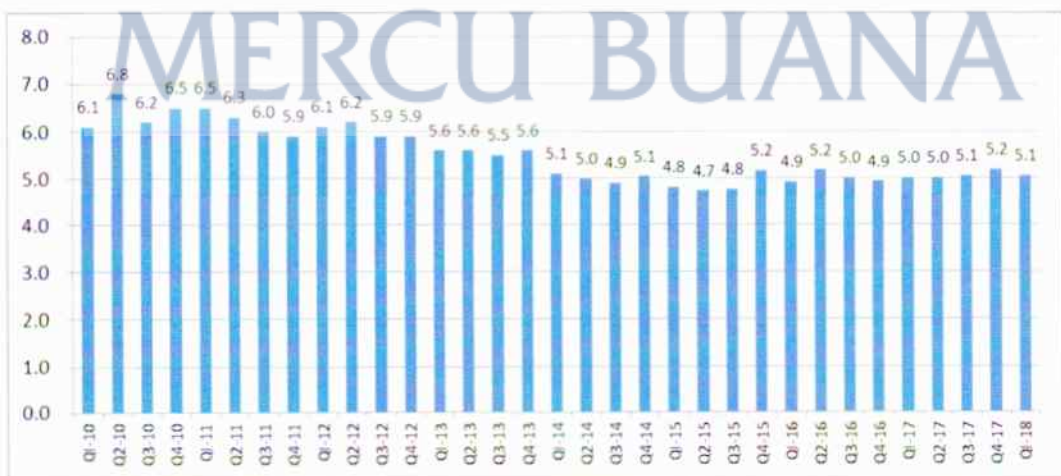


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II-2015 mencatatkan kinerja yang terendah sejak tahun 2010. Dari data Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) pada periode April-Juni 2015 sebesar 4,74 persen secara tahunan (*year on year/yoy*), lebih rendah jika dibandingkan dengan kuartal sebelumnya yakni sebesar 4,82 persen. Namun menurut Supriatman (2010), sektor ekonomi di Indonesia mendapatkan porsi yang besar, diberikan keleluasaan yang begitu besar, maka tidak heran kalau sektor ini berkembang begitu pesat, peran swasta menempati posisi jauh lebih besar dibanding peran pemerintah, hal ini telah memicu pertumbuhan yang luar biasa sejak 20 tahun terakhir.



**Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Sejak 2010 – QI 2018**

Sumber : Badan Pusat Statistik (2018)

Globalisasi ekonomi sudah semakin tidak terhindarkan lagi, baik bersifat global maupun regional. Sejak ditandatangani pada waktu konperensi tingkat tinggi (KTT) ASEAN ke IV tanggal 28 Januari 1992 di Singapura, ASEAN Free Trade Area (AFTA) yang merupakan perjanjian antara Negara-negara yang berada dikawasan Asia Tenggara yang tergabung dalam ASEAN (Associate of South East Asia Nation) perlahan dan pasti sudah mulai menunjukkan eksistensinya untuk menuju kawasan dengan pertumbuhan ekonomi yang baik di Asia. AFTA merupakan suatu kesepakatan dalam bidang ekonomi mengenai sektor produksi lokal di Negara-negara ASEAN dengan tujuan ketika pertama kali dibentuk adalah :

- 1) Untuk meningkatkan daya saing ekonomi Negara-negara ASEAN dengan menjadikan ASEAN sebagai basis produksi pasar dunia.
- 2) Untuk menarik investor asing dan meningkatkan perdagangan antar Negara anggota ASEAN.

AFTA yang awalnya hanya ditandatangani oleh enam Negara anggota yaitu: Brunei, Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura dan Thailand dipandang perlu dalam rangka meningkatkan daya saing ekonomi kawasan regional ASEAN yang direncanakan tercapai dalam waktu 9 tahun (1993-2002). Rencana ini dijalankan dengan cara penghapusan biaya tarif (bea masuk dari 0 hingga pengurangan menjadi 5%), dengan cara ini AFTA diharapkan bisa menekan biaya produksi barang di Negara ASEAN. Sekarang sepuluh Negara ASEAN (Brunei, Indonesia, Malaysia, Filipina, Singapura, Thailand, Kamboja, Laos, Myanmar dan Vietnam) telah menandatangani perjanjian AFTA. Dan komunitas ASEAN inipun dengan

aktif telah menjalin kerjasama perdagangan bebas bersama dengan Negara lainnya seperti ASEAN-China (Jul 2005), ASEAN-Korea (Jun 2007), ASEAN-Jepang (Jan 2009), ASEAN-India (Jan 2010), ASEAN-Australia & New Zealand (Jan 2010). Bagi Indonesia kerjasama perdagangan bebas seperti ini tentunya menguntungkan karena akan menjadi peluang bagi kegiatan ekspor komoditas-komoditas unggulan yang selama ini dihasilkan dan sekaligus menjadi tantangan tersendiri untuk menghasilkan komoditas yang kompetitif lainnya di pasar regional maupun global. Peningkatan daya saing ini akan mendorong perekonomian Indonesia, karena merangsang para pelaku usaha di Indonesia untuk menghasilkan barang yang berkualitas sehingga dapat bersaing dengan barang-barang yang dihasilkan oleh Negara-negara lainnya.

Faktor pendukung keberhasilan daya saing bagi suatu Negara yang dilihat dari modal fisik (*physical capital*) dan sumberdaya manusia (*human capital*) berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi. Ketersediaan modal fisik sangat terkait dengan ketersediaan dana investasi. Pada kasus perekonomian Indonesia mesti kinerja pertumbuhan belum mencapai rata-rata pra krisis Asia, namun fundamental perekonomian yang cukup kuat disertai dengan perbaikan risiko makro dan mikro perekonomian telah mendorong berbagai lembaga internasional untuk memberikan penilaian positif terhadap prospek perekonomian Indonesia. Alhasil Indonesia kembali dikategorikan pada peringkat layak Investasi (*Investment grade*) oleh beberapa lembaga Internasional.

Ditengah perkembangan positif tersebut, perekonomian Indonesia jangka menengah dihadapkan pada tantangan pokok yakni masih terkendalanya

pembangunan faktor produksi komplementer yang menghambat pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi dan berkualitas. Dalam laporan terbarunya, *World Economic Forum* (WEF) mengungkapkan bahwa tingkat daya saing Indonesia masih tertinggal (Tabel 1.1), terutama pada pilar Infrastruktur, pilar kesiapan teknologi dan pilar Inovasi.

Tabel 1.1 Perkembangan Daya Saing Indonesia

| Tahun edisi | Skor<br>(skala 1-7) | Global Competitiveness Index | 1st pillar: Institutions | 2nd pillar: Infrastructure | 3rd pillar: Macroeconomic environment | 4th pillar: Health and primary education | 5th pillar: Higher education and training | 6th pillar: Goods market efficiency | 7th pillar: Labor market efficiency | 8th pillar: Financial market development | 9th pillar: Technological readiness | 10th pillar: Market size | 11th pillar: Business sophistication | 12th pillar: Innovation |
|-------------|---------------------|------------------------------|--------------------------|----------------------------|---------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------|-------------------------|
| 2005        |                     | 4.0                          | 3.7                      | 3.4                        | 4.5                                   | 4.9                                      | 3.7                                       | 4.0                                 | 3.9                                 | 4.1                                      | 2.8                                 | 5.1                      | 4.0                                  | 3.4                     |
| 2006        |                     | 4.2                          | 3.7                      | 2.8                        | 4.8                                   | 5.4                                      | 3.8                                       | 4.7                                 | 4.3                                 | 4.2                                      | 2.8                                 | 5.4                      | 4.3                                  | 3.5                     |
| 2007        |                     | 4.2                          | 3.9                      | 2.7                        | 4.6                                   | 5.3                                      | 4.0                                       | 5.1                                 | 4.7                                 | 4.6                                      | 3.0                                 | 5.2                      | 4.6                                  | 3.6                     |
| 2008        |                     | 4.3                          | 3.9                      | 3.0                        | 4.9                                   | 5.3                                      | 3.9                                       | 4.7                                 | 4.6                                 | 4.5                                      | 3.0                                 | 5.1                      | 4.5                                  | 3.4                     |
| 2009        |                     | 4.3                          | 4.0                      | 3.2                        | 4.8                                   | 5.2                                      | 3.9                                       | 4.5                                 | 4.3                                 | 4.3                                      | 3.2                                 | 5.2                      | 4.5                                  | 3.6                     |
| 2010        |                     | 4.4                          | 4.0                      | 3.6                        | 5.2                                   | 5.8                                      | 4.2                                       | 4.3                                 | 4.2                                 | 4.2                                      | 3.2                                 | 5.2                      | 4.4                                  | 3.7                     |
| 2011        |                     | 4.4                          | 3.8                      | 3.8                        | 5.7                                   | 5.7                                      | 4.2                                       | 4.2                                 | 4.1                                 | 4.1                                      | 3.3                                 | 5.2                      | 4.2                                  | 3.6                     |
| 2012        |                     | 4.4                          | 3.9                      | 3.8                        | 5.7                                   | 5.7                                      | 4.2                                       | 4.3                                 | 3.9                                 | 3.9                                      | 3.6                                 | 5.3                      | 4.3                                  | 3.6                     |
| 2013        |                     | 4.4                          | 4.1                      | 4.4                        | 5.5                                   | 5.7                                      | 4.5                                       | 4.5                                 | 3.8                                 | 4.5                                      | 3.6                                 | 5.3                      | 4.5                                  | 3.9                     |
| 2014        |                     | 4.5                          | 4.0                      | 4.2                        | 5.8                                   | 5.7                                      | 4.3                                       | 4.4                                 | 4.0                                 | 4.2                                      | 3.7                                 | 5.3                      | 4.4                                  | 3.8                     |
| 2015        |                     | 4.5                          | 4.1                      | 4.2                        | 5.5                                   | 5.3                                      | 4.5                                       | 4.4                                 | 3.8                                 | 4.3                                      | 3.5                                 | 5.7                      | 4.3                                  | 4.0                     |
| 2016        |                     | 4.7                          | 4.3                      | 4.5                        | 5.7                                   | 5.4                                      | 4.5                                       | 5.6                                 | 3.9                                 | 4.5                                      | 3.9                                 | 5.7                      | 4.6                                  | 4.0                     |

Sumber : Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan (2017)

Pembangunan Infrastruktur diyakini menjadi akselerator pembangunan ekonomi di Indonesia. Pertumbuhan ekonomi Indonesia dipengaruhi oleh infrastruktur seperti penyediaan listrik, jalan beraspal dan air bersih. Pembangunan di Indonesia bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Peran pemerintah sebagai mobilisator pembangunan sangat strategis

dalam mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat serta pertumbuhan ekonomi Negara Indonesia. Simon Kuznets menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi suatu Negara dipengaruhi oleh akumulasi modal (Investasi pada tanah, peralatan, prasarana dan sarana serta sumberdaya manusia), sumber daya alam, sumber daya manusia baik jumlah maupun tingkat kualitas penduduknya, kemajuan teknologi, akses terhadap informasi, keinginan untuk melakukan inovasi dan mengembangkan diri serta budaya kerja (Todaro dalam Widayati, 2010).

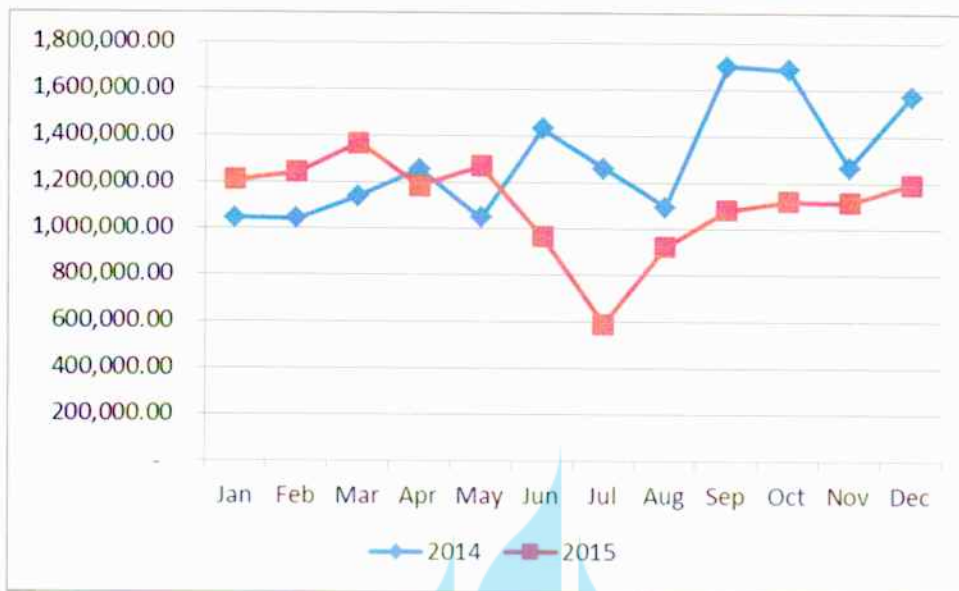
Komitmen Pemerintah Indonesia dalam pembangunan infrastruktur dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2015 selalu meningkat. Pada tahun 2010 total anggaran infrastruktur 86 triliun rupiah dan terus meningkat pada tahun 2015 mencapai 189,7 triliun rupiah. Anggaran infrastruktur ini dialokasikan pada Kementerian Pekerjaan Umum, Kementerian Perhubungan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral serta sebagian kecil pada kementerian dan lembaga lainnya.

Dalam mendukung pembangunan infrastruktur, tentunya memerlukan alat-alat berat. Seiring terjadinya peningkatan anggaran pada pembangunan infrastruktur pada akhirnya menciptakan peningkatan permintaan atas alat berat itu sendiri. Alat berat adalah alat bantu yang digunakan oleh manusia untuk mengerjakan pekerjaan yang berat atau susah untuk dikerjakan oleh tenaga manusia. HINABI/Himpunan Alat Berat Indonesia (2010) membagi jenis alat berat menjadi :

- 1) Alat berat pendukung konstruksi dan tambang, yang terdiri atas :
  - a) *Excavator* yang berfungsi sebagai alat penggali dan pemindah material
  - b) *Dumptruk* yang berfungsi sebagai alat pengangkut material jarak jauh
  - c) *Bulldozer* yang berfungsi sebagai pendorong atau pemotong material berat
- 2) Alat berat konstruksi jalan seperti *Compactor*
- 3) Alat berat jenis lainnya seperti *towing tractor*, *tower light* dan alat berat pendukung lainnya.

Di Indonesia ada beberapa perusahaan alat berat yang mengisi sektor produksi ataupun sebagai pemegang hak eksklusif pemasaran merk-merk ternama dunia, diantaranya KOBELCO, KOMATSU dan HITACHI dari Jepang. CATERPILAR dari USA maupun DOOZAN dari Korea. Dalam pemasaran alat berat sebagai sebuah *machine* yang secara utuh tidak terlepas dari kebutuhan suku cadang untuk pemenuhan *after sales service* nya membuat industri suku cadang pun sebagai pendukung *prime product* nya tidak lepas dari kompetisi yang ketat di pasar.

PT. DKCMI selaku pemegang hak eksklusif pemasaran merk KOBELCO di Indonesia selain menjual alat berat *Excavator* juga secara langsung menjual suku cadangnya. Melihat data penjualan suku cadang merk KOBELCO yang dipasarkan oleh PT. DKCMI pada tahun 2015 terjadi penurunan sebesar 15% dibandingkan dengan data penjualan pada tahun 2014.



**Gambar 1.2. Data Penjualan Suku Cadang 2014-2015**

Sumber : Departemen Parts Planning PT. DKCMI (2016)

Banyak faktor penyebab terjadinya penurunan penjualan suku cadang ini, paling mudah bisa dilihat dari faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal seperti kondisi perekonomian yang lagi turun, terjadinya penurunan produksi hasil tambang seperti batubara, batu dan sebagainya yang disebabkan oleh terjadinya pelemahan *demand* dunia, melemahnya nilai tukar rupiah sehingga berakibat terjadinya penurunan *demand* pembelian alat berat baru, sehingga secara berkelanjutan terjadinya penurunan permintaan suku cadang dari sektor penjualan unit baru tersebut. Walaupun begitu sebenarnya peluang penjualan suku cadang dari unit yang sudah ada di pasaran seharusnya tidak lah juga turun drastis karena sebagian unit masih ada yang beroperasi dan membutuhkan suku cadang tersebut baik yang bersifat *consumable item* (seperti *filter*, *oil*, *grease* dan sebagainya) maupun *repairable item* karena adanya *demand* untuk melakukan *repair* atas

komponen bagian dari unit alat berat tersebut untuk mempertahankan masa pakai komponen tersebut.

Masyhudzulhak (2016) mengatakan bahwa Keberhasilan strategi tidak terlepas dari kemampuan menganalisis lingkungan internal organisasi. Dengan menganalisis lingkungan internal pimpinan organisasi mengetahui kekuatan dan kelemahan organisasi dan bagaimana mengatasinya.

Terkait dengan proses operasional penjualan suku cadang PT. DKCMI saat ini sudah menggunakan SAP sebagai ERP dalam bisnisnya, namun dalam prosesnya masih terdapat beberapa aktifitas seperti persetujuan penjualan kredit, persetujuan pemberian diskon, terjadinya keterlambatan *pick up* stok suku cadang hingga terjadinya keterlambatan suplai suku cadang atas kebutuhan konsumen tersebut yang selama ini masih di keluhkan oleh konsumen dan bisa jadi berdampak pada *repeat order* berikutnya. Pada gambar 1.2. berikut ini tampak bahwa pengiriman suku cadang tidak sesuai target dalam 1 minggu.

**Tabel 1.2. KPI 1-Week Delivery of Sparepart**

| Territory   | Branch        | Jan-15 | Feb-15 | Mar-15 | Apr-15 | May-15 | Jun-15 | Jul-15 | Aug-15 | Sep-15 | Oct-15 | Nov-15 | Dec-15 |
|-------------|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|             |               | 1-Week | 1-Week | 1-Week | 1-Week | 1-Week | 1-Week | 1-Week | 1-Week | 1-Week | 1-Week | 1-Week | 1-Week |
| East        | Balikpapan    | AUI    | 98%    | 95%    | 98%    | 97%    | 97%    | 93%    | 97%    | 95%    | 97%    | 93%    | 91%    |
|             | Jakarta       | ASC    | 79%    | 63%    | 70%    | 65%    | 59%    | 54%    | 63%    | 60%    | 63%    | 60%    | 38%    |
|             | Manado        | AWF    | 49%    | 61%    | 77%    | 73%    | 79%    | 95%    | 82%    | 88%    | 70%    | 64%    | 68%    |
|             | Makassar      | AWC    | 84%    | 81%    | 46%    | 74%    | 66%    | 62%    | 78%    | 91%    | 47%    | 53%    | 39%    |
|             | Merauke       | AWQ    | 100%   | 20%    | 82%    | 100%   | 100%   | 100%   | 100%   | 84%    | 98%    | 80%    | 49%    |
|             | Pangkalpinang | ASF    | 57%    | 23%    | 36%    | 6%     | 29%    | 55%    | 70%    | 66%    | 83%    | 91%    | 87%    |
|             | Surabaya      | AUC    | 90%    | 88%    | 91%    | 70%    | 79%    | 71%    | 60%    | 80%    | 75%    | 65%    | 72%    |
|             | Semarang      | AUF    | 87%    | 65%    | 59%    | 50%    | 52%    | 58%    | 41%    | 65%    | 73%    | 61%    | 69%    |
|             | Samarinda     | AUZ    | 38%    | 54%    | 79%    | 82%    | 80%    | 75%    | 60%    | 83%    | 81%    | 81%    | 74%    |
|             | Sorong        | AWM    | 94%    | 84%    | 96%    | 100%   | 84%    | 38%    | 87%    | 78%    | 100%   | 67%    | 85%    |
|             | Tarakan       | AUM    | 54%    | 95%    | 99%    | 94%    | 98%    | 99%    | 90%    | 96%    | 100%   | 85%    | 99%    |
| East Total  |               |        | 75%    | 75%    | 80%    | 79%    | 80%    | 79%    | 77%    | 81%    | 81%    | 79%    | 68%    |
| West        | Banjarmasin   | AUQ    | 76%    | 86%    | 90%    | 86%    | 97%    | 77%    | 84%    | 90%    | 86%    | 92%    | 83%    |
|             | Jambi         | ATJ    | 86%    | 77%    | 95%    | 87%    | 87%    | 74%    | 85%    | 92%    | 85%    | 63%    | 63%    |
|             | Lampung       | ATW    | 20%    | 15%    | 20%    | 10%    | 22%    | 7%     | 19%    | 35%    | 29%    | 23%    | 18%    |
|             | Medan         | ATC    | 81%    | 80%    | 94%    | 79%    | 86%    | 86%    | 75%    | 80%    | 74%    | 75%    | 80%    |
|             | Padang        | ATT    | 95%    | 87%    | 99%    | 86%    | 79%    | 66%    | 91%    | 88%    | 74%    | 77%    | 80%    |
|             | Pekanbaru     | ATF    | 81%    | 90%    | 91%    | 92%    | 93%    | 90%    | 94%    | 95%    | 92%    | 88%    | 94%    |
|             | Palembang     | ATM    | 45%    | 38%    | 25%    | 27%    | 22%    | 35%    | 53%    | 75%    | 73%    | 75%    | 53%    |
|             | Pontianak     | AVC    | 89%    | 85%    | 88%    | 94%    | 92%    | 80%    | 59%    | 83%    | 84%    | 71%    | 66%    |
|             | Sampit        | AUT    | 70%    | 69%    | 52%    | 26%    | 30%    | 29%    | 75%    | 78%    | 75%    | 62%    | 59%    |
|             | West Total    |        | 71%    | 75%    | 78%    | 75%    | 75%    | 70%    | 73%    | 84%    | 78%    | 75%    | 68%    |
| DKCMI Total |               |        | 73%    | 75%    | 79%    | 77%    | 78%    | 75%    | 75%    | 82%    | 80%    | 77%    | 72%    |
| Target      |               |        | 95%    | 95%    | 95%    | 95%    | 95%    | 95%    | 95%    | 95%    | 95%    | 95%    | 95%    |

Sumber : Departemen Parts Planning PT. DKCMI (2016)

Pengiriman suku cadang sebagai bagian dari proses pemenuhan order suku cadang oleh konsumen PT. DKCMI selalu dituntut lebih cepat dan mudah agar konsumen pun bisa mempersiapkan pemasangan suku cadang tersebut ke unit-unit yang dimiliki konsumen juga dengan baik. Dalam literatur keilmuan hal ini merupakan pemenuhan atas tuntutan kualitas yang diharapkan oleh konsumen pada dimensi *Responsiveness*/Ketanggapan. Semakin cepat dan mudah proses yang dilakukan dalam upaya pemenuhan order suku cadang maka PT. DKCMI pun akan dinilai lebih tanggap. Jumlah keluhan dari para konsumen atas kualitas layanan ini dari data yang terungkap pada tabel 1.3. secara frekuensi pun sebenarnya tidak bisa diabaikan, karena hal ini merupakan *Customer Voice* yang mesti diperhatikan.

**Tabel 1.3. Jumlah Keluhan Konsumen Tahun 2015**

| Jumlah | Jan | Feb | Mar | Apr | May | Jun | Jul | Ags | Sep | Okt | Nop | Des |
|--------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1758   | 155 | 129 | 149 | 147 | 136 | 136 | 138 | 167 | 164 | 161 | 136 | 140 |

Sumber : Departemen Parts Planning PT. DKCMI (2016)

Pada Industri jasa, salah satu karakteristik penting yang harus terus ditingkatkan adalah kualitas jasa, karena hal tersebut menjadi salah satu hal yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2011) bahwa kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen. Sedangkan kepuasan konsumen merupakan respon menyangkut fokus tertentu (ekspektasi produk, pengalaman konsumen dan seterusnya) yang ditentukan pada waktu tertentu (Giese & Cote dalam Tjiptono,

2011). Pada konteks inilah yang menjadi latar belakang masalah yang dilihat oleh penulis untuk dilakukan penelitian lebih jauh dengan pendekatan terintegrasi *ServQual-six sigma* agar bisa di rumuskan usulan perbaikan kualitas pelayanan pemenuhan order suku cadang di PT. DKCMI.

## **1.2. Identifikasi, Perumusan dan Batasan Masalah**

### **1.2.1. Identifikasi Masalah**

- 1) Terjadinya penurunan penjualan suku cadang pada tahun 2015 dibandingkan tahun 2014 sebesar 15%.
- 2) Tidak diketahui secara pasti tingkat kepuasan konsumen PT. DKCMI terkait pemenuhan suku cadang.
- 3) Belum adanya analisa komprehensif yang dilakukan oleh PT. DKCMI baik secara eksternal maupun internal untuk membuat rumusan perbaikannya.

### **1.2.2. Perumusan Masalah**

- 1) Bagaimana tingkat kepuasan konsumen PT. DKCMI terkait pemenuhan order suku cadang dalam dimensi kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi ?
- 2) Berapa nilai *sigma* dari indikator kualitas dalam proses pemenuhan order suku cadang kepada konsumen yang tidak memenuhi standar ?
- 3) Bagaimana rekomendasi perbaikan yang diusulkan untuk pencapaian dari indikator kualitas dalam pemenuhan order suku cadang kepada konsumen yang tidak memenuhi standar ?

### **1.2.3. Batasan Masalah**

Kalau kita memperhatikan diagram elemen dasar dari proses manajemen strategis yang ditulis oleh Hunger and Wheelen (2003 : 15), bahwa dalam strategi manajemen terdiri dari :

- 1) Pengamatan Lingkungan Bisnis
- 2) Perumusan perbaikan
- 3) Implementasi perbaikan dan
- 4) Evaluasi dan pengendalian strategi.

Dalam penulisan Tesis ini, penulis membatasi pembahasan pada sisi pengamatan lingkungan bisnis, perumusan perbaikan sebagai bahan rekomendasi perbaikan kualitas operasional dalam pemenuhan order suku cadang di PT. DKCMI, sedangkan tahap evaluasi tidak dilakukan secara menyeluruh.

### **1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian**

- 1) Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dalam proses pemenuhan order suku cadang di PT. DKCMI.
- 2) Untuk mengetahui nilai sigma dalam proses pemenuhan order suku cadang di PT. DKCMI.
- 3) Membuat rekomendasi usulan perbaikan untuk pencapaian dari indikator kualitas dalam pemenuhan order suku cadang di PT. DKCMI.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan gambaran bagi perusahaan mengenai :

- 1) Mengukur kualitas proses tata laksana penjualan suku cadang apakah sudah berjalan secara optimal sesuai harapan dari Konsumen.
- 2) Mengetahui permasalahan yang sebenarnya terjadi pada proses pemenuhan atas penjualan suku cadang tersebut.
- 3) Menentukan langkah-langkah perbaikan yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas pemenuhan penjualan suku cadang tersebut.

#### **1.5. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan secara teoritis maupun praktis

- 1) Secara teoritis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta kontribusi ilmiah untuk membandingkan antara teori-teori manajemen khususnya manajemen operasional.

- 2) Secara praktis.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis bagi :

- a) Bagi manajemen perusahaan, sebagai bahan acuan untuk pembuatan strategi perbaikan kualitas pelayanan pemesanan suku cadang sehingga prosesnya menjadi lebih baik, cepat dan tepat.

- b) Bagi penulis, sebagai sumbangan pemikiran, penerapan dan pengembangan ilmu manajemen operasional yang berkaitan dengan peningkatan kualitas pelayanan pada perusahaan dagang sehingga berdampak terhadap profitabilitas industri alat berat di Indonesia.
- c) Bagi peneliti lain, sebagai bahan kajian dan rujukan pengembangan ilmiah dalam bidang ilmu manajemen operasional yang berkaitan dengan peningkatan kualitas pelayanan pada perusahaan dagang untuk dikembangkan lebih lanjut.



U N I V E R S I T A S  
MERCU BUANA