



# UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

AKUNTANSI STATUS TERAKREDITASI "B" No: 392/SK/BAN-PT/Akred/SI/X/2014  
MANAJEMEN STATUS TERAKREDITASI "B" No: 437/SK/BAN-PT/Akred/SI/XI/2014

Jl. Z.A. Pagar Alam No. 26 Lb. Ratu, Bandar Lampung. Telp. : 701979 – 701463. Fax. 701467

<b>SURAT TUGAS</b>	Nomor Dokumen	FM.SD.FEB.007
	Nomor Revisi	-
	Tgl. Berlaku	Maret 2013
	Nomor Surat	86/ST/FEB-UBL/XI/2016
	Halaman	1

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung dengan ini memberi tugas kepada Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung dibawah ini :

N a m a : Dra. Endang Siswati Prihastuti, M.S.  
Pekerjaan : Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung.

Untuk melaksanakan Pembinaan Tentang Peningkatan Pelayanan Kepada Konsumen/Pelanggan Pada Ayuda Motor (usaha jual beli mobil) acara in akan dilaksanakan pada :

Hari/Tanggal : Sabtu dan Minggu, 3 - 4 Desember 2016  
Tempat : Jl. A.H. Nasution No. 96 Metro.

Demikian surat tugas ini kami sampaikan untuk dilaksanakan, atas kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Bandar Lampung, 26 Nopember 2016

Dekan,  
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS  
  
Dr. Andala Rama Putra Barusman, SE., MA.Ec

## SURAT KETERANGAN

Kami Pengelola Usaha Keluarga yang bergerak dibidang Jual Beli Mobil, dengan ini menerangkan bahwa :

N a m a : Dra. Endang Siswati Prihastuti, M.S.

Pekerjaan : Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung.

Alamat : Universitas Bandar Lampung Jln. Z.A. Pagar Alam No. 26 Bandar Lampung.

Telah melaksanakan tugas Pembinaan kepada Pengelola Usaha Keluarga Jual Beli Mobil pada tanggal 03 s/d 04 Desember 2016 bertempat di Ayuda Motor Jalan. A.H. Nasution No. 96 Metro, Kota Metro.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 04 Desember 2016.  
Pengelola Ayuda Motor,

BUDI RAHAYU

## PENGESAHAN

1. Judul Kegiatan : Pembinaan Tentang Peningkatan Pelayanan Kepada Konsumen /Pelanggan Pada Ayuda Motor (Usaha Jual Beli Mobil).
2. Pelaksana : Dra. Endang Siswati Prihastuti, M.S.  
NIP/NIDN : 19540821 198503 2 001/0021035806.  
Pangkat/Gol : Penata III/c.  
Jabatan Fungsional : Lektor.  
Jurusan/Program Studi : Ekonomi/Manajemen.  
Unit Kerja : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung.
3. Waktu Pelaksanaan : 03 s/d 04 Desember 2016.
4. Bentuk Kegiatan : Pembinaan.

Bandar Lampung, 05 Desember 2016.


Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Bandar Lampung

  
Dr. Andhika Putra Barusman, S.E., M.A.Ec.

Pelaksana,

  
Dra. Endang Siswati Prihastuti, M.S.

Mengetahui,  
Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LPPM) UBL  
Ketua,

  
Ir. Lilis Widojoko, M.T.



**UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG**  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT**  
**( LPPM )**

Jl. Z.A. Pagar Alam No : 26 Labuhan Ratu, Bandar Lampung Telp: 701979

---

SURAT KETERANGAN

Nomor : 183 / S.Ket/LPPM/XII/2016

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat ( LPPM ) Universitas Bandar Lampung dengan ini menerangkan bahwa :

- |                                 |                                      |
|---------------------------------|--------------------------------------|
| 1. N a m a                      | : Dra. Endang Siswati Prihastuti M.S |
| 2. NIDN                         | : 0021035806                         |
| 3. Tempat, tanggal lahir        | : Cimahi, 21 Agustus 1954            |
| 4. Pangkat, golongan ruang, TMT | : Penata, III/C, 01 Oktober 2000     |
| 5. Jabatan                      | : Lektor                             |
| 6. Bidang Ilmu                  | : Ekonomi Manajemen                  |
| 7. Jurusan / Program Studi      | : Manajemen                          |
| 8. Unit Kerja                   | : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UBL.   |

Telah melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan Judul  
:“Pembinaan Tentang Peningkatan Pelayanan Kepada  
Konsumen/Pelanggan” Pada Ayuda Motor (Usaha Jual Beli  
Mobil) di Jalan A.H. Nasution No. 96 Metro, Kota Metro  
tanggal 03 s/d 04 Desember 2016.”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandar Lampung, 21 Desember 2016  
Ketua LPPM-UBL

  
LPPM  
Ir. Ellis Widodojoko, M.T

Tembusan:

1. Bapak Rektor UBL ( sebagai laporan )
2. Yang bersangkutan
3. Arsip

**PENGABDIAN PADA MASYARAKAT**

**PEMBINAAN TENTANG PENINGKATAN PELAYANAN KEPADA  
KONSUMEN/PELANGGAN PADA AYUDA MOTOR (USAHA JUAL BELI MOBIL)**

**OLEH**

**ENDANG SISWATI PRIHASTUTI**



**UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2016**

## **ABSTRAK**

Pembinaan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang pemasaran yaitu peningkatan pelayanan kepada konsumen (pelanggan) bagi pemilik Ayuda Motor (Usaha Jual Beli Mobil). Pentingnya pelayanan yang memuaskan akan menjadikan Ayuda Motor mempunyai citra dan nama baik yang berkelanjutan. Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat pelayanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi konsumen (pelanggan). Pelayanan yang buruk atau pelayanan yang tidak memuaskan akan berakibat kepada beralihnya konsumen (pelanggan) ke perusahaan lain yang dapat memberikan pelayanan lebih baik (memuaskan). Dengan pelayanan yang baik maka akan menciptakan tingkat kepuasan konsumen (pelanggan). Oleh karena itu pelayanan yang baik kepada konsumen (pelanggan) merupakan keutamaan yang harus diperhatikan oleh Ayuda Motor, hal ini berkaitan dengan kelangsungan hidup usaha.

**Kata Kunci : Pelayanan.**

## **MATERI PEMBINAAN PADA AYUDA MOTOR (USAHA JUAL BELI MOBIL).**

Peningkatan Pelayanan Kepada Konsumen/Pelanggan.

Oleh : Endang Siswati Prihastuti.

Pada tanggal : 03 s/d 04 Desember 2016

### **I. PENDAHULUAN.**

Seiring dengan kebutuhan masyarakat akan kendaraan yaitu mobil disamping sebagai sarana alat transportasi baik sebagai angkutan barang/penumpang maupun untuk keperluan angkutan pribadi, pada saat ini berkembang bisnis usaha jual beli mobil. Bisnis usaha jual beli mobil ini sudah sangat menjamur diberbagai tempat.

Tentunya bisnis dibidang ini sangat memerlukan modal besar untuk menyediakan mobil berbagai merk, model, tipe maupun tahun pembuatan yang sangat diminati oleh konsumen. Disamping modal besar juga diperlukan tempat untuk memajang (show room) mobil.

Persaingan diantara bisnis jual beli mobil tersebut tentu akan terjadi dengan cara menyediakan mobil-mobil yang masih bagus dan berkualitas baik. Oleh karena itu bisnis usaha jual beli mobil tersebut semaksimal mungkin harus mampu dapat menarik minat konsumen untuk membelinya. Dengan adanya persaingan tersebut maka pemilik usaha/pelaku usaha harus mengetahui selera konsumen dan berusaha sebaik mungkin dalam melayani konsumen. Selera konsumen sangat berbeda untuk setiap orangnya, disamping itu tergantung juga pada kemampuan dana yang dimiliki oleh konsumen yang akan melakukan pembelian mobil tersebut.

Ayuda Motor merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang jual beli mobil, tukar tambah mobil baru/second, kredit melalui leasing yang berlokasi di Jalan A.H. Nasution No. 96 Kota Metro. Show room mobil menjadi satu dengan rumah

tinggal yang digunakan cukup layak dan strategis dipinggir jalan utama kota Metro yang bisa akses langsung menuju jalan lintas Timur Sumatera ke Palembang atau kearah sebaliknya ke Kota Bandar Lampung. Dengan lokasi sangat strategis berada dipinggir jalan raya yang kondisinya baik dan mulus, sehingga mudah dilihat dan dijangkau oleh konsumen karena letak lokasinya mudah ditemukan.

## **II. KEPUASAN PELANGGAN/KONSUMEN DAN KUALITAS LAYANAN.**

### **1. Kepuasan Pelanggan/Konsumen.**

Menurut Kotler (Sunyoto, 2014), dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan, kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam teori dan aplikasi pemasaran, kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis, dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba di masa yang akan datang, menjadi pemicu upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen (Hasan, 2013). Kepuasan pelanggan/konsumen merupakan keutamaan yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karena hal ini berkaitan dengan masa depan kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu pelanggan/konsumen memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk/barang maupun pelayanan (jasa) yang diberikan perusahaan. Kendati demikian, upaya menciptakan kepuasan pelanggan bukanlah proses yang mudah, karena melibatkan pula komitmen dan dukungan aktif dari para karyawan dan pemilik perusahaan. Oleh sebab itu sebenarnya proses penciptaan kepuasan pelanggan



merupakan sebuah siklus proses yang saling terkait antara kepuasan pemilik, kepuasan karyawan dan kepuasan pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2012). Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan (Kotler & Keller, 2007).

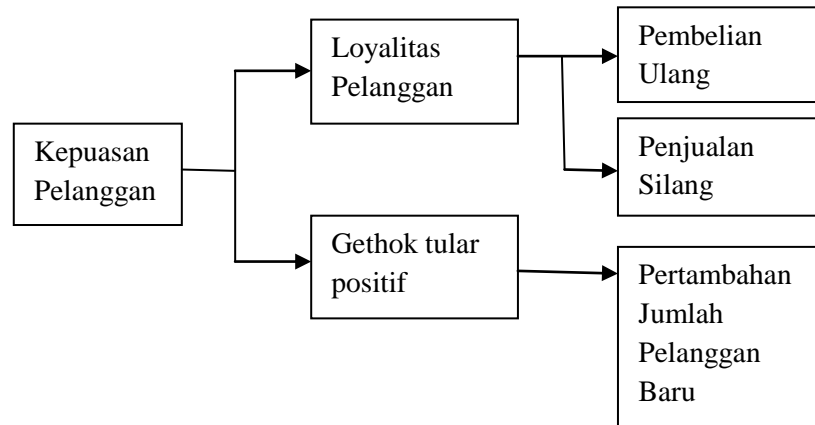
Menurut Kotler (Mamang Sangaji & Sopiah, 2013), Kepuasan konsumen adalah : Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan perbandingan antara kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya (Tjiptono & Diana, 2003) :

1. Hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik dikalangan para pelanggan.
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang (Tjiptono & Chandra, 2012).

Gambar : Manfaat Kepuasan Pelanggan.  
(Tjiptono & Chandra, 2012).



## 2. KUALITAS LAYANAN.

Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2012). Pelayanan yang berkualitas dan terpercaya dari pelaku usaha (bisnis) sekarang menjadi senjata ampuh dalam meraih keuntungan. Setiap konsumen pada hakekatnya menginginkan sebuah pelayanan yang berkualitas, cepat dan baik. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal, dan sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan turun.

Persaingan antar pelaku usaha/perusahaan merupakan hal yang wajar dan akan terjadi didunia bisnis. Bersaing tidak terlepas dari memenuhi kepentingan dan kebutuhan konsumen atau pelanggan yaitu jasa atau pelayanan (service), kualitas (quality) dan kepuasan (satisfaction). Berbagai cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk merebut pangsa pasar yaitu dengan berbagai cara misalnya promosi besar-besaran, memberikan potongan atau discount, memberikan hadiah, pelayanan yang prima kepada konsumen atau pelanggan. Hal yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh perusahaan adalah dengan memberikan pelayanan

yang jauh lebih berkualitas dan unggul dibandingkan para pesaing-pesaingnya, dikarenakan pelayanan merupakan kunci dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen (pelanggan).

Kunci dari ketertarikan konsumen dan kepuasan konsumen adalah pelayanan yang memuaskan dari pemilik usaha dibidang jual beli mobil. Pelayanan pemilik/karyawan yang baik kepada pelanggan mutlak harus diperhatikan, pemilik/sikap dari karyawan dalam melayani konsumen sangatlah penting. Karena hal ini secara tidak langsung merupakan promosi yang disampaikan dari mulut ke mulut (word of mouth) bahwa pelayanannya baik dan menyenangkan. Biarkan konsumen untuk melihat sendiri, mencermati, menilai mobil yang akan dibeli. Karena hal ini akan membuat konsumen merasa puas dan akan melakukan bargaining (tawar menawar) yang selanjutnya akan terjadi transaksi pembelian antara pemilik dan konsumen. Konsumen adalah manusia membutuhkan sentuhan pribadi, sentuhan emosional sehingga orang akan merasa dihargai, dihormati dan dipahami tentang diri mereka.

Bersikap ramah, sopan, jujur, membantu dan sikap positif lainnya sangat mempengaruhi pada saat memberikan pelayanan. Disamping itu pelaku usaha harus membuat dirinya berbeda dari para pesaingnya dan memberikan nilai tambah pada pelayanan yang diberikan.

Dengan banyaknya persaingan jual beli mobil hendaknya pemilik mempunyai persediaan mobil yang ditampilkan (dipajang) lebih bagus dari pada yang dimiliki pesaingnya, hal ini merupakan nilai tambah yang diberikan oleh pelanggan kepada Ayuda Motor.

### **III. RELASI, RESIKO INVESTASI DAN MANAJEMEN KEUANGAN.**

#### **1. RELASI.**

Relasi merupakan hubungan yang dapat menciptakan konsumen lama atau konsumen baru (konsumen potensial) yang akan menjadi pelanggan (pembeli) seperti : saudara dekat (keluarga), tetangga, sahabat, kawan, group pertemanan (komunitas) dan lain sebagainya sebagai penyampaian word of mouth promotion tentang usaha jual beli mobil tersebut.

#### **2. RESIKO INVESTASI.**

Setiap usaha selalu mengandung resiko, tidak terkecuali usaha dibidang jual beli mobil. Risiko yang dihadapi antara lain :

- a. Persaingan antar perusahaan/usaha sejenis (jual beli mobil).
- b. Terjualnya mobil terlalu lama, sehingga investasi mengalami stagnansi (tidak bergerak/macet).
- c. Ketersediaan mobil sangat sedikit (stock yang kurang), sebagai akibat banyaknya mobil yang terjual dan pembelian mobil pesanan untuk persediaan belum tiba, sehingga konsumen sangat terbatas dalam melakukan pemilihan mobil yang akan dibeli.

#### **3. MANAJEMEN KEUANGAN.**

Dengan diperolehnya keuntungan dari hasil usaha jual beli mobil perlu diatur manajemen keuangannya dengan cermat. Penghasilan yang diperoleh dari usaha jual beli mobil tersebut merupakan penghasilan keluarga yang harus dikelola dengan baik dan sebagian harus dipisahkan dengan dana pribadi untuk tambahan modal sebagai investasi pengadaan (pembelian) mobil. Mengelola keuangan dengan benar menjadi salah satu kunci keberhasilan suatu usaha . Melalui manajemen keuangan, kita akan belajar cara

mengambil keputusan berdasarkan prioritas sesuai kondisi masing-masing keluarga. Kita dapat memprioritaskan kebutuhan yang harus diutamakan dengan harapan ada kelebihan uang (sisa) yang dapat dimanfaatkan bagi kebutuhan di masa depan dengan cara berhemat untuk ditabung.

Pentingnya melakukan manajemen keuangan :

1. Uang sebagai pemenuhan kebutuhan sifatnya terbatas.
2. Keterbatasan daya ingat manusia berakibat tidak mengingat kembali untuk apa saja uang yang telah dikeluarkan.
3. Menetapkan skala prioritas kebutuhan hidup.
4. Mencegah pengeluaran uang bagi keperluan yang tidak berguna (pemborosan).
5. Pengendalian pengeluaran keuangan.

#### **IV. SARAN.**

Kepada pemilik Ayuda Motor perlu memperhatikan :

1. Selalu up date data harga baik mobil baru maupun mobil bekas dipasaran, karena hal ini merupakan informasi yang dibutuhkan oleh calon pelanggan (konsumen).
2. Dalam melakukan pengadaan/pembelian mobil bekas yang akan dijual kembali, maka perlu memperhatikan :
  - Kondisi mesin, body dan spesifikasi mobil.
  - Dokumen yang sah (kesesuaian nomer mesin, nomer rangka, nomer pelat polisi).

#### **V. PENUTUP.**

Usaha bisnis jual beli mobil bekas banyak diminati, oleh karena bisnis ini diharapkan dapat memberikan keuntungan. Peluangnya adalah bahwa tidak semua orang bisa

membeli mobil baru, tetapi dengan dana yang tersedia cukup untuk membeli mobil bekas dengan kualitas yang masih baik. Banyaknya usaha jual beli mobil ini tentunya akan menimbulkan persaingan, maka pentingnya pemilik Ayuda Motor untuk lebih meningkatkan pelayanan kepada (konsumen) pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Yogyakarta : CAPS.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : CAPS.
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : ANDI Offset.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks.
- Mamang Sangaji, Etta & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : ANDI Offset.
- Tjiptono, Fandy & Diana, Anastasia. 2003. *Total Quality Management*. Yogyakarta : ANDI Offset.