tenaga manusia untuk menawarkan servis malam hari kepada konvoi. Meskipun penjadwalan pegawai kedua bisa sangat menguntungkan jika bisnisnya ada. Cara lain yang bisa kamu tawarkan servis malam tanpa penanaman modal yang besar untuk tenaga manusia yaitu dengan konsep jadwal yang diatur bergiliran.

Bagaimana Kerjanya

Dengan menggunakan konsep jadwal yang diatur bergiliran, mekanikmu bisa dibagi kedalam tim yang akan bekerja berjam-jam sehari, sehingga mereka bisa memenuhi tanggung jawab kerja mingguannya dalam empat hari dari pada biasanya lima atau enam. Dengan bergilirnya jam-jam hari dan hari-hari dalam seminggu, sekarang departemen servismu bekerja 40-45 jam bisa tetap buka 50, 60 bahkan sampai 80 jam perminggu itu bisa memberimu 2X servis yang tersedia yang sedang kamu tawarkan sekarang.

Contoh :

Penjual ini menyelidiki kegiatan saingnya dan pola belanja pelanggan dan mencari potensi bisnis servis tambahan, dia memutuskan untuk merubah jam servisnya dari jam 8.00 am sampai jam 5 pm (senin-jum'at) dan jam 8.00 am sampai jam 1 pm (sabtu) menjadi 7 am-8 pm (senin-jum'at) dan 7 am-5pm (sabtu).

Jadwal gilirannya, terdiri dari 3 grup termasuk mekanik, resepsionis pengikutnya (partsmen).

BARANG DAGANGAN SERVIS

Penelitian memenuhi bahwa tugas yang paling penting bagi semua pedagang eceran adalah menyesuaikan diri pelanggannya dengan cara usaha yang dikerjakan. Barang dagangan selalu menjadi kendaraan utama untuk menyelesaikan tugas ini. Kamu harus mengembangkan keinginan kebutuhan dan usaha kepercayaan dengan konsumen untuk membeli jasa servismu. Sainganmu hanya melakukan hal tersebut.

Perangilah api dengan api lawanlah mereka dengan permainannya; inilah barang dagangan.

Reputasi servis yang baik adalah dasar dari keberhasilan hak penjualan mobil baru dan seperti yang kamu ketahui bahwa servis selalu menjadi bagian yang penting dalam Filsafat Pemasaran NISSAN.

Pelanggan akan mengingat kualitas servismu lama setelah bau corak baru dalam mobilnya hilang. Kepuasan mereka bisa berarti keuntungan tambahan bagi hak penjualanmu melalui penyerahan bisnis.

Secara lisan bukanlah satu-satunya bentuk perdagangan yang paling diandalkan, begitu banyak pedagang dan pengelola servis meminta bantuan barang dagangan servis. Yang termasuk kedalam bagian ini adalah macam-macam barang dagangan perkakas. Gunakanlah mereka dari waktu ke waktu untuk membangun dan memajukan kesan servis yang kuat untuk hak penjualanmu.

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 tetap maju 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 lokal yang sudah diperhitungkan
- Periksalah keadaan ekonomi lokal yang sudah diperhitungkan untuk mempelajari tentang kebiasaan pelanggan menghabiskan waktu dipasarmu
- Periksalah perlombaanmu dan strateginya (lihatlah lembar pemeriksaan iklan dan laporan bengkel saingan)

- Evaluasilah kekuatan dan kelemahanmu
- Realitaslah. Janganlah mengharapkan keuntungan yang besar kecuali kamu berniat mengadakan anggaran yang besar
- Carilah ulasan iklan yang mencocokkan wilayah perdagangannya 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 (promosi) penjualan
- Adakah dana untuk setiap kategori pengeluaran :
 - ❖ Media
 - ❖ Promosi servis
 - ❖ Hubungan masyarakat (humas)
 - ❖ Hal tak terduga
- Buatlah prioritas. Sediakan 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 Penjualan

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

Perkiraan yang akurat diperlukan untuk melaksanakan program secara efektif. Hati-hati jangan salah perhitungan rencana.

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

Langkah 7. Adakah pertemuan penyelidikan terhadap rencana

Setelah menguraikan rencana, panggilah bersama-sama orang-orang yang mempunyai perhatian terhadap masalah tersebut untuk mengulas rencana

Langkah 8. Sisipkan bagian dan bahan yang diperlukan

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

3. Lembar Pemeriksaan Iklan

Lembar pemeriksaan iklan dirancang bagi pengelola servis untuk menempatkan saingan diwilayah pasar lokal dan menunjuk media iklan

Tunjuk satu orang setiap minggu dihak penjualanmu untuk membawa edaran koran atau pamflet dari saingan lokal diwilayah pasarmu. Kamu bisa belajar banyak dari saingan ini karena mereka menanam modal uang yang 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 sevisnya. Ini akan memberikan sebuah petunjuk tentang tujuan iklannya dan tetap memberitahumu tentang perubahan barang dagangan.
2. Tentukan minggu bahwa kamu akan mengiklankan
3. Bagian lemburan yang lebih rendah tersebut menyediakan pemeriksaan ganda pada persiapan iklanmu

Catatan :

Jika kamu tak hadir, orang lain akan mengetahui apa yang sudah kamu rencanakan dan bisa menindaklanjuti jadwalmu.

4. Laporan Bengkel Saingan

Laporan bengkel saingan dirancang digunakan oleh pengelola servis setelah dia mengenali saingan lokal di wilayah pasarnya dan media iklannya. Bentuk ini digunakan untuk memeriksa apakah *ya* atau *tidak* departemen servisnya adalah saingan (servis, onderdil dan aksesoris) di wilayah pasar lokal.

Pertama-tama, pilihlah bengkel servis yang biasanya 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 bulan. Pilihlah beberapa servis yang baik, onderdil dan aksesoris untuk disimpan di iklan pertamamu. Buatlah harga yang bersaing, sabar dan tetap teguh dan kamu akan menerima tanggap yang positif.