

**PENTINGNYA KERJASAMA DENGAN KOMUNITAS
MOTOR UNTUK MENINGKATKAN PELANGGAN
SERVICE MOTOR PADA PT. DAYA ADICIPTA
WISESA**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Lulusan
Pada Program Studi Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Manado*



Oleh:
JAMAL LORENZA TAENGETAN
NIM: 21051021

**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI D-III ADMINISTRASI BISNIS
2024**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK	ii
MOTTO	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	vi
LEMBAR KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	vii
BIOGRAFI	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Tujuan	6
1.5.2 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Kerjasama	7
2.1.2 Komunitas.....	11
2.1.3 Pelanggan.....	13
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	14
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	17
3.1 Gambaran Umum Perusahaan	17
3.1.1 Sejarah Perusahaan	17
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	19

3.1.3 Bidang Usaha	19
3.1.4 Sumber Daya Perusahaan	21
3.1.5 Organisasi Perusahaan	22
3.2 Hasil Penelitian (Hubungan PT Daya Adicipta Wisesa Dengan Stakeholder).....	23
3.3 Pembahasan	24
3.3.1. Implementasi Konsep Kerja Sama Untuk Meningkatkan Pelanggan Service Motor.	24
3.3.2. Konsep <i>Memorandum of Understanding</i> (MoU) PT. Daya Adicipta Wisesa Dengan Komunitas Motor	26
BAB IV PENUTUP	30
4.1 Kesimpulan.....	30
4.2 Saran.....	30
DAFTAR PUSTAKA	32



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi harus dibarengi dengan peran Sumber Daya Manusia (SDM) dalam organisasi perusahaan dan harus di optimalkan agar tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik. Salah satu tujuan perusahaan adalah peningkatan pelayanan terhadap customer atau pelanggan. Hubungan antara perusahaan dan pelanggan merupakan elemen kunci dalam kesuksesan bisnis, terutama dalam industri otomotif. Hubungan yang kuat dan positif dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang berkelanjutan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi reputasi perusahaan dan keberhasilannya di pasar. Dalam konteks servis motor, interaksi langsung dengan pelanggan sering kali mencerminkan kualitas layanan yang diberikan. Perusahaan yang mampu membangun komunikasi yang baik, mendengarkan kebutuhan dan umpan balik pelanggan, serta menawarkan solusi yang memuaskan cenderung memperoleh tingkat kepuasan yang tinggi.

Industri otomotif merupakan industri yang merancang, mengembangkan, memasarkan dan menjual kendaraan bermotor. Perkembangan industri otomotif saat ini cukup pesat dilihat dengan banyaknya variasi kendaraan bermotor yang digunakan masyarakat. Hal ini juga menunjukkan bahwa industri otomotif mengalami persaingan yang ketat sehingga perlu adanya upaya dari perusahaan

yang bergerak dalam bidang otomotif untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap customer.

Demikian halnya dengan PT Daya Adicipta Wisesa yang bergerak dalam industri otomotif, harus berupaya untuk meningkatkan hubungan kerja sama dengan stakeholdernya, dikarenakan stakeholder mencakup berbagai pihak yang memiliki kepentingan terhadap aktivitas dan hasil perusahaan, termasuk pelanggan, pemasok, karyawan, investor, dan komunitas lokal. Kerja sama yang baik dengan stakeholder dapat memperkuat posisi perusahaan di pasar dan meningkatkan kinerja keseluruhan. Dalam konteks industri servis motor, stakeholder seperti komunitas motor dan penyedia suku cadang berperan penting dalam mendukung operasional perusahaan. Kemitraan yang solid dengan komunitas motor, misalnya, tidak hanya mendatangkan pelanggan baru tetapi juga membangun citra positif dan memperluas jaringan promosi. Sementara itu, hubungan yang baik dengan pemasok dan karyawan memastikan kelancaran proses operasional dan pelayanan yang konsisten. Dengan memahami dan memenuhi ekspektasi serta kebutuhan stakeholder, perusahaan dapat menciptakan sinergi yang mendukung pertumbuhan bisnis dan meningkatkan daya saing di pasar

Peningkatan kualitas sumber daya manusia di era modern, industri layanan motor menghadapi berbagai tantangan, termasuk persaingan yang ketat dan perubahan perilaku konsumen. Untuk tetap relevan dan berkembang, bisnis layanan motor perlu mencari cara-cara inovatif untuk meningkatkan pelanggan dan memperluas pangsa pasar. Salah satu cara dalam hal ini untuk meningkatkan

pelanggan yaitu bekerjasama dengan organisasi. Organisasi yang dimaksud dalam hal ini ialah komunitas motor.

Komunitas Motor tertua pertama di Indonesia ialah *Black Angels Motorcycle Club* (BAMC), yang berdiri sejak tahun 1979. Seiring berjalannya waktu, komunitas motor di Indonesia semakin berkembang. Diseluruh daerah Indonesia terdapat berbagai macam komunitas motor mulai dari motor Sport, Touring, Matic, Trail dan lain sebagainya. Komunitas motor mempunyai peranan yang sangat penting bagi kelancaran dan keberhasilan peningkatan pelanggan dan memperluas pangsa pasar.

Dengan adanya komunitas motor, sehingga ada peluang bagi setiap perusahaan service motor, atau jasa service motor dalam meningkatkan pelanggan, sebab komunitas motor (ketua komunitas) bisa menyalurkan informasi bagi setiap anggotanya atau kerabatnya mengenai perusahaan service motor ini, sehingga terjalinnya kepercayaan dan penyaluran informasi yang baik.

Berdasarkan observasi dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan mengalami penurunan jumlah pelanggan service motor yang signifikan. Salah satu faktor yang penyebab adalah kerja sama yang kurang efektif dengan komunitas motor. Meskipun komunitas motor memiliki potensi besar untuk mendukung promosi dan meningkatkan kesadaran tentang layanan perusahaan, namun hubungan yang tidak terkelola dengan baik mengakibatkan ketidakefektifan dalam menarik minat dan mempertahankan pelanggan. Penurunan pelanggan ini mencerminkan perlunya evaluasi dan perbaikan dalam strategi kerja sama dengan

komunitas motor. Jika tidak ditangani dengan serius, penurunan ini dapat berdampak lebih lanjut pada pendapatan dan stabilitas perusahaan.

Permasalahan yang dihadapi perusahaan juga adalah kurangnya informasi yang tersedia tentang layanan service motor yang ditawarkan. Informasi yang tidak memadai mengenai jenis layanan, keunggulan, dan manfaat yang dapat diperoleh pelanggan berpotensi mengurangi minat dan kepercayaan pelanggan untuk menggunakan layanan tersebut. Tanpa komunikasi yang efektif dan informasi yang jelas, pelanggan mungkin tidak sepenuhnya menyadari kualitas dan cakupan layanan yang tersedia, yang pada gilirannya dapat berdampak pada keputusan mereka untuk memilih perusahaan sebagai penyedia layanan. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan upaya untuk meningkatkan komunikasi dan penyampaian informasi kepada pelanggan potensial, termasuk melalui kerja sama yang lebih produktif dengan komunitas motor.

Kepercayaan pelanggan adalah faktor krusial dalam menentukan keberhasilan layanan service motor. Saat ini, perusahaan menghadapi tantangan dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan pelanggan. Banyak pengguna kendaraan bermotor merasa skeptis terhadap layanan yang diberikan, mungkin karena pengalaman buruk sebelumnya atau kurangnya transparansi mengenai proses service. Kurangnya kepercayaan ini sering kali berakar dari ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas layanan, harga, atau pengalaman sebelumnya yang tidak memuaskan. Untuk mengatasi isu ini, perusahaan perlu fokus pada peningkatan kualitas layanan, transparansi, dan pengembangan hubungan yang kuat dengan pelanggan, salah satunya melalui kerjasama yang lebih

efektif dengan komunitas motor yang dapat membantu membangun reputasi dan kredibilitas perusahaan di mata masyarakat.

Kerjasama perusahaan dengan komunitas motor belum berjalan dengan baik. Hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi atau perjanjian dalam kerjasama tersebut sehingga salah satu pihak merasa dirugikan. Berdasarkan uraian diatas menginspirasi penulis untuk membuat karya tulis ilmiah dengan judul Pentingnya Kerjasama Dengan Komunitas Motor Untuk Meningkatkan Pelanggan Service Motor Pada PT. Daya Adicipta Wisesa.

1.2 Identifikasi Masalah

- 1) Kerja sama dengan komunitas motor tidak berjalan dengan baik mengakibatkan terjadinya penurunan pelanggan dalam 1 tahun terakhir
- 2) Kurangnya informasi tentang service motor
- 3) Kurangnya kepercayaan pelanggan pengguna kendaraan bermotor terhadap service motor PT Daya Adicipta Wisesa.

1.3 Pembatasan Masalah

Adapun pembatasan pada masalah yang penulis ambil pada PT. Daya Adicipta Wisesa yaitu hanya pada core bisnis H2 (pemeliharaan) pada bagian departement *technical service*.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana hubungan kerja sama yang sudah terjalin antara PT Daya Adicipta Wisesa dengan komunitas motor
2. Bagaimana implementasi konsep kerja sama dengan komunitas motor untuk

meningkatkan pelanggan service motor

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan

1. Untuk mengetahui hubungan kerja sama PT Daya Adicipta Wisesa dengan komunitas motor yang sudah terjalin.
2. Untuk mendeskripsikan implementasi konsep kerja sama PT Daya Adicipta Wisesa dengan komunitas motor untuk meningkatkan pelanggan service motor

1.5.2 Manfaat Penelitian

- 1) Untuk PT. Daya Adicipta Wisesa agar dapat menjadi saran dalam meningkatkan pelanggan service motor, sehingga 3 (tiga) core bisnis bisa berjalan dengan baik.
- 2) Untuk Politeknik Negeri Manado khususnya pada jurusan Administrasi Bisnis agar dapat menambah referensi bacaan mengenai pentingnya kerjasama dengan komunitas motor untuk meningkatkan pelanggan service motor untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama dikemudian hari.
- 3) Untuk penulis agar bisa memecahkan masalah yang ada dilingkungan kerja PT. Daya Adicip Wisesa khususnya di departemen *technical service* serta menambah wawasan mengenai mengenai pentingnya kerjasama dengan komunitas motor untuk meningkatkan pelanggan.