

Peran Servis Perbaikan dalam Peningkatan Layanan Purna Jual

Michael Albert Christian¹, Daniel Setya Sidharta², Liem Gai Sin³, Santi Widyaningrum⁴

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Universitas Ma Chung
Jalan Villa Puncak Tidar N-01, Malang, Indonesia, 65151

Korespondensi: Michael Albert Christian (111810046@student.machung.ac.id)

Received: 24 Juli 2024 – *Revised:* 31 Agustus 2024 - *Accepted:* 05 Sept 2024 - *Published:* 10 Sept 2024

Abstrak. Latar belakang dilakukannya penelitian ini dikarenakan layanan purna jual memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Permasalahan yang ditemukan pada penelitian ini adalah banyaknya perusahaan yang menghadapi tantangan dalam memastikan bahwa layanan purna jual, khususnya layanan servis perbaikan, dapat memberikan kepuasan maksimal kepada pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi seberapa pentingnya peran servis perbaikan dalam meningkatkan layanan purna jual. Metode penelitian yang digunakan pada jurnal ini adalah metode studi literatur dengan data yang dikumpulkan melalui berbagai kajian berbagai literatur dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik pengaruh servis perbaikan dalam layanan purna jual. Hasil penelitian yang diperoleh adalah servis perbaikan yang berkualitas dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas merek. Beberapa elemen kunci yang mempengaruhi efektivitas layanan purna jual dalam layanan servis perbaikan termasuk garansi, penyediaan suku cadang, pelayanan pemeliharaan berkala, kebersihan fasilitas umum, dan tanggung jawab perusahaan terhadap kerusakan pasca-servis. Kesimpulan bagi obyek penelitian dari tim penulis antara lain bahwa pengelolaan yang efektif dalam layanan purna jual sangat penting untuk mencapai keunggulan kompetitif di pasar. Hasil implementasi yang bisa disarankan kepada perusahaan antara lain memberikan panduan perawatan produk, menyediakan layanan servis datang ke tempat, dan meningkatkan kualitas teknisi dengan mengadakan pelatihan tambahan.

Kata kunci: servis perbaikan, layanan purna jual, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

Citation Format: Christian, M.A., Sidharta, D.S., Sin, L.G., & Widyaningrum, S. (2024). Peran Servis Perbaikan dalam Peningkatan Layanan Purna Jual. *Prosiding SENAM 2024: Seminar Nasional Ekonomi & Bisnis Universitas Ma Chung*. 4, 310-314. Malang: Ma Chung Press.

PENDAHULUAN

Salah satu faktor penentu kepuasan pelanggan dan loyalitas adalah layanan Purna Jual atau disebut *after-sales service*. Berdasarkan definisi yang dikemukakan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009, *After-sales service* atau Layanan Purna Jual adalah kegiatan yang dilakukan untuk memastikan bahwa produk yang telah dijual kepada konsumen tetap berfungsi dengan baik selama periode tertentu setelah pembelian.

Menurut Ernoputri *et al.* (dalam Fauziyah & Tjahjaningsih, 2021), salah satu fungsi utama layanan purna jual bertujuan untuk mempertahankan pelanggan dengan menciptakan hubungan yang lebih baik antara perusahaan dan konsumen karena hal ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan terhadap produk yang telah dibeli oleh pelanggan, bukan hanya sekedar menarik pelanggan baru. Dengan memberikan layanan purna jual yang baik, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian ulang. Di dalam persaingan dunia bisnis, kualitas produk dan *after-sales service* mempunyai peranan penting, dimana kualitas produk dan *after-sales service* menghasilkan kepuasan konsumen semakin meningkat karena percaya dengan kualitas produk dan order bertambah. Oleh karena itu diperlukan arahan strategi kualitas produk dan *after-sales service* yang dapat menunjang perusahaan dalam kegiatan bisnis (Yulianti, 2018). Layanan purna jual yang unggul tidak hanya mencakup perbaikan produk yang rusak, tetapi juga mencakup serangkaian layanan tambahan yang memastikan produk tetap berfungsi optimal sepanjang masa penggunaannya.

Salah satu elemen krusial dalam mewujudkan layanan purna jual yang berkualitas adalah layanan perbaikan yang baik. Untuk melakukan servis yang baik, dibutuhkan keterampilan dari seorang tukang servis yang baik. Jurnal ini akan mengeksplorasi peran penting dari layanan servis perbaikan dalam meningkatkan kualitas layanan purna jual dan cara meningkatkannya. Dengan meninjau berbagai studi kasus dan literatur yang relevan, kita akan melihat bagaimana pedoman ini berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, dan loyalitas merek.

MASALAH

Masalah yang dihadapi oleh banyak perusahaan adalah bagaimana memastikan bahwa layanan purna jual, khususnya servis perbaikan, dapat memberikan kepuasan maksimal kepada pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur. Penelitian ini mengkaji berbagai literatur dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik pengaruh servis perbaikan dalam layanan purna jual. Data dikumpulkan dari jurnal, artikel, dan publikasi ilmiah lainnya yang relevan. Studi literatur dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan

dan menganalisis informasi dari berbagai sumber yang telah ada, sehingga dapat memberikan pemahaman yang komprehensif dan mendalam mengenai topik yang diteliti.

HASIL PEMBAHASAN

Layanan purna jual merupakan bagian penting karena berhubungan dengan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan keunggulan kompetitif perusahaan. Variabel layanan purna jual memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Menurut penelitian yang dilakukan Sekarwati & Suparto (2021), fungsi utama layanan purna jual adalah mempertahankan pelanggan dengan menjalin hubungan antara perusahaan dan pelanggan, karena layanan purna jual adalah tanggung jawab perusahaan terhadap pelanggan atas produk yang dibelinya.

Pelayanan purna jual terdiri dari beberapa unsur, yaitu:

1. Garansi, untuk meyakinkan pelanggan bahwa produk dalam keadaan baik atau bebas dari kerusakan akibat ketidaktelesitan pengerjaan atau penggunaan material yang kurang baik yang berlaku untuk jangka waktu tertentu.
2. Penyediaan Aksesori atau Suku Cadang.
3. Pelayanan Pemeliharaan / Konsultasi Lanjutan (Berkala), jika suatu produk memiliki masa konsumsi yang lama dan memerlukan perawatan teratur agar selalu berfungsi dengan baik.
4. Pelayanan Perbaikan.
5. Fasilitas dan Perlengkapan (Suku Cadang).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sularso (2022) dan Kurniawan (2022), sebagian besar variabel tersebut berasal dari fasilitas layanan perbaikan atau pemeliharaan. Servis perbaikan memiliki peran yang penting. Dari studi kasus yang dilakukan oleh Satyawati & Nellyaningsih (2019), penurunan penjualan AC oleh PT Frigia Airconditioning pada tahun 2018 disebabkan oleh faktor seperti waktu penanganan yang lama dan mahalnnya harga pelayanan reparasi AC. Oleh karena itu, perusahaan dapat menerapkan beberapa metode yang dapat memaksimalkan kepuasan pelanggan dalam layanan servis:

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh Ahrasy *et al.* (2023):

1. Perusahaan melakukan pelatihan berkala kepada karyawan agar lebih profesional dalam menangani pelanggan.
2. Meningkatkan prioritas perbaikan sebagai upaya meningkatkan kualitas pelayanan
3. Memastikan bahwa fasilitas umum tempat servis terjaga kebersihannya

4. Perusahaan bertanggung jawab apabila terjadi kerusakan kurang dari 24 jam setelah servis.

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan (2019):

1. Menyediakan ruang tunggu yang nyaman dengan fasilitas lengkap (tersedia televisi, surat kabar, majalah, *soft drink*, *free hotspot*).
2. Mengalihkan sumber daya yang dinilai kurang penting untuk membuat ruang tunggu menjadi lebih nyaman dan menambah fasilitas yang belum tersedia

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pelayanan servis atau perbaikan yang baik berperan krusial dalam peningkatan layanan purna jual. Kualitas layanan purna jual yang efektif tidak hanya melibatkan perbaikan produk yang rusak tetapi juga mencakup berbagai layanan tambahan yang memastikan produk berfungsi optimal sepanjang masa penggunaannya. Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang fokus pada pelatihan berkala untuk teknisi, peningkatan prioritas perbaikan, kebersihan fasilitas servis, serta tanggung jawab terhadap kerusakan pasca-servis dapat secara signifikan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Implementasi metode seperti penyediaan garansi, penyediaan suku cadang, pelayanan pemeliharaan berkala, dan fasilitas ruang tunggu yang nyaman turut berkontribusi dalam menciptakan layanan purna jual yang unggul. Dengan demikian, strategi peningkatan kualitas servis sangat penting untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan daya saing perusahaan di pasar.

Beberapa saran yang dapat diterapkan oleh perusahaan antara lain memberikan panduan perawatan produk, menyediakan layanan perbaikan secara *mobile*/datang ke rumah, meningkatkan kualitas teknisi dengan mengadakan pelatihan tambahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahrasy, M. A., Handoko, F., & Indriani, S. (2023). Peningkatan kualitas pelayanan dengan metode Service Quality dan Importance Performance Analysis Motor Sidoarjo. *Eprints ITN*. <https://eprints.itn.ac.id/11838/1/Jurnal%20Skripsi.pdf>
- Fauziyah, A. N., & Tjahjaningsih, E. (2021). Membangun kepuasan pelanggan Indihome Telkom Witel Kudus dengan meningkatkan persepsi harga, layanan purna jual, dan promosi. *Proceeding SENDI_U*, 238–246. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendu/article/view/8602>
- Hasibuan, A. M. (2019). Analisis peningkatan kualitas pelayanan bengkel motor dengan

- pendekatan metode Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA). *Universitas Islam Indonesia*.
https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/13902/Alfian%20Maulana%20Hasibuan_11522457.pdf?sequence=1
- Kementerian Perdagangan. (2009). Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 20/M-DAG/PER/5/2009 tentang ketentuan dan tata cara pengawasan barang dan/atau jasa. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/134421/permendag-no-20m-dagper52009-tahun-2009>
- Kurniawan, A. (2022). Pengaruh after sales service terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. *LITERATUS*, 4(1), 301–310. <https://doi.org/10.37010/lit.v4i1.780>
- Satyawati, N. M. D. A., & Nellyaningsih. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan reparasi AC terhadap kepuasan pelanggan di PT Rigia Airconditioning Cabang Soekarno Hatta Bandung Tahun 2019. *E-Proceeding of Applied Science*, 5. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/10167>
- Sularso, B. (2022). Pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan pada CV Rolya Motor di Bandar Lampung. <http://digilib.unila.ac.id/63665/3/1.Skripsi%20tanpa%20pembahasan.pdf>
- Yulianti, A. (2018). Pengaruh kualitas produk dan after sales service terhadap kepuasan dan dampaknya pada loyalitas konsumen PT. Frismed Hoslab Indonesia. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(7), 173-180. Retrieved from <https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/ekobis/article/view/521>.



© 2024 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).