

**PROSEDUR PELAYANAN *CUSTOMER RELATION*
COORDINATOR DALAM MENANGANI KELUHAN
PELANGGAN MELALUI APLIKASI ICARE DI PT ASTRA
INTERNASIONAL TBK-AUTO2000 CABANG RADEN INTAN
TANJUNG KARANG**

(Tugas Akhir)

Oleh

ANNISA DAMAYANTI



**PROGRAM D-III ADMINISTRASI PERKANTORAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
TAHUN 2023**

ABSTRAK

**PROSEDUR PELAYANAN *CUSTOMER RELATION COORDINATOR*
DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN MELALUI APLIKASI
ICARE DI PT ASTRA INTERNASIONAL TBK-AUTO2000 CABANG RADEN
INTAN TANJUNG KARANG**

Oleh

Annisa Damayanti

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prosedur pelayanan *customer relation coordinator* dalam menangani keluhan pelanggan melalui aplikasi ICare di PT Astra Internasional Tbk-auto2000 cabang Raden Intan Tanjung Karang. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil dari penelitian ini ialah pelayanan CRC dalam menangani keluhan pelanggan pada PT Astra Internasional Tbk-Auto2000 Cabang Raden Intan Tanjung Karang telah didukung dengan adanya SOP dan sudah dijalankan dengan baik.

Kata Kunci : Prosedur Pelayanan, *Customer Relation*, Penanganan Keluhan Pelanggan

ABSTRACT

***CUSTOMER RELATION COORDINATOR SERVICE PROCEDURE IN
HANDLING CUSTOMER COMPLAINTS THROUGH THE ICARE
APPLICATION AT PT ASTRA INTERNATIONAL TBK-AUTO2000 RADEN
INTAN TANJUNG KARANG BRANCH***

By

Annisa Damayanti

This study aims to determine customer relations coordinator service procedures in handling customer complaints through the ICare application at PT Astra International Tbk-auto2000 Raden Intan Tanjung Karang branch. This type of research is a descriptive research with a qualitative approach. Data collection techniques using observation techniques, documentation, and literature study. The results of this research are that CRC services in handling customer complaints at PT Astra Internationala Tbk-Auto2000 Raden Intan Tanjung Karang Branch have been supported by SOPs and have been implemented properly.

Keyword: Service procedures, customer relation, handling customer complaints

**PROSEDUR PELAYANAN *CUSTOMER RELATION COORDINATOR*
DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN MELALUI APLIKASI
ICARE DI PT ASTRA INTERNASIONAL TBK-AUTO2000 CABANG RADEN
INTAN TANJUNG KARANG**

Oleh

ANNISA DAMAYANTI

Tugas Akhir

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar

Ahli Madya (A. Md)

Pada

Program Studi Administrasi Perkantoran

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul tugas akhir : Prosedur Pelayanan *Customer Relation* Coordinator
Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Melalui
Aplikasi ICare Di PT Astra Internasional Tbk-
Auto2000 Cabang Raden Intan Tanjung Karang.

Nama mahasiswa : Annisa Damayanti

Nomor pokok mahasiswa : 2006061022

Program studi : D-III Administrasi Perkantoran

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

Mediya Destalia S.A.B., M.AB

NIP. 198512152008122002

2. Ketua Program Studi D-III Administrasi Perkantoran

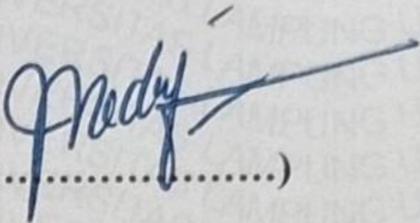
Mediya Destalia S.A.B., M.AB

NIP. 198512152008122002

MENGESAHKAN

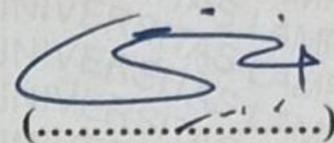
1. Tim Penguji

Ketua : Mediya Destalia, S.A.B., M.AB
NIP. 198512152008122002



(.....)

Penguji Utama : Dr. Jeni Wulandari, S.A.B., M.Si
NIP. 198501152008012002



(.....)

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir : 26 Juni 2023

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Tugas Akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana/Ahli Madya), baik di Universitas Lampung maupun Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian penulis sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Bandar Lampung, 21 Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan



Annisa Damayanti

NPM: 2006061022

RIWAYAT HIDUP



Annisa Damayanti, lahir di Kampung Sumber Katon pada tanggal 15 Agustus 2002. Anak pertama (1) dari pasangan Bapak Musodik dan Ibu Yuana Muryanti, dan memiliki satu saudara laki-laki. Penulis menempuh pendidikan formal yang dimulai dari Taman Kanak-Kanak (TK) Aisyiah dan menyelesaikan pada tahun 2005, kemudian melanjutkan Sekolah Dasar pada tahun 2005, sampai 2012. Selanjutnya menempuh pendidikan di SMPN 1 Seputih Surabaya yang diselesaikan pada tahun 2017. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Seputih Surabaya dengan jurusan IPS yang diselesaikan pada tahun 2020. Kemudian pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswa pada Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan, penulis aktif di dalam organisasi Himpunan Mahasiswa Diploman (HMD) Administrasi Perkantoran sebagai Koordinator bidang Pelayanan Publik pada tahun 2021. Kemudian penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT. Astra Internasional Tbk-Auto2000 di Bandar Lampung, Auto2000 Raden Intan.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas nikmat dan kerunia serta berkah yang sangat luar biasa. Dengan ini saya persembahkan karya tulis ini kepada:

Kedua orangtua tersayang yang selalu mendukung secara lahir dan batin, mendoakan, serta memberikan motivasi penuh untuk keberhasilan penulis.

Terimakasih kepada adik saya yang selalu memberikan semangat serta keceriaan yang begitu tulus.

Terimakasih untuk teman-teman yang selalu mmberikan semangat serta doanya.

Terimakasih Almamater tercinta, Universitas Lampung.

MOTO

“The future is not in the hands of fate, but in ours”

-Jules Jusserand-

Kemenangan terbaik adalah ketika mampu mengalahkan ego bermalas-malasan

-Annisa Damayanti-

SANWACANA

Puji dan syukur kepada Allah SWT karena berkat rahmat, nikmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir (TA) ini tepat waktu.

Laporan Tugas Akhir dengan Judul “PROSEDUR PELAYANAN *CUSTOMER RELATION COORDINATOR* DALAM MENANGANI KELUHAN PELANGGAN MELALUI APLIKASI ICARE DI PT ASTRA INTERNASIONA TBK-AUTO2000 CABANG RADEN INTAN TANJUNG KARANG” ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Diploma III Program Studi Administrasi Perkantoran Universitas Lampung. Selama proses menyusun Tugas Akhir ini penulis tidak lepas dari bantuan serta dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Dedy Hermawan, S.Sos., M.Si selaku Wakil Dekan Akademik dan Kerja Sama.
3. Bapak Dr. Arif Sugiono., S.Sos., M.Si selaku Wakil Dekan Umum dan Keuangan.
4. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.IP., M.A selaku Wakil Dekan Kemahasiswaan dan Alumni.
5. Ibu Mediya Destalia, S.A.B., M.AB selaku Ketua Program Studi Dimploma III Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Ibu Mediya Destalia, S.A.B., M.AB selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis serta dukungan kepada penulis.

7. Ibu Dr. Jeni Wulandari, S.A.B., M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan motivasi selama ujian dan selama penulis melaksanakan kuliahnya di Universitas Lampung.
8. Orang tuaku Bapak Musodik dan Ibu Yuana Muryanti yang terkasih dan tercinta, terima kasih banyak atas dukungan yang selalu diberikan lahir dan batin sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Adik laki-lakiku, Kevin yang menjadi motivasi. Semoga Allah memberikan kita kesehatan dan bisa menggapai keberhasilan serta cita-cita di masa depan.
10. Ibu Lailaria Mukaffie, S.Sos sebagai CRC Auto2000 cabang Raden Intan atas segala arahan, bimbingan, serta pengalaman yang diberikan kepada penulis selama kegiatan magang.
11. Seluruh tim manajemen Auto2000 cabang Raden Intan.
12. Teman-teman satu angkatan Administrasi Perkantoran 2020 yang selalu memberi semangat.
13. Almameter tercinta Universitas Lampung.

DAFTAR ISI

	Halaman
(Tugas Akhir)	i
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
Tugas Akhir	iv
MENYETUJUI	v
MENGESAHKAN	vi
PERNYATAAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
PERSEMBAHAN	ix
MOTO	x
SANWACANA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penulisan	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Teknik Pengumpulan Data	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pelayanan	6
2.1.1 Pengertian Pelayanan	6
2.1.2 Konsep dalam Pelayanan Prima (<i>Excellent Service</i>)	7

2.1.3	Dimensi Pelayanan Prima (<i>Excellent Service</i>).....	8
2.1.4	Tujuan Pelayanan Prima	9
2.2	Customer Relation	10
2.2.1	Pengertian Customer Relation.....	10
2.2.2	Permasalahan yang dialami oleh <i>Frontliner</i>	11
2.3	Prosedur	12
2.1.1	Pengertian Prosedur	12
2.1.2	Prinsip Penyusunan Prosedur.....	13
2.1.3	Prosedur Pembuatan SOP menggunakan <i>Flowchart</i>	15
2.1.4	Tujuan Penyusunan Prosedur.....	19
III.	GAMBARAN UMUM LOKASI	21
3.1	Gambaran Lokasi Penelitian	21
3.1.1	Sejarah Perusahaan.....	21
3.1.2	Logo Perusahaan	22
3.1.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	23
3.1.4	Letak Perusahaan	23
3.1.5	Moto Layanan Perusahaan	23
3.1.6	Struktur Organisasi Perusahaan	25
3.1.7	Tugas dan Deskripsi Pekerjaan	25
IV.	PEMBAHASAN	30
4.1	Prosedur Penanganan Keluhan Pelanggan	30
V.	KESIMPULAN DAN SARAN	40
5.1	Kesimpulan	40
5.2	Saran	40
	DAFTAR PUSTAKA	41
	LAMPIRAN	43

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Simbol Arus (Flow Direction Symbols)	17
Tabel 2. 2 Simbol Proses (Processing Symbols).....	18
Tabel 2. 3 Simbol I/O (Input-Output)	19

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo Perusahaan	22
Gambar 3. 2 Letak Perusahaan.....	23

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang kini semakin pesat memberikan dampak bagi aktivitas dalam dunia pendidikan maupun sektor industri ekonomi salah satunya pada standar pelayanan di Instansi dan Institusi terkait. Manajemen perusahaan memiliki tugas dalam memberikan pelayanan perusahaan supaya mampu menyusun strategi dan mengantisipasi terkait penilaian yang kurang baik dari pelanggan. Hal ini disebabkan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan mempengaruhi nasabah dalam memutuskan pilihannya (Khaerunnisa, 2013).

Pelayanan yang baik yaitu pelayanan yang selalu mengutamakan kualitas didukung dengan adanya hubungan komunikasi yang baik sehingga dapat mempermudah terwujudnya harapan konsumen atas kewajiban yang mereka lakukan. Apabila dalam meningkatkan loyalitas dan integritas terhadap pelanggan dilakukan sesuai secara maksimal dan sesuai dengan harapan perusahaan maupun konsumen, komunikasi yang terjadi pada saat kegiatan tersebut dapat menarik perhatian serta minat masyarakat lebih luas serta dapat menjaga nama baik perusahaan. Adanya teknologi yang menyebabkan masyarakat menempatkan telekomunikasi sebagai salah satu sumber informasi dari berbagai aktivitas keseharian akan memudahkan masyarakat luas dalam melakukan akses terhadap perusahaan beserta informasi yang terkait yang sebagian besar akan membahas bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya dan dapat dilihat seberapa penting hal tersebut untuk keberlangsungan perusahaan (Haryati & Rostiana, 2019).

Dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi tersebut, beberapa perusahaan menerapkan adanya layanan secara digital dengan tujuan supaya mempermudah akses pelanggan serta melihat arah persaingan dalam menarik prospek pelanggan. Sebab pada saat menangani sebuah keluhan pelanggan baik secara langsung maupun melalui sistem, akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan dan berdampak pada *word of mounth* (Prasadh & Arun, 2019).

Begitu juga dengan PT. Astra Internasional Tbk-Auto2000 yang memiliki *Customer Relation Coordinator* (CRC) pada bagian *frontliner* layanan pelanggan yang berperan secara langsung dalam menghadapi pelanggan terutama untuk menangani sebuah keluhan. Keluhan yang terjadi dapat berasal baik dari pelanggan yang datang secara langsung maupun dari sumber lain. Namun, terkait dengan sumber penyampaian keluhan yang terjadi hal yang paling terpenting yaitu bagaimana langkah atau prosedur yang dilakukan oleh *Customer Relation Coordinator* (CRC) dalam menangani keluhan tersebut. Adanya prosedur pelaksanaan kerja pada masing-masing bagian dalam perusahaan tentu dibuat dengan tujuan agar proses kerja dapat terlaksana dengan baik serta sesuai dengan *guide* yang diberikan oleh manajemen pusat. Hal tersebut juga akan mempermudah manajemen cabang dalam memonitoring guna meningkatkan kualitas dan *output* kerja yang lebih baik.

Salah satu cabang PT. Astra Internasional Tbk-Auto2000 di Bandar Lampung, Auto2000 Raden Intan harus memiliki kualitas dan fasilitas yang bagus serta mudah untuk di akses terutama bagi pelanggan yang datang. Sebab akan ada banyak inovasi yang terus di kembangkan untuk masa yang akan datang dengan tidak melupakan nilai kenyamanan, keamanan, serta kemudahan. Sebab dari hasil observasi penulis, pasca pandemi *Covid-19* masyarakat pada nyatanya mulai terbiasa dengan kecanggihan teknologi dalam melakukan aktivitas sehari-hari sehingga baik secara *online* maupun *offline* layanan *customer* harus tetap diperhatikan.

Oleh karena itu pelayanan yang terdapat pada sebuah perusahaan banyak dijadikan sebagai kesan bagaimana kualitas sebuah produk yang dihasilkan. Terdapat banyak cara konsumen dalam mendapatkan pelayanan prima tersebut, baik secara langsung

maupun melalui media tertentu tergantung kemampuan dari keduanya. Begitu dengan PT. Astra Internasional Tbk-Auto2000 Cabang Raden Intan yang sudah memiliki kecanggihan dalam pelayanan kepada pelanggan. Kehadiran teknologi diberbagai sektor bisnis yang dibuat dan dirancang sedemikian rupa sebaiknya digunakan juga dalam peningkatan mutu pelaksanaan tugas yang ada serta menambah produktivitas instansi tersebut, khususnya dalam bidang pelayanan prima. Sebab kenyamanan dan keamanan pelanggan atau pembeli harus bisa terarah dengan baik. Seperti yang telah di terapkan hingga saat ini yaitu sistem ICare yang digunakan pihak manajemen, salah satunya untuk monitoring dalam membantu penyelesaian keluhan yang terjadi pada pelanggan. Keluhan yang terjadi pada umumnya mengenai proses perbaikan dan perawatan yang tidak sesuai standar menurut pelanggan, tetapi pihak manajemen akan memberikan penjelasan terlebih dahulu serta memastikan pelanggan dalam kondisi baik agar eskalasi keluhan tidak semakin serius. Begitu pula dengan keluhan terkait jual beli unit kendaraan pelanggan yang akan dilakukan pemeriksaan terkait kendaraan milik pelanggan hingga masalah yang dikeluhkan tidak lagi terjadi dan dipaatkan pada kondisi layak sebab adanya perbedaan persepsi para pelanggan sering menimbulkan keluhan dari satu sudut pandang saja.

Auto2000 Cabang Raden Intan Lampung sebagai *outlet* yang melayani jual beli dan juga servis unit kendaraan milik pelanggan (*outlet Vehicle Service Part*) memiliki sistem ICare yang salah satu fungsinya yaitu untuk menangani keluhan pelanggan baik secara *online* maupun *offline* untuk mempermudah cabang dalam minitoring. Untuk lebih lanjut menganai bagaimana prosedur pelayanan keluhan melalui aplikasi tersebut maka dari itu penulis melakukan penelitian Tugas Akhir dengan judul "**Prosedur Pelayanan Customer Relation Coordinator Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Melalui Aplikasi ICare Di PT. Astra Internasional Tbk-Auto2000 Cabang Raden Intan Tanjung Karang**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok rumusan masalah penelitian ini adalah "Bagaimana Prosedur Pelayanan *Customer Relation Coordinator* Dalam Menangani Keluhan Pelanggan Melalui Aplikasi ICare di PT. Astra Internasional Tbk-Auto2000 Cabang Raden Intan Tanjung Karang.

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui prosedur dalam menangani keluhan pelanggan melalui aplikasi ICare di PT. Astra Internasional Tbk-Auto2000 cabang Raden Intan Tanjung Karang.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai prosedur pelayanan *customer relation coordinator* dalam menangani keluhan pelanggan melalui aplikasi ICare di PT. Astra Internasional Tbk-Auto2000 cabang Raden Intan Tanjung Karang.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana ilmu yang bermanfaat serta memberikan kontribusi dalam pengambilan teori dalam menangani keluhan pelanggan melalui aplikasi ICare di PT Astra Internasional Tbk-Auto2000 cabang Raden Intan Tanjung Karang.

1.5 Teknik Pengumpulan Data

Penulis dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Penelitian ini menggunakan 3 teknik pengumpulan data diantaranya:

1. Teknik Observasi

Teknik Observasi dilakukan dengan tujuan memperoleh informasi tertentu dengan baik dengan melakukan pengamatan secara langsung pada Auto2000 Cabang Raden Intan Lampung.

2. Teknik Dokumentasi

Teknik Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Hasil dari teknik dokumenasi ini dapat berupa tulisan atau gambar. Teknik ini juga merupakan pendukung serta pelengkap dari data yang telah diperoleh.

3. Teknik Studi Pustaka

Digunakan untuk memperoleh sumber dan pendapat secara tertulis yang dilakukan dengan cara mempelajari literatur yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pelayanan

2.1.1 Pengertian Pelayanan

Pelayanan selalu menunjukkan hubungan linear dengan kepuasan dalam berbagai kondisi. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pelayanan tidak hanya sekedar melakukan apa yang diperlukan sebagai strategi pemasaran tetapi lebih dari itu, pelayanan adalah paket dalam memperjuangkan hak-hak pelanggan sehingga memberikan timbal balik yang sepadan (Slack & Singh, 2019).

Pelayanan prima adalah bentuk kepedulian pada pelanggan dengan memberikan layanan untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan, hal tersebut merupakan bentuk usaha dalam mencapai kepuasan tamu atau pelanggan. Adapun tujuan dari pelayanan prima yaitu memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta fokus layanan kepada pelanggan. Adapun kunci dari keberhasilan tersebut adalah orang, sebab pelayanan dapat menjalin hubungan dengan pelanggan yang merupakan interaksi antara pekerja, perusahaan dengan masyarakat di luar perusahaan (Suminar & Apriliawati, 2017). Pelayanan prima merupakan kegiatan untuk memberikan nilai tambah supaya dapat memenuhi atau melampaui harapan konsumen (Nizar & Soleh, 2017).

Service excellence atau yang biasa disebut dengan pelayanan prima merupakan salah satu hal penting yang perlu diperhatikan perusahaan karena merupakan pelayanan dengan standar kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan menjadikan pelanggan tersebut loyal. Loyalitas pelanggan merupakan aset berharga bagi perusahaan sehingga harus dijaga dengan baik. Oleh sebab itu, *Service*

excellence penting bagi semua karyawan terutama pada *frontliner* yang merupakan ujung tombak sebuah perusahaan karena pihak tersebut yang pertama kali akan berhadapan secara langsung dengan pelanggan. Maka dari itu *frontliner* harus dapat memberikan kesan pertama serta komunikasi yang baik kepada pelanggan (Pitaloka et al., 2021).

2.1.2 Konsep dalam Pelayanan Prima (*Excellent Service*)

Pada awalnya konsep pelayanan prima timbul dari kreativitas para pelaku bisnis kemudian diikuti oleh organisasi nirlaba hingga pemerintah yang berkembang dalam usaha profit maupun non profit berikut ini konsep 6A pelayanan prima menurut Barata dalam (Putri, 2022).

1. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima, yang meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni, melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan *public relation* sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan ke luar organisasi.

2. Sikap (*Attitude*)

Sikap adalah perilaku yang harus dimiliki saat menghadapi pelanggan. Sikap tersebut meliputi tiga aspek, yaitu keyakinan (aspek kognitif), perasaan (aspek afektif), dan kecenderungan perilaku (aspek konatif).

3. Penampilan (*Appearance*)

Penampilan seseorang, baik yang bersifat fisik saja ataupun non fisik, yang mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas dari pihak lain. Penampilan adalah perpaduan antara penampilan fisik dan gaya penampilan seseorang yang akan mewarnai seseorang bersikap.

4. Perhatian (*Attention*)

Perhatian adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pengguna maupun

pemahaman atas saran dan kritiknya. Memberikan perhatian khusus secara penuh kepada pelanggan akan membuat hubungan menjadi semakin baik.

5. Tindakan (*Action*)

Tindakan adalah berbagai kegiatan nyata yang harus dilakukan dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Tindakan adalah perbuatan atau sesuatu yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk menghasilkan sesuatu. Bila dimaksudkan dengan tindakan pelayanan adalah upaya-upaya atau perbuatan nyata yang ditujukan untuk memberikan pelayanan yang wajar atau pelayanan yang baik (*genuine service*), yang tentunya akan dapat dicapai bila di dalam diri pemberi layanan terdapat *sense of service attitude* dengan mengedepankan perhatian yang ditunjang oleh kemampuan melayani (*service ability*) dan tampilan layanan (*service appearance*) yang baik.

6. Tanggung jawab (*Accountability*)

Tanggung jawab adalah suatu sikap keberpihakan kepada pengguna sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian hingga ketidakpuasan pengguna.

2.1.3 Dimensi Pelayanan Prima (*Excellent Service*)

5 dimensi layanan dalam (Widyarto et al., 2018) diantaranya:

1. *Tangible*

Merupakan dimensi yang berhubungan dengan penampilan fisik seperti desain (warna, perabotan, dan tata letak keseluruhan area), sosial (karyawan, pelanggan, dan non-pelanggan), serta tampilan (aroma, suhu, cahaya).

2. *Reliability*

Yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang akurat dan sesuai dengan janji.

3. *Responsiveness*

Adalah kesigapan dalam membantu dan pelayanan yang baik serta cepat.

4. *Assurance*

Kemampuan memberikan informasi, keramahan, kesopanan, dan perhatian serta keamanan dalam melayani pelanggan.

5. *Empathy*

Memahami dan memberikan perhatian yang kepada pelanggan seperti kemudahan akses, informasi mengenai produk, serta fasilitas.

2.1.4 Tujuan Pelayanan Prima

Tujuan positif pelayanan prima tidak hanya untuk pelanggan saja, namun juga bagi pihak internal organisasi dan perusahaan yang melakukannya. Citra lembaga atau perusahaan yang akan dikenal baik dan bagus merupakan keuntungan yang akan di dapatkan pihak internal jika telah memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggannya. Terdapat enam tujuan pelayanan prima yang dirinci oleh Suminar dalam (Kurdi, 2020).

1. Untuk memberikan pelayanan yang bermutu kepada pelanggan.
2. Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang/jasa yang ditawarkan pada saat itu.
3. Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang/jasa yang ditawarkan.
4. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan yang tidak perlu dikemudian hari terhadap produsen.
5. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan.
6. Untuk menjaga supaya pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya.

Tujuan tersebut perlu dipertahankan agar menjadi pedoman bagi pelayanan yang terdapat pada organisasi atau perusahaan dengan dijadikan sebagai nilai-nilai penting yang perlu diperhatikan. Pelayanan terbaik dan memiliki mutu tinggi terlihat sangat jarang dan sulit untuk dipraktikan, namun hal tersebut bukanlah sebuah alasan bagi perusahaan untuk tetap mencapai tujuan dari kinerjanya sebab dengan menetapkan standar tertentu dan melaksanakan proses tersebut sesuai dengan pedoman maka pelayanan bermutu dapat dicapai oleh instansi manapun. Oleh sebab itu kepercayaan pelanggan penting untuk dijaga dan dirawat dengan baik karena ini bernilai mahal. Selain itu supaya citra dan

tanggung jawab tetap berjalan dengan sesuai serta tidak menimbulkan masalah terhadap kegiatan selama bekerja.

2.2 Customer Relation

2.2.1 Pengertian Customer Relation

Customer care berarti memelihara dan mempertahankan pelanggan dan menambah pelanggan baru dengan citra pelayanan pelanggan yang baik. Banyak aspek yang dapat memberikan kepuasan pelanggan, bukan hanya memberikan produk yang terbaik. Tidak hanya memberikan barang-barang yang bermutu, tetapi juga berhubungan yang berlanjut dan berkesinambungan antara penjual dan pelanggan Patricia wellington (2000:27) dalam (A. , R. Azhar, 2011).

Menurut (Rangkuti, 2017) *Customer Care* merupakan proses memberikan layanan yang berkualitas tinggi, baik secara internal maupun eksternal. Hasil dari *customer care* adalah peningkatan kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. *Customer Care* juga berarti "Peduli dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan", artinya pelayanan yang maksimal diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan agar memperoleh respon yang baik, oleh sebab itu *customer care* menjadi kunci kesuksesan perusahaan.

Customer care merupakan divisi yang sengaja dibentuk oleh perusahaan sebagai divisi terdepan dalam melakukan komunikasi interpersonal dengan pelanggan terkait memberikan informasi dari pelanggan ke perusahaan ataupun dari perusahaan ke pelanggan (R. R. Azhar, 2021).

Salah satu kunci keberhasilan perusahaan dalam persaingan untuk tetap bertahan dan berkembang yaitu keberadaan *customer care*. Oleh karena itu tingkat kepercayaan pelanggan akan memberikan kesan terhadap perusahaan sehingga dapat dijadikan faktor peningkatan pelayanan dengan tujuan loyalitas terhadap pelanggan tetap maupun pelanggan potensial.

2.2.2 Permasalahan yang dialami oleh *Frontliner*

Menurut (Pitaloka et al., 2021) *frontliner* merupakan salah satu bagian pertama yang akan menghadapi pelanggan terkait keluhan dimana pelanggan tersebut memiliki ekspektasi bahwa *frontliner* dapat menyelesaikan seluruh masalah yang mereka miliki. Akan tetapi pada praktiknya beberapa hal ini menjadi permasalahan paling umum bagi *frontliner* diantaranya:

1. Menghadapi berbagai karakter pelanggan

Sebagai *frontliner* harus bisa menyelesaikan masalah yang ada dengan sikap yang baik serta dapat mengerti bahwa setiap pelanggan memiliki karakter yang berbeda.

2. Masalah yang sulit dipecahkan

Keluhan pelanggan terkadang terjadi dan mengharuskan pihak lain seperti kepala unit atau cabang. Peristiwa seperti ini tentu membutuhkan estimasi waktu penyelesaian yang cukup lama sedangkan pelanggan berkeinginan masalah tersebut cepat dipecahkan.

3. Harus selalu bersikap ramah

Fronliner wajib mengontrol emosi sebab dalam proses penyelesaian masalah yang terjadi nantinya akan ada sikap pelanggan yang tidak sopan bahkan tidak bersedia untuk mengikuti prosedur yang berlaku namun *frontliner* harus tetap mengontrol emosi agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan.

4. Prosedur yang membatasi

Fronliner yang dituntut untuk mampu mengatasi keluhan pelanggan menimbulkan ekspektasi bahwa *frontliner* mampu menyelesaikan seluruh masalah yang disampaikan. Namun pada praktiknya *frontliner* sudah memiliki prosedur dan wewenang terbatas dimana secara prosedur tidak seluruh masalah nasabah dapat diselesaikan oleh *frontliner* melainkan juga atas kerja sama pihak manajemen cabang. Oleh sebab itu sering kali *frontliner* pada akhirnya menerima keluhan karena keterbatasan tersebut.

2.3 Prosedur

2.1.1 Pengertian Prosedur

Prosedur kerja menggambarkan strategi yang digunakan untuk memastikan bahwa sebuah proses dilaksanakan dengan baik, konsisten, efektif, dan efisien. Standar operasional prosedur merupakan bagian dari peraturan tertulis yang membantu mengontrol perilaku anggota organisasi. Permasalahan atau konflik yang terjadi pada sebuah perusahaan dapat dihindari dengan adanya SOP atau standar operasional prosedur. Sebagian para ahli mengartikan bahwa dalam administrasi perkantoran harus memiliki standar operasional prosedur sebagai pedoman pelaksanaan aktivitas kerja dengan tujuan peningkatan pelayanan. Dengan demikian dapat diartikan bahwa standar operasional prosedur merupakan alat manajemen dalam membuat keseragaman dalam proses bisnis pada sebuah perusahaan tentang pelaksanaan produktivitas kerja karyawannya (R.N, 2017).

(Sailendra, 2015) mengartikan bahwa baik atau tidaknya kegiatan operasional sebuah organisasi atau perusahaan dapat dilihat menggunakan panduan standar operasional prosedur yang terdapat pada perusahaan tersebut. Prosedur kerap dibuat dengan tujuan menyederhanakan suatu pekerjaan agar fokus pada intinya namun tetap terlaksanakan dengan cepat dan tepat. Dengan cara tersebut, monitoring keuntungan dan kerugian dapat dilihat dengan mudah.

Menurut (Budiharjo, 2014) standar operasional prosedur yaitu tahapan suatu proses kerja atau prosedur kerja tertentu yang bersifat tetap, rutin, dan tidak berubah-ubah dan dibakukan menjadi dokumen tertulis kemudian dijadikan standar pelaksanaan kerja tertentu. Dengan penerapan standar operasional, maka setiap unit kerja di sebuah perusahaan dapat ditingkatkan secara signifikan, baik dalam segi waktu, proses kerja, tenaga kerja, maupun biaya operasional.

Standard Operating Procedure (SOP) menurut (Soemohadiwidjojo, 2014) merupakan panduan yang digunakan untuk memastikan kegiatan operasional

organisasi atau perusahaan berjalan dengan lancar. Penggunaan SOP dalam organisasi bertujuan untuk memastikan organisasi beroperasi secara konsisten, efektif, efisien, sistematis, dan terkelola dengan baik, untuk menghasilkan produk yang memiliki mutu konsisten sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Implementasi SOP dalam organisasi dimaksudkan agar organisasi dapat menghadapi tantangan-tantangan sebagai berikut:

1. Tingkat kesulitan kegiatan operasional organisasi semakin tinggi sehingga risiko terjadinya kesalahan atau penyimpangan juga semakin tinggi.
2. Semakin banyak persyaratan dan peraturan perundangan yang harus dipatuhi organisasi.
3. Pelanggan yang semakin kritis dengan tuntutan mutu produk organisasi yang konsisten atau semakin baik

2.1.2 Prinsip Penyusunan Prosedur

Terdapat beberapa prinsip yang perlu diperhatikan dalam penyusunan SOP. Adanya prinsip tersebut sebagai dasar dalam penyusunan standar operasional prosedur. Prinsip penyusunan SOP dapat diartikan sebagai petunjuk atau hal-hal yang membatasi esensi penyusunan standar operasional prosedur. Oleh sebab itu, penting untuk memahami, mengerti, dan menerapkan prinsip-prinsip penyusunan standar operasional prosedur atau SOP. Penjelasan mengenai prinsip penyusunan SOP menurut (R.N, 2017) diuraikann sebagai berikut:

1. Prinsip Efisiensi

Diartikan sebagai usaha untuk mencapai tanpa timbulnya pemborosan yang dapat dilihat dari perbandingan antara *output* dan *input*. Sebuah aktivitas tersebut efisien apabila *output* yang dihasilkan maksimal. Arti dari prinsip ini yaitu menerapkan prosedur yang telah di standarkan dengan ketepatan cara dalam proses pelaksanaan tugas. Efisiensi dapat digunakan sebagai alat ukur dalam membandingkan rencana penggunaan masukan dengan penggunaan yang direalisasikan. Oleh sebab itu dalam penyusunan SOP prinsip ini harus

menjadi pedoman karena bertujuan membuat pekerjaan lebih cepat selesai dan lebih murah.

2. Prinsip Efektivitas

Adalah kemampuan untuk memilih sasaran atau peralatan yang tepat untuk mencapai tujuan sesuai ketetapan. Prinsip efektivitas dalam penyusunan SOP berarti menerapkan prosedur-prosedur keaktifan, daya guna, dan adanya kesesuaian dalam melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju. Pada dasarnya, efektivitas menunjukkan pada tercapainya hasil. Selain itu juga menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya sasaran yang diterapkan.

3. Prinsip Berorientasi Pada Pengguna

Dalam penyusunan SOP, orientasinya adalah pengguna. Prinsip berorientasi pada pengguna dapat diartikan bahwa prosedur yang dikembangkan SOP harus mempertimbangkan kebutuhan pengguna. Dengan demikian, prosedur tersebut akan memberikan kepuasan pengguna. Penyusunan SOP seharusnya mempunyai kecenderungan pandangan atau menitikberatkan pandangan pada pengguna.

4. Prinsip Kejelasan

Prinsip kejelasan dimaksudkan agar prosedur yang akan disusun dapat dengan mudah dipahami pengguna sehingga dalam penerapannya tidak ada keraguan. Dengan demikian, tugas dapat terlaksana dengan baik dan mencapai hasil maksimal sesuai dengan harapan.

5. Prinsip Kemudahan

Dalam penyusunan SOP, prinsip kemudahan dimaksudkan agar SOP dapat dengan mudah digunakan oleh seluruh pegawai, termasuk pegawai baru tanpa mengalami kendala dalam pelaksanaannya. Kemudahan yang mendasari penyusunan SOP dianggap sebagai hal yang penting. Pengguna tidak dilibatkan dalam kerumitan memahami dan menerapkan prosedur tersebut.

6. Prinsip Keselarasan

Dapat diartikan bahwa penyusunan SOP harus mempertimbangkan kesesuaian satu prosedur dengan prosedur lainnya. Prosedur yang distandarkan harus memiliki kecocokan dengan prosedur lain yang terkait. Dengan prinsip keselarasan ini, SOP dapat terlaksana dengan baik dan tidak menimbulkan tumpang tindik dalam pemahaman dan penerapannya.

7. Prinsip Keterukuran

Prinsip keterukuran terdiri atas hasil, waktu, dan proses pencapaian hasil pekerjaan. Pencapaian hasil kerja itulah yang kemudian dapat diukur kuantitas serta kualitasnya. Prinsip ini menjadi sangat penting sebab *output* dari prosedur yang terstandarisasi mengandung kualitas mutu tertentu yang dapat diukur pencapaian keberhasilannya.

8. Prinsip Dinamis

Prinsip dinamis dalam penyusunan SOP dibutuhkan agar prosedur yang ada dapat dengan mudah disesuaikan. Penyesuaian tersebut merupakan penyesuaian prosedur dengan perkembangan kebutuhan peningkatan kualitas pelayanan yang berkembang. Dengan prinsip dinamis prosedur selalu bergerak untuk meningkatkan kualitas pencapaian hasil.

9. Prinsip kepatuhan dan Kepastian Hukum

Dalam penyusunan SOP harus memenuhi ketentuan dan peraturan pemerintah yang berlaku serta memperoleh kepastian hukum sebab ini akan ditaati oleh pegawai tujuannya untuk melindungi pegawai apabila terjadi tuntutan hukum. Dengan demikian, prosedur yang distandarkan semestinya ditetapkan oleh pimpinan sebagai sebuah prosuk hukum yang ditaati dan dilaksanakan.

2.1.3 Prosedur Pembuatan SOP menggunakan *Flowchart*

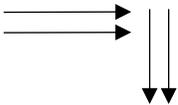
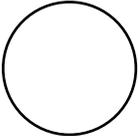
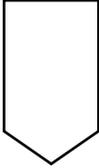
Dalam penyusunan SOP memiliki standar desain *template* dan peraturan penyusunan yang harus diterapkan sehingga terdapat keseragaman isi dan bentuk SOP dalam satu departemen. Format penyusunan SOP yang digunakan

yaitu *flowchart* yang akan digambarkan melalui *template* kemudian menjadi *draft* (Tanujaya, 2017).

Pada dasarnya dalam merancang *flowchart* tidak ada ketentuan mutlak yang harus dipenuhi. Hal tersebut dikarenakan *flowchart* dibuat berdasarkan pemikiran untuk menganalisa suatu permasalahan dalam bisnis. Akan tetapi, *flowchart* dapat dirancang ketika sudah mengetahui simbol-simbol standar yang umum digunakan dalam proses pembuatan *flowchart* itu sendiri (Rosaly & Prasetyo, 2019).

1. Simbol Arus (*Flow Direction Symbols*)

Simbol yang termasuk kedalam kategori ini digunakan sebagai simbol penghubung. Beberapa simbol yang termasuk ke dalam kategori ini yaitu :

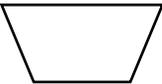
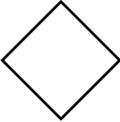
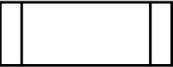
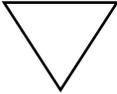
Simbol	Nama	Fungsi
	<i>Flow Direction Symbol/Connecting Line</i>	Berfungsi untuk menghubungkan simbol yang satu dengan yang lainnya, menyatakan arus suatu proses
	<i>Communicatio Link</i>	Berfungsi untuk transmisi data dari satu lokasi ke lokasi lain
	<i>Connector</i>	Digunakan untuk menyatakan sambungan dari proses yang satu ke proses berikutnya di halaman yang sama
	<i>Offline Connector</i>	Digunakan untuk menyatakan sambungan dari proses yang satu ke proses berikutnya di halaman yang berbeda

Tabel 2. 1 Simbol Arus (*Flow Direction Symbols*)

Sumber: (Tanujaya, 2017)

2. Simbol Proses (*Processing Symbols*)

Digunakan untuk menyatakan simbol yang berkaitan dengan serangkaian proses yang dilakukan.

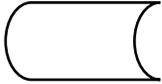
Simbol	Nama	Fungsi
	<i>Processing</i>	Digunakan untuk menunjukkan pengolahan yang akan dilakukan dalam komputer
	<i>Manual Operation</i>	Digunakan untuk menunjukkan pengelolaan yang tidak dilakukan oleh komputer
	<i>Decision</i>	Digunakan untuk memilih proses yang akan dilakukan berdasarkan kondisi tertentu
	<i>Predefined Process</i>	Digunakan untuk mempersiapkan penyimpanan yang sedang/akan digunakan dengan memberikan harga awal
	<i>Terminal</i>	Digunakan untuk memulai atau mengakhiri program
	<i>Offline Storage</i>	Berfungsi untuk menunjukkan bahwa data akan disimpan ke media tertentu
	<i>Manual Input Symbol</i>	Digunakan untuk menginput data secara manual dengan <i>keyboard</i>

Tabel 2. 2 Simbol Proses (*Processing Symbols*)

Sumber: (Tanujaya, 2017)

3. Simbol I/O (*Input-Output*)

Simbol yang termasuk kedalam bagian *input-output* berkaitan dengan masukan dan keluaran. Berikut beberapa simbol yang termasuk, yaitu:

Simbol	Nama	Fungsi
	<i>Input/Output</i>	Digunakan untuk menyatakan input dan output tanpa melihat jenisnya
	<i>Punched Card</i>	Dugunakan untuk menyatakan masukan dan keluaran yang berasal dari <i>card</i>
	<i>Disk Storage</i>	Digunakan untuk menyatakan masukan dan keluaran yang berasal dari <i>disk</i>
	<i>Magnetic Tape</i>	Digunakan untuk menyatakan masukan dan keluaran yang berasal dari pita magnetis
	<i>Document</i>	Digunakan untuk menyatakan masukan dan keluaran yang berasal dari dokumen
	<i>Display</i>	Digunakan untuk menyatakan keluaran melalui layar monitor

Tabel 2. 3 Simbol I/O (*Input-Output*)

Sumber: (Tanujaya, 2017)

2.1.4 Tujuan Penyusunan Prosedur

Pada umumnya, tujuan SOP yaitu menciptakan aturan yang memiliki kepastian yang kemudian diwujudkan dalam bentuk komitmen untuk melaksanakannya.

Sehingga tercipta kinerja yang terstruktur, sistematis, serta baku. Sebab hal tersebut tentu berdampak pada kemajuan organisasi atau perusahaan (P, 2016).

Secara spesifik tujuan SOP yaitu:

1. Agar pegawai dapat menjaga konsistensi dalam menjalankan prosedur kerja.
2. Memudahkan proses pengontrolan pada setiap proses kerja.
3. Mengetahui dengan jelas peran dan fungsi setiap posisi.
4. Memberikan keterangan atau kejelasan tentang alur proses kerja, wewenang dan tanggung jawab dalam bekerja.
5. Memberikan keterangan tentang dokumen-dokumen yang dibutuhkan dalam suatu proses kerja.
6. Melindungi perusahaan dan pegawai dari malpraktik atau kesalahan administrasi lainnya.
7. Menghindari kesalahan, keraguan, duplikasi dan infisiensi.
8. Mengarahkan pegawai untuk disiplin dalam pekerjaannya.
9. Sebagai pedoman dalam mengerjakan pekerjaan rutin.
10. Untuk mengidentifikasi pola kerja secara tertulis, sistematis, dan konsisten agar mudah dipahami oleh seluruh pihak yang terlibat baik internal maupun eksternal.
11. Memudahkan proses pemberian tugas serta tanggung jawab pada setiap unit kerja.

Adapun manfaat SOP dalam perusahaan adalah:

1. Sebagai standarisasi cara yang dilakukan pegawai dalam menyelesaikan pekerjaan dan tugasnya.
2. Meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelaksanaan tugas dan tanggung jawab individual pegawai dalam melaksanakan tugasnya.
3. Mengurangi tingkat kesalahan dan kelalaian yang mungkin dilakukan oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya.

III. GAMBARAN UMUM LOKASI

3.1 Gambaran Lokasi Penelitian

3.1.1 Sejarah Perusahaan

Auto2000 berdiri sejak tahun 1975 dengan nama Astra Motor Sales, dan pada tahun 1989 berubah nama menjadi Auto2000 dengan manajemen yang sudah ditangani sepenuhnya oleh PT. Astra International Tbk. Auto2000 adalah jaringan jasa penjualan, perawatan, perbaikan dan penyediaan suku cadang Toyota yang manajemennya ditangani penuh oleh PT Astra International Tbk. Sebagai *retailer* Toyota terbesar di Indonesia, data menunjukkan Auto2000 menguasai sekitar 42% dari total penjualan Toyota. Sejalan dengan itu, Auto2000 menawarkan konsep layanan baru yakni “Auto2000 Lebih” dengan *tagline* “Urusan Toyota Lebih Mudah”. Hingga saat ini tercatat sebanyak 126 cabang yang tersebar di DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Sumatera, Kalimantan & Bali. Terdapat 135 bengkel termasuk bengkel *GR* dan *BP* di seluruh Indonesia, serta 400 *Toyota Home Service* yang siap melayani servis kendaraan tanpa harus keluar rumah. Prestasi tersebut tentu tidak luput dari upaya Auto2000 yang konsisten dan berkesinambungan dalam memperbaiki kinerja penjualan dan layanan *after sales* pada pelanggan (auto2000.co.id, 2020c).

Beberapa fasilitas yang bisa didapatkan pelanggan saat berada di *dealer* Auto2000 yaitu seperti ruang pameran yang luas (*showroom*), ruang tunggu dan negosiasi yang dilengkapi layanan *food & beverage corner*, ruang VIP, ruang pencatatan servis yang modern dengan mengedepankan penggunaan teknologi terkini sehingga menciptakan layanan yang lebih personal, mudah, dan cepat,

serta *kids corner* yang memastikan anak-anak merasa nyaman ketika orang tuanya sedang melakukan transaksi. Semua fasilitas disajikan sesuai standar spesifikasi *outlet* Toyota dan berlaku sama di seluruh cabang Auto2000 termasuk pada Cabang Raden Intan yang terletak di pusat kota merupakan *outlet VSP (Vehicle Service Part)* yaitu layanan jual beli dan juga servis yang memiliki *image* sebagai cabang *dealer* terbesar yang ada di Bandar Lampung karena juga di dukung oleh lokasi yang strategis (auto2000.co.id, 2020b).

3.1.2 Logo Perusahaan



Gambar 3. 1 Logo Perusahaan

Sumber : <https://auto2000.co.id/>

Logo perusahaan mencerminkan identitas bagi perusahaan tersebut, sehingga bisa digunakan sebagai pembeda dengan perusahaan yang lainnya. Arti dari logo Auto2000 itu sendiri sudah terlihat secara jelas pada *tagline* "Urusan Toyota Jadi Mudah" mengartikan bahwa Auto2000 ingin memudahkan para pelanggannya dalam urusan mobil toyota mulai dari pembelian sampai perawatan hingga perbaikan. Warna dan bentuk logo dirancanag hanya untuk identitas perusahaan supaya pelanggan lebih mengenal ciri khas salah satu *dealer* toyota resmi di Indonesia yaitu Auto2000.

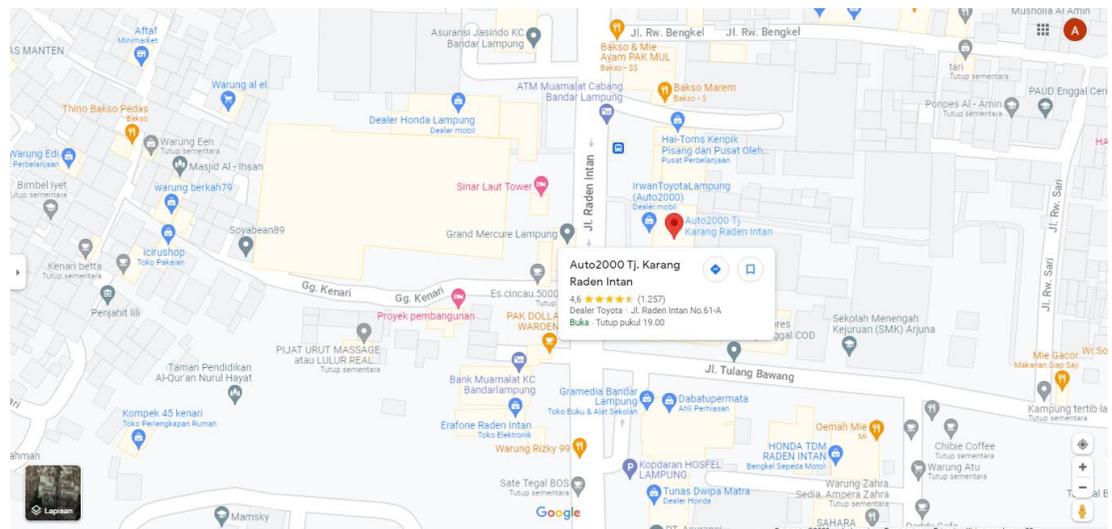
3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi Auto2000 yaitu "Menjadi *Dealer* toyota terbaik dan terandal di indonesia melalui proses kelas dunia".

Misi dari visi tersebut yaitu:

1. Memberikan pengalaman kepemilikan terbaik kepada Pelanggan.
2. Mencapai dan mempertahankan posisi 1 *Market Share* di semua segmen dan area.
3. Menyediakan tempat terbaik untuk bekerja.
4. Menciptakan pertumbuhan yang berkelanjutan.

3.1.4 Letak Perusahaan



Gambar 3. 2 Letak Perusahaan

Sumber: Google Maps

3.1.5 Moto Layanan Perusahaan

Auto2000 memiliki budaya kerja yang sangat solid dan sangat berpengaruh untuk kemajuan perusahaan, busaya *T-FIRST (Technical Field Information and Repair Support System)* atau layanan yang melebihi harapan pelanggan yang diterapkan oleh Auto2000 memiliki maksud dan tujuan:

1. *Focus On Customer*

Memberikan pelayanan tulus yang berkesan dan sikap proaktif terhadap kebutuhan pelanggan sehingga dapat melampaui harapan pelanggan dengan mengutamakan kemudahan, keakraban dan kehandalan (*ease, personal, reliable*).

2. *Integrity*

Bekerja dengan jujur dan adil selaras antara kata dan perbuatan serta kemampuan menjaga komitmen dalam kedisiplinan dan ketaatan terhadap ketentuan perusahaan.

3. *Respect For Other*

Senantiasa menghargai dan menghormati individu baik atasan, bawahan, rekan kerja, secara objektif tanpa diskriminasi dan mampu menunjukkan sikap empati serta berusaha membantu mengatasi masalah yang dialami orang lain.

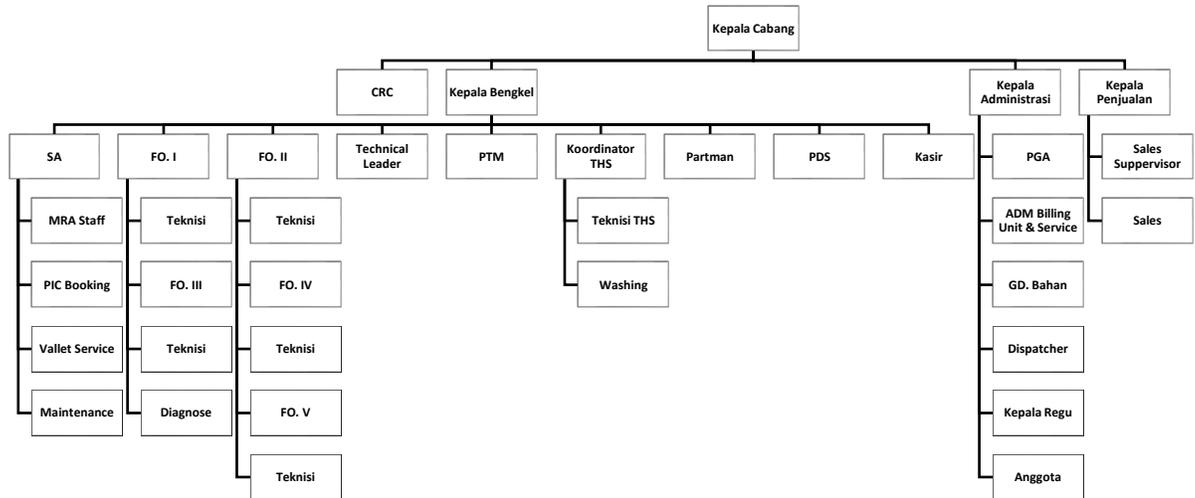
4. *Stive For Excellent*

Memiliki semangat untuk melakukan yang terbaik, menetapkan target yang tinggi serta melakukan *kaizen* dan inovasi yang berkelanjutan agar senantiasa siap menghadapi perubahan.

5. *Teamwork*

Bersedia bekerjasama serta saling melengkapi antar individu hingga tercipta suasana kerja yang nyaman dan kompak.

3.1.6 Struktur Organisasi Perusahaan



Bagan 3. 1 Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber : PT. Astra Internasional Tbk-Auto2000 Raden Intan

3.1.7 Tugas dan Deskripsi Pekerjaan

Berdasarkan struktur organisasi diatas, tugas dari masing-masin bagian yaitu:

1. Kepala cabang (*Branch Manager*)

Kegiatan pengelolaan cabang baik dalam bidang penjualan, bengkel, dan administrasi merupakan tugas dari kepala cabang. Selain itu tugas kepala cabang juga mengoptimalkan sumber daya yang terdapat pada perusahaan untuk pencapaian target, meningkatkan produktivitas cabang dalam upaya menjaga kepuasan pelanggan serta membuat kebijakan dan perencanaan yang strategis dengan *guideline* dari pusat.

2. CRC (*Customer Relation Coordinator*)

Kordinator layanan pelanggan memiliki tugas dalam menangani keluhan pelanggan. Setelah keluhan pelanggan diterima akan di tampung serta akan memberikan solusi dari masalah tersebut dengan berkordinasi dengan

departemen terkait. Selain itu, CRC juga mengedukasi karyawan apabila terdapat sistem kerja baru pada perusahaan.

3. Departemen Penjualan

Departemen ini dipimpin oleh seorang kepala penjualan yang yang di bantu dengan *supervisor* serta wiraniaga yang memiliki tugas sebagai berikut.

A. Tugas kepala penjualan:

- a) Meningkatkan jumlah unit kendaraan yang dijual.
- b) Membina hubungan baik dengan perusahaan pengangkutan.
- c) Menganalisa pasar.
- d) Membuat ramalan penjualan.
- e) Merencanakan kegiatan promosi produk perusahaan melalui media cetak.

B. Tugas *supervisor*:

- a) Meningkatkan jumlah unit kendaraan yang dijual.
- b) Membina hubungan baik dengan perusahaan pengangkutan.
- c) Menganalisa pasar.
- d) Memberikan arahan dan motivasi para wiraniaga.

C. Tugas wiraniaga (*Salesperson*):

- a) Membina hubungan yang baik dengan pelanggan.
- b) Menjual kendaraan kepada pelanggan dengan target diluar lingkungan kantor PT. Astra Internasional Tbk-Auto2000 Cabang Raden Intan Tanjung Karang.
- c) Memberi pelayanan terbaik kepada pelanggan.

D. Tugas wiraniaga (*Counter Sales*):

- a) Membina hubungan yang baik dengan pelanggan.
- b) Menjual kendaraan kepada pelanggan dengan target didalam/diluar lingkungan kantor PT. Astra Internasional Tbk-Auto2000 Cabang Raden Intan Tanjung Karang.
- c) Memberi pelayanan terbaik bagi pelanggan.

4. Departemen Administrasi

Dalam departemen ini dipimpin oleh seorang kepala administrasi bertanggung jawab kepada kepala cabang yang dalam pelaksanaan tugasnya dibantu dengan admin penjualan, admin STNK/BPKB, admin gudang unit, admin servis, serta admin *part* dan kasir. Tugas kepala administrasi yaitu:

- a. Mengatur dan mengawasi pelaksanaan kegiatan administrasi.
- b. Mengatur administrasi stok barang dan gudang.
- c. Mengatur masalah keuangan dan pembayaran gaji karyawan.
- d. Merencanakan dana promosi.
- e. Mengadakan peralatan kantor.
- f. Mengadakan pemeliharaan gedung dan aktivitas lainnya.
- g. Menilai prestasi kerja karyawan.
 - 1) Tugas dan wewenang PGA
 - Bertanggung jawab atas seluruh hal yang berhubungan dengan personalia seperti mutasi karyawan, cuti, penerimaan karyawan dan lain-lain.
 - Bertanggung jawab atas seluruh kebutuhan operasional.
 - 2) Tugas dan wewenang administrasi unit
 - Menginput surat pesanan kendaraan
 - Membuka *delivery order*
 - Membuat laporan penjualan
 - Menangani kelanjutan stnk, bpkb, dan plat mobil pelanggan
 - Mengurus penagihan ke *leasing*
 - Menerbitkan faktur kendaraan dan BSTB (bukti serah terima kendaraan baru)
 - 3) Tugas dan wewenang administrasi Gudang bahan
 - Memberikan material dan kebutuhan lainnya kepada mekanik sesuai dengan PKB (perintah kerja bengkel)

- Menerima kiriman bahan, material dan lain-lain dari *supplier* dan menyimpannya di gudang
- Mencatat keluar masuknya bahan
- Membuat permintaan pembelian bahan yang dibutuhkan bengkel.

5. Departemen Bengkel

PT. Astra Internasional Tbk-Auto2000 Cabang Raden Intan Tanjung Karang merupakan *outlet VSP (Vehicle Service Part)* yang terdapat layanan jual beli dan juga servis yang berarti tidak hanya melayani jual beli saja, melainkan juga jasa perbaikan dan servis berkala. Departemen bengkel dipimpin oleh seorang Kepala bengkel, yang dalam menjalankan tugasnya bertanggung jawab kepada kepala cabang. Dalam pelaksanaan tugasnya, kepala bengkel dibantu dengan *foreman*, mekanik, *service advisor*, kordinator *THS (Toyota Home Service)*, *washing*, *valet service*, *service plus*, serta partman. Adapun tugas dari kepala bengkel yaitu: mengatur kebijakan perusahaan di bidang servis, meningkatkan mutu servis, mengatur dan mengawasi seluruh kegiatan servis secara umum, serta merencanakan pengadaan suku cadang.

A. Tugas dan wewenang SA (*service advisor*)

- a) Melayani kebutuhan service pelanggan
- b) Menganalisa kerusakan kendaraan
- c) Menerangkan informasi pekerjaan yang telah dilakukan saat penyerahan kendaraan
- d) Menyiapkan perintah kerja bengkel dan hasil diagnosa serta estimasi waktu dan biaya
- e) Memonitor aktivitas perbaikan
- f) Menindak lanjuti kegiatan setelah perbaikan
- g) Melakukan *final check*

B. Tugas dan wewenang kasir

- a) Membuat laporan kas/bank harian

- b) Melakukan kas opname
 - c) Melakukan register giro/cek dan kuitansi
 - d) Menerima uang atau pembayaran dengan bukti yang sah
 - e) Menyetor cek/bilyet giro/tunai ke bank
 - f) Melakukan *tracking system* uang muka dan pelunasan
- C. Tugas dan wewenang *foreman*
- a) Melakukan pembagian dan *order* pekerjaan mekanik
 - b) Membantu *service advisor* melakukan diagnosa awal, melakukan control pekerjaan mekanik dan penggantian *spare part*
 - c) Melakukan test jalan dan *final check*
- D. Tugas dan wewenang PDS (*pre delivery service*)
- a) Membantu salesman mengenai informasi persediaan barang
 - b) Memeriksa dan memasang kelengkapan/aksesoris kendaraan
 - c) Mengantarkan kendaraan yang telah siap *delivery* ke *stall* penerimaan barang
 - d) Bertanggung jawab atas stok kendaraan
- E. Tugas dan wewenang *booking service*
- a) Menginformasikan dan encatat *booking service customer*
 - b) Mengingatkan pelanggan untuk servis berkala
- F. Tugas dan wewenang *washing & valet*
- a) Bertanggung jawab atas kebersihan, baik kendaraan servis maupun kendaraan baru
 - b) Mengatur dan memindahkan kendaraan yang akan di servis

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa prosedur pelayanan CRC dalam menangani keluhan pelanggan pada PT Astra Internasional Tbk-Auto2000 Cabang Raden Intan Tanjung Karang telah didukung dengan adanya SOP dan sudah dijalankan dengan baik. Terdapat dua macam keluhan yaitu secara langsung dan tidak langsung. Keluhan secara langsung apabila pelanggan datang ke *dealer (walk in)* akan dilayani pada bagian layanan pelanggan oleh CRC. Apabila secara tidak langsung, manajemen memiliki sistem ICare yang dalam pelaksanaannya melalui beberapa langkah mulai dari identifikasi hingga langkah terakhir yaitu *follow up* untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan pelanggan serta sudah dijalankan sesuai dengan prosedur yang ada.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian diatas, berikut ini beberapa saran dari penulis yang dapat diajukan yaitu:

1. Bagi Auto2000 ICare dapat digunakan sebagai alat untuk mengambil kebijakan dengan mengevaluasi kinerja yang telah dilakukan sebelumnya dengan mempertimbangkan saran dari pelanggan yang bertujuan untuk memperbaiki pelayanan sebelumnya agar keluhan dapat diminimalisir.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti tentang evaluasi prosedur pelayanan *customer relation coordinator* agar sesuai dengan SOP perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhar, A. , R. (2011). Pengaruh Customer Care Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Ramayana Supermarket CabangPalembang. *Jurnal Media Wihana Ekonomika*, 8.
- Azhar, R. R. (2021). *Komunikasi Interpersonal Customer Care Dalam Menangani Keluhan Pelanggan di PT. Artha Telekomindo*.
- Budiharjdo, M. (2014). *Panduan Praktis Menyusun SOP* (Andriansah, Ed.). Raih Asa Sukses.
- Haryati, R., & Rostiana, R. (2019). Peran Customer Service Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Kepada Pelanggan. *Journal of BusinessAdministration*, 1–8.
- Kaihatu, T. S., Daengs, A., & Indrianto, A. T. L. (2015). *Manajemen Komplain* (E. Risanto, Ed.). CV. Andi Offset.
- Khaerunnisa, H. (2013). Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Studia Akuntansi Dan Bisnis*, 1, 47–60.
- Kurdi, M. (2020). Menggagas Pelayanan Prima di Masa Pandemic Covid 19. *Jurnal Lingkar Widyaiswara*, 4–9.
- Nizar, M., & Soleh, B. (2017). Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellent) Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8.
- P, A. (2016). *Langkah-Langkah Efektif Menyusun SOP* (D. Ambarwaty, Ed.). Huta Publisher.
- Pitaloka, I. D., Hendriyani, C., & Ruslan, B. (2021). Excellent Services by Frontliner Best Corporate Banking. *Jurnal Industri Dan Perkotaan*, 17, 14–23.
- Prasadh, R. R., & Arun, D. C. J. (2019). Mediating Effects Of Customer Satisfaction In The Relationship Between Service Quality And Customer Loyalty In E-Banking Services. *Indian Journal of Economics & Business*, 18, 487–504.
- Putri, F. S. (2022). Implementasi Pelayanan Prima Dengan Konsep A6 Pada Pemasaran Security Summit 2018. *Jurnal Bisnis Event*.
- Rangkuti, F. (2017). *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja* (Mahardika, Ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- R.N, R. (2017). *Step by Step Lancar Membuat SOP (Standar Operasional Prosedur)* (A. Mahardika & T. N.F, Eds.). Huta Publisher.

- Rosaly, R., & Prasetyo, A. (2019). *Pengertian Flowchart Beserta Fungsi dan Simbol-simbol Flowchart yang Paling Umum Digunakan*.
- Slack, Neale. J., & Singh, G. (2019). The effect of service quality on customer satisfaction and loyalty and the mediating role of customer satisfaction. *The TQM Journal*, 543–558.
- Soemohadiwidjojo, A. T. (2014). *Mudah Menyusun SOP* (Andriansyah, Ed.). Penebar Swadaya Grup.
- Suminar, R., & Apriliawati, M. (2017). Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Di Sempoa SIP TC Paramount Summarecon. *Jurnal Sekretari*, 4, 1–25.
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffeain. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2.
- Widyarto, W. O., Djamal, N., & Adhim, F. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Publik dengan Metode Fuzzy-Service Quality (F-Servqual) dan Index Potential Gain Customer Value (IPGCV). *Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri*, 2, 101–110.