

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai eksplorasi strategi layanan purna jual Toyota sebagai keunggulan kompetitif di pasar otomotif, khususnya pada Toyota Plaza Mandiri Jakarta, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi layanan purna jual Toyota telah terstruktur dengan baik dan menjadi salah satu pilar utama dalam mempertahankan keunggulan kompetitif. Kekuatan utama meliputi reputasi merek yang kuat, kualitas teknisi bersertifikat, sistem pengingat servis (reminder service), serta pengembangan layanan digital dan Toyota Home Service (THS). Faktor-faktor ini sejalan dengan hasil analisis IFAS, yang menunjukkan bahwa kekuatan internal perusahaan mampu mendukung upaya peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
2. Analisis faktor eksternal (EFAS) menunjukkan adanya peluang signifikan, seperti potensi pengembangan layanan THS di area suburban, tren digitalisasi layanan purna jual (online booking, tracking service), serta meningkatnya kesadaran pelanggan untuk menggunakan layanan resmi. Namun demikian, perusahaan juga menghadapi tantangan berupa persaingan harga dari bengkel umum, peningkatan perbandingan layanan antar-dealer melalui media sosial, serta ekspektasi pelanggan yang semakin tinggi

3. Hasil analisis QSPM menunjukkan bahwa strategi peningkatan kualitas pelayanan dan efisiensi waktu servis memperoleh skor tertinggi (TAS = 6,95) dibandingkan strategi penguatan layanan digital dan ekspansi THS (TAS = 6,85). Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan efisiensi operasional harus menjadi prioritas utama dalam pengembangan strategi layanan purna jual, diikuti oleh optimalisasi digitalisasi layanan dan pengembangan THS secara bertahap.
4. Secara keseluruhan, Toyota Plaza Mandiri Jakarta berada pada posisi cukup adaptif dalam memanfaatkan peluang eksternal dan mengelola kekuatan internal. Namun, keberhasilan strategi ke depan akan sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat digitalisasi layanan, serta menjaga konsistensi kualitas pelayanan di seluruh lini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, berikut beberapa saran yang dapat diajukan:

1. Meningkatkan efisiensi pelayanan dan mengurangi waktu tunggu
Optimalisasi proses kerja di bengkel, termasuk penjadwalan servis dan pemanfaatan teknologi antrian digital, perlu dilakukan untuk mengurangi keluhan pelanggan terkait lamanya waktu tunggu.

2. Memperkuat kompetensi teknisi dan staf layanan

Mengadakan pelatihan berkala dan sertifikasi lanjutan bagi teknisi serta staf layanan agar mampu memberikan pelayanan yang lebih profesional, cepat, dan sesuai standar Toyota.

3. Mengoptimalkan digitalisasi layanan purna jual

Pengembangan platform digital yang lebih terintegrasi, seperti aplikasi mobile untuk booking online, tracking status servis, dan konsultasi teknis, perlu ditingkatkan untuk menjawab tren digitalisasi dan ekspektasi pelanggan modern.

4. Memperluas cakupan Toyota Home Service (THS)

Melakukan ekspansi layanan THS ke area suburban dengan tetap menjaga kualitas teknis dan ketepatan waktu, agar dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan memperkuat loyalitas mereka.

5. Meningkatkan sosialisasi hak dan manfaat garansi

Edukasi pelanggan melalui media digital, brosur, dan konsultasi langsung di bengkel perlu diperluas untuk meningkatkan pemahaman pelanggan terkait hak garansi, sehingga mengurangi kesalahpahaman dan komplain

6. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan pendekatan kuantitatif atau campuran guna memperkuat validitas data dan mengukur pengaruh strategi terhadap kinerja perusahaan secara lebih luas