

## **Analisis peluang pengembangan basis pelanggan divisi workshop perawatan dan perbaikan printer PT. XYZ: studi kasus PT. XYZ sebagai authorized service provider Hewlett Packard**

Widodo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=106743&lokasi=lokal>

---

### **Abstrak**

Dengan semakin banyaknya tempat perawatan dan perbaikan printer Hewlett Packard yang dibuka selama tiga tahun terakhir ini, menjadikan persaingan diantara pemain yang ada di pasar tersebut semakin ketat. Selain itu adanya kebijaksanaan dari produsen Hewlett Packard (HP) yang menutup akses sebagian spare part printer terutama jenis printer low-end dan memberlakukan program trade-in pada printer jenis tersebut, tentu sangat memberatkan bagi dunia bisnis jasa perawatan dan perbaikan printer ini. PT XYZ sebagai Authorized Service provider juga merasakan dampak negatif dari kondisi diatas. Dampak negatif ini terutama mempengaruhi kelangsungan bisnis divisi workshop. Kebimbangan pihak manajemen dalam mengambil kebijaksanaan yang tepat terhadap bisnis workshopnya memang bisa dipahami. Opsi untuk menutup divisi workshop atau malahan mengembangkan secara agresif dengan tujuan bisa memonopoli bisnis ini adalah merupakan pilihan yang tidak mudah. Berbagai pertimbangan hendaknya bisa lebih dicermati. Potensi pasar yang ada dan perkiraan pertumbuhannya merupakan hal yang sangat perlu dipertimbangkan. Sumber pendapatan workshop mana saja yang potensi juga perlu diketahui.

Untuk dapat mengambil kebijaksanaan terhadap divisi workshop PT XYZ tentunya bukan merupakan hal yang mudah. Untuk itu penulis berusaha mencoba mengevaluai dan menganalisa berbagai aspek, yang mana nantinya bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan pengambilan kebijaksanaan penanganan divisi workshop. Dalam meneliti dan menganalisa berbagai aspek yang ada, penulis membagi permasalahan ini menjadi tiga bagian. Pertama, menganalisa apakah pasar jasa service printer HP yang ada dan prediksi pertumbuhannya masih potensi. Kedua, meneliti adakah segmen pelanggan workshop yang lebih perlu dikembangkan. Dan yang ketiga, jika ternyata pasar jasa service masih potensi maka penulis mencoba memberi berbagai masukan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan proses service delivery workshop guna mendukung upaya pengembangan pelanggan. Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk memberi masukan berbagai temuan dan beberapa opsi yang bisa diambil untuk menangani divisi workshop kepada pihak manajemen PT XYZ.

Dari penelitian dan analisis yang penulis lakukan terhadap potensi pasar jasa perawatan dan perbaikan printer HP pada tahun 2006 dan perkiraan pertumbuhannya pada tahun 2007, ternyata menunjukkan adanya potensi pasar yang berkembang cukup bagus. Walaupun pasar jasa perawatan dan perbaikan ini memiliki perkiraan pertumbuhan yang cukup bagus, namun jika dilihat dari besarnya nilai rupiah pasar tersebut ternyata tidak cukup besar sehingga kurang menarik.

Di sisi lain penelitian terhadap PT XYZ menunjukkan bahwa selama perjalanan bisnisnya tidak pernah mengalami gejolak yang berarti walaupun terkena dampak resesi ekonomi yang berkepanjangan. Pendapatan PT XYZ diperoleh dari keempat divisi, yaitu maintenance contract (MC), spare part, project dan

workshop. Divisi maintenance contract memberi kontribusi pendapatan yang paling besar terhadap keseluruhan pendapatan PT XYZ dan kontribusi terkecil berasal dari divisi project dan workshop. Walaupun kontribusi divisi workshop terhadap pendapatan keseluruhan PT XYZ relatif kecil dibanding divisi lainnya, namun divisi ini tidak pernah merugi sepanjang perjalanannya.

Penelitian juga dilakukan terhadap pelanggan workshop PT XYZ yang dikelompokkan menjadi pelanggan bisnis dan pelanggan perorangan. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa pelanggan bisnis memiliki proporsi lebih besar dari pada pelanggan perorangan terhadap jumlah barang yang diperbaiki di workshop. Selain itu pelanggan bisnis ternyata juga memberi kontribusi pendapatan dan profit margin yang lebih besar dibanding pelanggan perorangan terhadap pendapatan workshop. Dari hasil survey kepuasan pelanggan workshop yang penulis lakukan, menunjukkan adanya gap yang paling besar terjadi pada dimensi tangibles dan dimensi reliability. Hal ini menunjukkan masih adanya perbedaan yang masih cukup besar antara proses service delivery yang diberikan workshop PT XYZ dengan harapan pelanggannya. Hasil survey juga menunjukkan bahwa tingkat prioritas dimensi reliability mendapat prioritas utama bagi pelanggan jika dibandingkan dengan dimensi lainnya (tangibles, responsiveness, assurance dan empathy). Hasil temuan ini sangat berguna bagi usaha peningkatan mutu service delivery workshop PT. XYZ. Dari hasil analisa ini penulis akhirnya dapat memberikan beberapa opsi dalam menangani workshop PT XYZ.

Untuk menangani workshop PT XYZ ada beberapa opsi yang bisa dipilih yaitu workshop dikembangkan secara agresif atau di bubarkan saja. Sedangkan opsi yang ketiga ialah mengembangkan workshop secara moderat. Pengembangan secara agresif dan pembubaran divisi workshop ternyata bisa menimbulkan banyak dampak negatif. Selain itu akan nampak lucu bila PT XYZ yang ditunjuk sebagai tempat perawatan dan perbaikan resmi HP tidak memiliki bagian (divisi) yang bisa menerima barang HP rusak untuk diperbaiki.

Selain pertimbangan dari sisi nilai rupiah, ternyata workshop juga mempunyai nilai strategis lainnya yang bisa dipertimbangkan, salah satunya ialah sebagai pintu masuknya pelanggan untuk menjalin kerjasama maintenance contract. Perlu diingat kembali bahwa maintenance contract ini merupakan divisi dari PT XYZ yang memiliki kontribusi pendapatan dan profit margin paling tinggi terhadap keseluruhan pendapatan PT XYZ. Untuk itu penulis menyarankan kepada pihak manajemen PT XYZ agar memilih opsi ketiga yaitu menangani workshop secara moderat.

Agar bisa mengembangkan workshop secara moderat bisa dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan meningkatkan mutu pelayanan jasa perawatan dan perbaikan yang diberikan workshop. Peningkatan mutu pelayanan jasa perawatan dan perbaikan ini harus mempertimbangkan berbagai aspek, diantaranya ialah persepsi dan ekspektasi pelanggan workshop. Untuk mengetahui sejauh mana persepsi dan ekspektasi pelanggan terhadap jasa perawatan dan perbaikan workshop yang telah mereka terima, penulis melakukan survey persepsi dan ekspektasi pelanggan workshop PT XYZ. Dari hasil survey ini akan diperoleh banyak masukan yang bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam upaya peningkatan mutu pelayanan jasa workshop.

Dari hasil penelitian ini, akhirnya penulis dapat menyimpulkan bahwa potensi pertumbuhan pasar jasa perawatan dan perbaikan printer HP masih cukup baik, namun nilai rupiahnya kecil sehingga kurang

menarik dalam pengembangan bisnis secara besar-besaran. Penanganan workshop sebaiknya dilakukan secara moderat, salah satunya dengan cara meningkatkan mutu pelayanan jasa perawatan dan perbaikannya. Untuk meningkatkan mutu pelayanan jasa perawatan dan perbaikan printer di workshop, perlu mempertimbangkan berbagai temuan dari hasil penelitian dan masukan dari pelanggan workshop serta lebih fokus pada segmen pelanggan bisnis.

The effect of some service center were opened in the last three years ago, makes market competition was harder than before. The Policy of Hewlett Packard (HP) did not support low-end printer's spare part any more is big problem for HP Authorized Service Provider (ASP). The effect of this policy, HP ASP does not have any spare part to repair low-end printer HP. Another Producer HP's policy is decision for running program trade-in for broken low-end printer HP with new one in similar level. These two HP's policies make bad condition for business service as HP authorized service provider.

PT XYZ's business as HP authorized service provider was influenced by this condition. PT XYZ's business was not as good as before, especially for workshop division. The growth of workshop's business always slows down smoothly. We can understand that decision making for handle workshop business is not easy. There are some options for handle workshop's business. Closing workshop division or focus in developing workshop business in order to be market leader is not easy decision. There are some factors have to be understood and analyzing. Market potential and its growth is importance to be known. Which one of customer workshop segment more potential to be improved is something shall be remembered.

In this condition to find a good decision to handle workshop's business is not simple. I try to observe and analyze some factors in order to more understand the all basic problems and try find out something as basic decision maker for workshop's business. In order to make our analyzing is easier to be understood, I try to discuss this problem into three groups. First, to analyze HP printer service market and how it's market growth. Second, to analyze customer base workshop PT XYZ, are there any customers segment more importance to be developed?

Third, if the market is potential I will try to give some option to support improving quality service delivery workshop. The goal of this observation is giving importance information from this observation and analysis to PT XYZ management and gives some options that can be used to handle workshop's business.

By observation and analyzing about HP printer service market in 2006 and market growth prediction in 2007, I found that there was good potential market growth. But if we see the value of the money from HP printer service market is not big enough for developing business service workshop. On the other hand, observation and analysis to PT XYZ service business shown that there was not big problem even though there is some economics recession for long time. PT XYZ revenue was derived from its four divisions (maintenance contract service division, spare part division, project division and workshop division). Maintenance contract service division (MC division) gives the best contribution for all PT XYZ revenue and workshop division gives little contribution for all PT XYZ revenue. Even though workshop division gives only a little contribution to all company revenue, but business workshop never get loss profit as long as its business running. On the other hand workshop division has another good strategies value for company service business. Another strategic value workshop division is as start point for customer excess in making

business relation with maintenance contract service division. As we know that MC division has the best revenue and profit margin for all company revenue.

I also analysis and observe workshop's customer. I distinguish workshop's customers into two groups. The groups are business customer and individual customer. The result of observation and analysis workshop customers shown that business customer has bigger proportion than individual customer has. Business customer also gives bigger contribution revenue and profit margin for workshop revenue than individual customer. From the finding of this observation and analysis, I can give some options for handling workshop business PT XYZ. There are some options for handling workshop business. The options are closing workshop division or to develop workshop division aggressively. The other option is improving business workshop as moderate as possible. Option to close workshop division has many negative effects. It looks like funny if PT XYZ as HP Authorized Service Provider does not have division which able to receive service printer form customers. The other reason, there is obligation form producer HP that company as HP authorized service provider has service division in order to receive broken HP product to be repaired. The other aspect has to remember, even though workshop business has a little contribution for company revenue but workshop division has others good strategic business. The other strategic value workshop division is as starting point for excess customer in making business relation with maintenance contract service division. As we know that MC division has biggest contribution revenue and profit margin for Company. By this reasons, I suggest to PT XYZ management to choose option to develop workshop division as moderate as possible.

Option for developing workshop division as moderate possible can be held by improving quality of service delivery workshop. In the process improving quality of service delivery workshop has to remember everything that has been found in observation and analysis about customer base workshop and five dimensions was found from expectation and perception customer survey. The other case must be remembered is managing ratio proportion of each contribution division for all revenue PT XYZ.

At the end of observation and analysis of opportunity development business workshop, I can make decision that there is a good potential for HP printer service market growth, but the value of money is not big enough, so it is not interesting to develop service business aggressively in this market. It will be better if PT XYZ management choose option to develop workshop division by improving quality service delivery moderately. Improvement of quality service delivery workshop has to remember everything that has been found in observation and analysis, especially focus in business customer segment.</i>