

PENGARUH KELENGKAPAN *SPAREPART* DAN KELENGKAPAN STRUKTUR ORGANISASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI AHASS HARI MOTOR 2 TULUNGAGUNG

Budi Prasetyo, Eko Santoso, Aris Dwi Gunawan

budiprasetyo@unita.ac.id, ekosantoso@unita.ac.id, arisdwi@gmail.com

Universitas Tulungagung

Abstract

The primary issue raised in this thesis is the relationship between customer satisfaction at Ahass Hari Motor 2 Tulungagung and the completeness of the organizational structure and spare parts inventories. This study employs quantitative research techniques, meaning that it involves numerical data that is statistically examined. This study used a minimum of 97 population samples, according to the Cochran formula. The analysis's findings indicate that the organizational structure's and the spare parts' variable completeness have a strong simultaneous and partial impact on customer satisfaction. At Ahass Hari Motor 2 Tulungagung, there is a very strong correlation or relationship between the completeness of the organizational structure and the completeness of the spare parts inventory.

Keywords: spareparts, structure, organization, satisfaction, customer

Abstrak

Pokok permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini yaitu bagaimana pengaruh kelengkapan sparepart dan kelengkapan struktur organisasi terhadap kepuasan pelanggan di Ahass Hari Motor 2 Tulungagung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yaitu penelitiannya menggunakan data yang bersifat angka-angka dianalisis melalui statistik. Jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Cochran minimal 97 orang dari populasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kelengkapan sparepart dan kelengkapan struktur organisasi berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan. Korelasi atau hubungan antara kelengkapan sparepart dan kelengkapan struktur organisasi dengan kepuasan pelanggan pada Ahass Hari Motor 2 Tulungagung sangat kuat.

Kata kunci: sparepart, struktur, organisasi, kepuasan, pelanggan

1. Pendahuluan

Menurut Purnama (2020) kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Produk dibeli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu, karakteristik produk tidak hanya

meliputi aspek fisik produk (*tangible features*), tetapi juga aspek non fisik (*intangible features*) seperti citra dan jasa yang dapat dilihat.

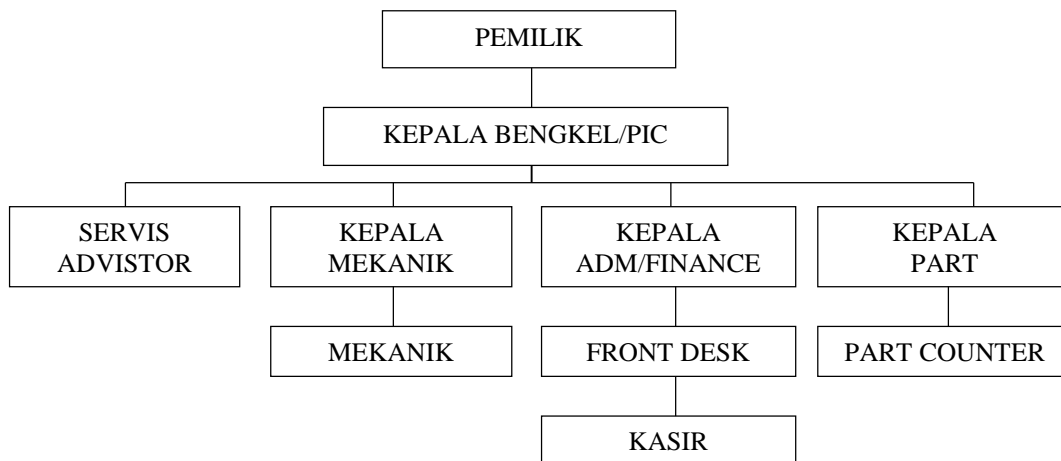
Pengorganisasian (*organizing*) merupakan proses penyusunan struktur organisasi sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimilikinya, dan lingkungan yang melingkupinya. Pengorganisasian dilakukan untuk mencapai sasaran strategis dari sebuah organisasi yang harus dimulai dengan beberapa tahap, salah satunya yaitu proses mendesain organisasi. Struktur organisasi dapat didefinisikan sebagai mekanisme-mekanisme formal dengan mana organisasi dikelola. Struktur organisasi adalah untuk menunjukkan bagaimana tugas pekerjaan secara formal dibagi, dikelompokkan dan dikoordinasikan secara formal.

Struktur organisasi perusahaan cenderung berbeda. Struktur organisasi yang lazim digunakan adalah struktur sederhana, birokrasi, dan dua struktur matriks. Secara spesifik, struktur hendaknya mengikuti strategi. Jika manajemen membuat suatu perubahan yang penting dalam strategi organisasi, struktur akan perlu dimodifikasikan untuk mengakomodasikan dan mendukung perubahan ini. Bentuk struktur organisasi yang beraneka ragam cenderung mempengaruhi dimana tiap-tiap bentuk struktur organisasi mempunyai kekuatan dan kelemahannya masing-masing.

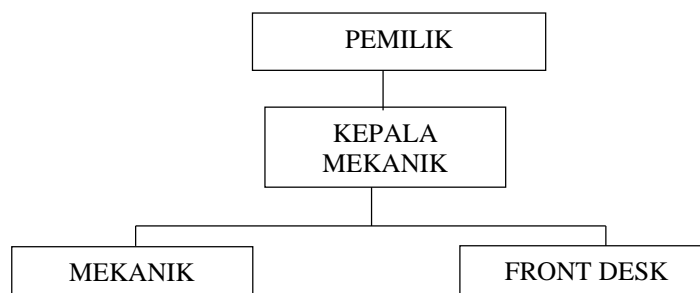
Dalam upaya untuk memuaskan pelanggannya, banyak hal yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan, selain harus mempunyai struktur organisasi yang baik dan tertata, mampu menyediakan barang yang dijual pun menjadi faktor yang sangat penting. Perusahaan semaksimal mungkin harus selalu memenuhi stok barang yang dijualnya, sehingga konsumen yang datang tidak hanya mendapat pelayanan yang baik dari segi kemanusiaannya namun juga harus bisa terpenuhi apa yang dicari ketika seorang konsumen datang ke sebuah perusahaan.

Ahass Hari Motor 2 Tulungagung dengan struktur organisasi fungsional cenderung kurang peka terhadap perubahan, dimana untuk mencapai visi perusahaan dituntut untuk cepat tanggap terhadap perubahan yang terjadi. Hal ini berkaitan dengan hasil kinerja karyawan baik secara individual, kelompok maupun organisasi agar dapat meningkatkan efisiensi perusahaan dan memungkinkan organisasi bekerja lebih baik, sehingga kinerja perusahaan meningkat. Struktur Organisasi yang tidak sesuai dengan yang seharusnya tentu saja berpengaruh terhadap perusahaan, meskipun pengaruhnya tidak terlihat secara signifikan.

Struktur Organisasi yang ada di Ahass Hari Motor 2 Tulungagung pada saat ini tidak selengkap yang seharusnya. Selain itu kurang lengkapnya spare part juga menjadi problem dalam perusahaan ini, berikut ini adalah struktur organisasi yang ada saat ini di banding dengan struktur organisasi yang sesuai dengan standar dari Honda:



Gambar 1. STRUKTUR ORGANISASI STANDART HONDA



Gambar 2. STRUKTUR ORGANISASI YANG ADA SAAT INI

Kepuasan pelanggan pada dasarnya dipengaruhi oleh banyak faktor yang saling berkaitan, baik faktor internal maupun eksternal antara lain: kelengkapan barang dan pelayanan yang baik, serta efisiensi waktu. Dalam hal ini, diperlukan adanya struktur organisasi yang lengkap. Dari latar belakang di atas dapat disimpulkan identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

- 1) Stok barang (*sparepart*) yang ada di Ahass Hari Motor 2 Tulungagung tidak lengkap.
- 2) Sparepart di Ahass Hari Motor 2 Tulungagung sering kehabisan stok.
- 3) Struktur organisasi yang tidak sesuai dengan standar Honda.
- 4) Tidak lengkapnya struktur organisasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh suatu toko dalam memilih produk yang dijualnya yaitu :

1. Variety, kelengkapan produk yang di jual dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu toko.

2. Width or Breadth, tersedianya produk-produk pelengkap dari produk utama yang ditawarkan. Contohnya pada toko roti selain menyediakan roti juga menyediakan berbagai macam minuman.
3. Depth, merupakan macam dan jenis karakteristik dari suatu produk.
4. Consistency, produk yang sudah sesuai dengan keinginan konsumen harus tetap dijaga keberadaannya dengan cara menjaga kelengkapan, kualitas dan harga dari produk yang dijual.
5. Balance, berkaitan erat dengan usaha untuk menyesuaikan jenis dan macam-macam.

Variabel kelengkapan produk meliputi keragaman barang yang dijual di pasar swalayan dan ketersediaan barang-barang tersebut di pasar swalayan. Indikator dari kelengkapan produk, yaitu:

1. Keragaman produk yang dijual
2. Variasi produk yang dijual
3. Ketersediaan produk yang dijual
4. Macam merek yang tersedia

Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain atau kombinasi) untuk di sediakan dalam toko pada jumlah, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel (Fitriani, 2014).

Prihastono (2012) mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Ningtyas (2021) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan memang berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan yakin bahwa orang lain akan kagum terhadap mereka, apabila memakai produk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk dengan kualitas yang sama tetapi harga yang relatif rendah menawarkan nilai yang lebih besar kepada pelanggan.
5. Biaya, pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas dengan produk tersebut.

Berdasarkan teori-teori yang dikemukakan oleh para ahli dan penelitian yang dilakukan peneliti lain sebelumnya, maka dalam penelitian ini peneliti penting kiranya menyampaikan anggapan dasar yang masih akan dibuktikan kebenarannya dalam pembahasan selanjutnya. Hipotesis akan di terima apabila fakta-fakta membenarkan, dan akan ditolak jika ternyata salah. Dimana hipotesis nol atau tidak berpengaruh di lambangkan dengan H₀, dan hipotesis alternative atau berpengaruh dilambangkan H₁, H₂, H₃. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Kelengkapan Sparepart:
H₀: Kelengkapan sparepart tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
H₁: Kelengkapan sparepart berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kelengkapan Struktur Organisasi:
H₀: Kelengkapan struktur organisasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
H₁: Kelengkapan struktur organisasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Kelengkapan Struktur Organisasi dan Kelengkapan Sparepart:
H₀: Tidak ada perbedaan kelengkapan struktur organisasi dan kelengkapan sparepart terhadap kepuasan pelanggan.
H₁: Ada perbedaan kelengkapan struktur organisasi dan kelengkapan sparepart terhadap kepuasan pelanggan.

2. Metode

Penelitian ini dilakukan di Ahas Hari Motor 2 Tulungagung dengan obyek penelitian pada stuktur organisasi yang tidak lengkap dan sparepart yang tidak lengkap. Peneliti mendapatkan adanya ketidaklengkapan pada Struktur Organisasi, ketidaklengkapan barang atau sparepart yang disediakan dimana hal ini akan berpengaruh terhadap kinerja karyawan dan kepuasan pelanggan Ahas Hari Motor 2 Tulungagung dan hal tersebut perlu diidentifikasi penyebabnya.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksperimental yang merupakan satu-satunya metode penelitian yang dapat menguji benar hipotesis tentang hubungan kausal (sebab akibat). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini menggunakan desain penelitian Explanatory Survey, yaitu suatu survey yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih melalui pengujian hipotesis. Survey dilakukan dengan cara mengambil populasi, dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah pelanggan Ahas Hari Motor 2 Tulungagung. Menurut Rahmalia (2021) rumus yang dipergunakan untuk menentukan sampel yang populasinya tidak diketahui pasti adalah dengan menggunakan rumus Cochran sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel yang di perlukan
Z = Tingkat keyakinan yang di butuhkan dalam sampel,yakni 95%,dengan nilai 1,96
p = Peluang benar 50% = 0,5
q = Peluang salah 50% = 0,5
e = Tingkat kesalahan sampel (sampling eror), dalam penelitian ini menggunakan 10% = 0,1

Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Jadi, berdasarkan rumus di atas, sampel diambil sebanyak 96,04 orang. Untuk mempermudah dalam perhitungan maka dibulatkan menjadi 100 orang. Adapun alat yang digunakan dalam mengambil data dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket) dan observasi.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian data kuesioner responden dengan uji frekuensi, diketahui hasil gambaran pada kuesioner karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu berdasarkan jenis kelamin dan usia. Hasil pengolahan data dengan uji frekuensi tersebut yang telah dilakukan peneliti dapat dilihat pada tabel-tabel di bawah ini:

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-Laki	39	39%
2	Perempuan	61	61%
	Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2022

Tabel 1. HASIL UJI FREKUENSI BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Berdasarkan pada tabel 1 diatas, hasil uji frekuensi data responden menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin: laki-laki yaitu sebanyak 39 orang atau sebesar 39%, sedangkan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 61 orang atau sebesar 61% pelanggan di Ahas Hari Motor 2 Tulungagung. Dari total keseluruhan responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

No.	Usia	Frekuensi	Presentase
1	< 25 tahun	83	83%
2	26-30	10	10%
3	31-38	7	7%
Total		100	100%

Sumber: data primer diolah, 2022

Tabel 2. HASIL UJI FREKUENSI BERDASARKAN USIA

Berdasarkan pada tabel 2 di atas merupakan hasil uji frekuensi yang menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia yaitu, untuk usia yang kurang dari 25 tahun sebanyak 83 orang atau sebesar 83%, untuk usia dari 26-30 tahun sebanyak 10 orang atau sebesar 10%, untuk usia dari 31-38 tahun sebanyak 7 orang atau sebesar 7%. Dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan usia kurang dari 25 tahun sebanyak 83 responden atau pelanggan di Ahas Hari Motor 2 Tulungagung, dari total keseluruhan responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang.

Item	Jawaban Responden				N	SKOR	MEAN
	STS	TS	S	SS			
	1	2	3	4			
X1.1	1	1	36	62	100	359	3.59
X1.2	0	2	32	66	100	364	3.64
X1.3	3	14	30	53	100	333	3.33
VARIABEL X1						1056	3.52

Sumber: data primer diolah, 2022

Tabel 3. VARIABEL KELENGKAPAN SPAREPART (X1)

Berdasarkan pada tabel 3 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, terlihat bahwa variabel Kelengkapan Sparepart (X1) dipersepsikan baik oleh responden. Dengan nilai rata-rata 3,52, sehingga mengindikasikan bahwa kelengkapan sparepart yang diberikan oleh karyawan sangat baik. Pada variabel kelengkapan sparepart, item yang dipersepsikan paling tinggi adalah kesesuaian kelengkapan sparepaet dengan kepuasan pelanggan Ahas Hari Motor 2 sudah tepat X1.2 dengan nilai rata-rata 3,64.

Item	Jawaban Responden				N	SKOR	MEAN
	STS	TS	S	SS			
	1	2	3	4			
X2.1	0	2	32	66	100	364	3.64
X2.2	5	12	33	50	100	328	3.28
X2.3	0	3	42	55	100	352	3.52
VARIABEL X2						1044	3.48

Sumber : data primer diolah, 2022

Tabel 4. VARIABEL KELENGKAPAN STRUKTUR ORGANISASI (X2)

Berdasarkan pada tabel 4 di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, terlihat bahwa variabel kelengkapan struktur organisasi (X2) dipresepsikan baik oleh responden. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,48, sehingga mengindikasikan bahwa kelengkapan struktur organisasi yang diberikan oleh karyawan Ahass Hari Motor 2 belum baik. Pada variabel kelengkapan struktur organisasi, item yang dipresepsikan paling tinggi yaitu kesesuaian kelengkapan struktur organisasi pada kepuasan pelanggan Ahass Hari Motor 2 belum tepat X2.1 dengan nilai rata-rata sebesar 3,64.

Item	Jawaban Responden				N	SKOR	MEAN
	STS	TS	S	SS			
	1	2	3	4			
Y.1	0	3	30	67	100	364	3.64
Y.2	0	1	36	63	100	362	3.62
Y.3	0	1	41	58	100	357	3.57
Y.4	1	2	28	69	100	365	3.65
VARIABEL Y						1448	3.62

Sumber : data primer diolah, 2022

Tabel 5. VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)

Berdasarkan tabel 5 diatas menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, terlihat bahwa variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dipresepsikan baik oleh responden. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,62, sehingga mengindikasikan bahwa responden yakin untuk menggunakan layanan jasa service Ahass Hari Motor 2 sebagai salah satu jasa service motor. Pada variabel kepuasan pelanggan, item yang dipresepsikan paling tinggi adalah kesesuaian kelengkapan struktur organisasi dengan kelengkapan sparepart Y.4 dengan nilai rata-rata sebesar 3,65.

Kelengkapan sparepart yang ditawarkan sesuai dengan yang dirasakan oleh pelanggan sehingga pelanggan tidak ragu untuk memilih menggunakan jasa Ahass. Maka semakin lengkapnya sparepart akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan di Ahass Hari Motor 2 Tulungagung.

Dari hasil analisis presepsi jawaban dari responden diketahui bahwa kelengkapan struktur organisasi yang ditawarkan oleh Ahass memiliki presepsi yang baik. Struktur organisasi merupakan kesatuan kerangka organisasi yang ditetapkan untuk proses manajerial, sistem, pola tingkah laku yang muncul dan terjadi dalam praktek penyelenggaraan organisasi dan manajemen. Oleh karena itu Ahass harus dapat memberikan kelengkapan struktur organisasi dengan baik sehingga pelanggan tertarik dan mau menggunakan jasa yang ditawarkan agar Ahass mendapatkan keuntungan.

Berdasarkan hasil uji penelitian ini diketahui bahwa variabel Kelengkapan Sparepart dan Kelengkapan Struktur Organisasi di uji menggunakan uji F simultan, didapatkan F hitung sebesar 52,42 > nilai F tabel 3,09 dengan signifikan 0,000 < 0,05

sehingga dapat diartikan H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya Kelengkapan Sparepart (X1) dan Kelengkapan Struktur Organisasi (X2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) Ahas Hari Motor 2 Tulungagung.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan uji statistik yang digunakan menganalisis pengaruh kelengkapan sparepart dan kelengkapan struktur organisasi terhadap kepuasan pelanggan di Ahas Hari Motor 2 Tulungagung dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara silmultan pengaruh kelengkapan struktur organisasi dan kelengkapan sparepart terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan penelitian, saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya dengan cara menggunakan metode lain dalam meneliti kelengkapan sparepart dan kelengkapan struktur organisasi terhadap kepuasan pelanggan, misalnya melalui metode wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh lebih jelas daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

5. Referensi

- Purnama, N. I., Nasution, M. F., & Astuti, R. (2020). Pengaruh Harga Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart. *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi,)*, 03, 74-86.
- Fitriani, Resti, and Yunia Wardi. (2014). "Pengaruh Produk, Harga, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Kue Bangkit Syempana Di Kota Pekanbaru Riau." *Jurnal Riset Manajemen Bisnis dan Publik*.(Online)2.1.
- Prihastono, Endro. (2012). "Pengukuran kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan customer service berbasis web." *Jurnal Ilmiah Dinamika Teknik, (Online)* (2012).
- Rahmalia, Bella Gita. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Mining and Mining Service Di Bursa Efek Indonesia (BEI). Diss. Universitas Muhammadiyah Metro,(Online)
- Sahbuddin, Nurul Aeni. (2016). Pengaruh Human Relation dan Kondisi Lingkungan Kerja Terhadap Produktifitas Karyawan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar. Diss. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar,(Online).
- Ningtiyas, Sekar Ayu. (2021). "Analisis Pengelolaan Usaha Percetakan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada UMKM Sisi Kertas Tulungagung)."(Online).