

---

## **Analisa Kinerja Tim Service Advisor Terhadap Tingkat Penjualan Sparepart Mobil di PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors di Surabaya**

Rama Sindhu Pramudya<sup>1</sup> Nindya Kartika Kusmayati<sup>2</sup> Anita Kartika Sari<sup>3</sup>  
Study Program Management, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Stie Mahardhika  
Ramapramudya2909@gmail.com<sup>1</sup> nindya.kusmayati@stiemahardhika.ac.id<sup>2</sup>  
anitakartika@stiemahardhika.ac.id<sup>3</sup>

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kinerja tim service advisor dan dampaknya terhadap penjualan sparepart mobil di PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara dengan responden yang merupakan pelanggan bengkel resmi Mitsubishi dan observasi langsung terhadap kegiatan yang dilakukan oleh tim service advisor. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan instrumen penelitian yang digunakan adalah rancangan panduan wawancara dan daftar pertanyaan untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap kinerja tim service advisor. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis isi dan disajikan dalam bentuk tabel temuan. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa tim service advisor memegang peran penting dalam meningkatkan penjualan sparepart mobil di PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan tim service advisor, memperluas jaringan bengkel resmi, dan memberikan insentif kepada pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap bengkel resmi Mitsubishi. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kinerja tim service advisor dan dampaknya terhadap penjualan sparepart mobil di PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors. Saran dari penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi berharga kepada mahasiswa dengan memberikan kajian yang lebih detail dan metode penelitian yang berbeda, meningkatkan pemahaman tentang hubungan antara pemberian layanan dan penggunaan suku cadang, memberikan informasi yang komprehensif dan kredibel.

**Kata Kunci:** Kinerja Tim Service Advisor, Penjualan Sparepart

### **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the performance of the service advisor team and its impact on car spare parts sales at PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors. The research method used is qualitative, with data collection through interviews with respondents who are customers of official Mitsubishi workshops and direct observation of activities carried out by the service advisor team. The sampling technique used was purposive sampling and the research instruments used were a draft interview guide and a list of questions to measure customer satisfaction with the performance of the service advisor team. The collected data was analyzed using content analysis techniques and presented in the form of a findings table. The findings from this research show that the service advisor team plays an important role in increasing sales of car spare parts at PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors. By improving the service quality of the service advisor team, expanding the official workshop network, and providing incentives to customers, the company can increase customer trust and loyalty towards official Mitsubishi workshops. This research provides a deeper understanding of the performance of the service advisor team and its impact on car spare parts sales at PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors. The suggestions from this research aim to provide valuable information to students by providing more detailed studies and different research methods, increasing understanding of the relationship between service provision and spare parts use, providing comprehensive and credible information.*

**Keywords:** Service Advisor Team Performance, Spare Part Sales

---

---

## PENDAHULUAN

Mobil adalah kendaraan yang digunakan oleh banyak orang sebagai alat transportasi sehari-hari. Seiring dengan penggunaan mobil yang semakin banyak, kebutuhan akan perawatan dan pemeliharaan mobil pun semakin meningkat. Salah satu upaya yang dilakukan oleh produsen mobil untuk memperhatikan kebutuhan pelanggan adalah dengan memberikan layanan after-sales yang baik dan terpercaya. Layanan after-sales meliputi perawatan dan perbaikan mobil, penjualan suku cadang dan aksesoris, serta dukungan teknis dan pengetahuan tentang mobil. (Eduar, 2023)

Dalam industri otomotif, penjualan sparepart mobil merupakan salah satu sumber pendapatan yang signifikan bagi perusahaan otomotif. PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors merupakan salah satu bengkel resmi Mitsubishi yang bergerak dalam bidang penjualan dan pelayanan mobil. Salah satu tim yang berperan penting dalam penjualan sparepart mobil di bengkel resmi Mitsubishi adalah tim service advisor. Tim service advisor bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan terbaik dan memberikan rekomendasi terhadap pembelian sparepart yang dibutuhkan oleh pelanggan. (Pahlan, 2022)

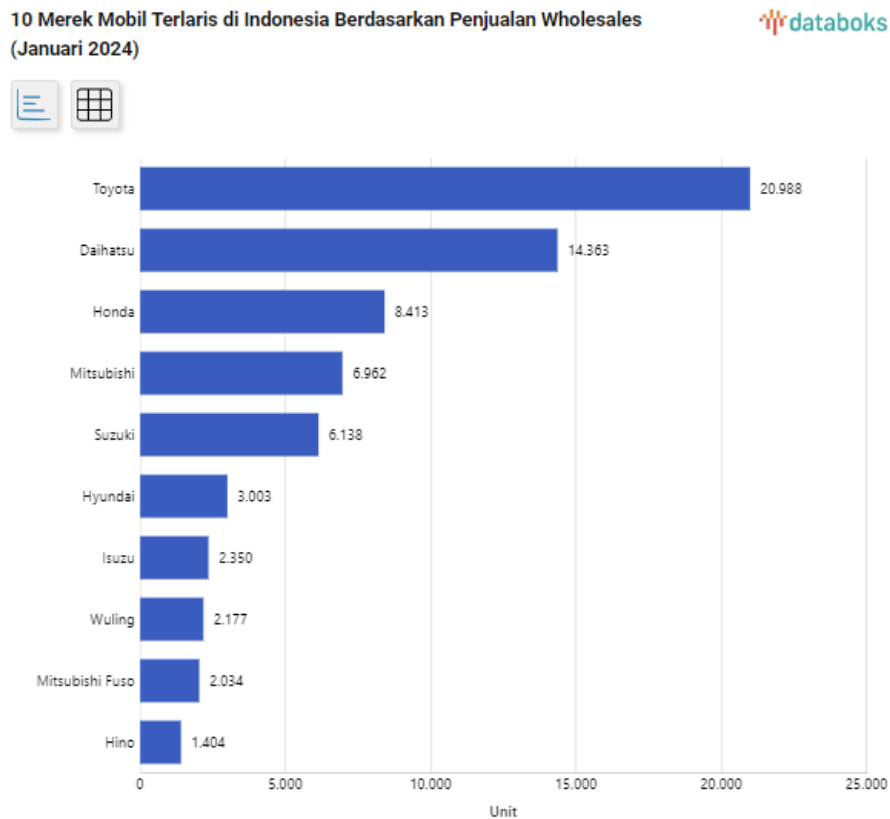
Peningkatan jumlah penjualan mobil Mitsubishi secara nasional dalam beberapa tahun terakhir di Indonesia, yang kemudian diikuti dengan peningkatan jumlah pengguna Mitsubishi, menjadikan PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors harus memperkuat layanannya. Dimana, salah satu langkah yang diambil adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan bengkel, khususnya pada penjualan suku cadang atau sparepart mobil.

Dalam rangka meningkatkan penjualan sparepart mobil, penting untuk dilakukan analisa kinerja tim service advisor terhadap tingkat penjualan sparepart mobil di PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors. Hal ini dapat memberikan gambaran mengenai kinerja tim service advisor dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan dampaknya terhadap penjualan sparepart mobil di bengkel resmi Mitsubishi.

Penjualan sparepart mobil dan pelayanan terkait lainnya adalah sektor usaha yang berkembang saat ini. Tingginya kebutuhan masyarakat akan suatu produk, terutama suku cadang bagi kendaraan mobil menuntut perusahaan-perusahaan untuk terus mengembangkan strategi untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan keuntungan perusahaan. Dalam menghadapi situasi ini, PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors dituntut untuk mempertimbangkan kualitas layanan bengkelnya, termasuk kinerja tim service advisor. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kinerja tim

---

service advisor dan dampaknya terhadap penjualan sparepart mobil di bengkel resmi Mitsubishi. (Purwanto, 2022)



Sumber: databoks

Data penjualan mobil di Indonesia menjadi sesuatu yang sangat penting untuk dianalisa. Kinerja perusahaan mobil terkemuka seperti Toyota, Honda, dan Mitsubishi memegang peranan penting dalam ekonomi Indonesia karena mereka adalah produsen mobil terbesar dan paling banyak diakui di negara ini.

Namun, seiring dengan penjualan mobil terus meningkat, banyak dukungan teknis yang diperlukan, seperti layanan purna jual atau service, khususnya sparepart dan aksesoris mobil. PT Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors menawarkan layanan dan dukungan ini untuk memastikan pelanggan puas dengan produk yang mereka beli. Hal ini memungkinkan juga konsumen untuk mempertahankan kendaraan mereka dalam kondisi terbaik mereka. (Sabar, 2020)

Untuk memastikan dukungan teknis ini terus berjalan dengan baik, beberapa indikator harus dianalisis, termasuk tingkat penjualan sparepart. Tim service advisor memiliki peran penting dalam menjual dan mempromosikan sparepart di perusahaan. Oleh

---

karena itu, sebuah analisis perlu dilakukan untuk mengetahui kinerja tim service advisor PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors dalam promosi dan penjualan sparepart mobil.

Berdasarkan data penjualan wholesales terbaru, terdapat sepuluh merek mobil terlaris di Indonesia, dan Mitsubishi menempati peringkat ke-4 dengan jumlah penjualan sebesar 6.962 unit. Sebagai distributor tunggal untuk Mitsubishi di Indonesia, PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors memainkan peranan penting dalam menjual dan memasarkan mobil Mitsubishi, serta mengedarkan produk sparepart dan aksesoris mobil Mitsubishi.

Dengan melakukan analisa kinerja tim service advisor, diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan sparepart mobil di bengkel resmi Mitsubishi. Dapat pula memberikan langkah-langkah strategis untuk meningkatkan kinerja tim service advisor dan penjualan sparepart mobil di masa yang akan datang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors maupun perusahaan-perusahaan lain yang bergerak di bidang otomotif untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dan meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya di bidang otomotif. (Safitri, 2019)

## **1. KINERJA**

Kinerja adalah suatu ukuran penting yang digunakan untuk mengevaluasi penskoran atau pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Kinerja dapat diukur secara berbeda untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Beberapa aspek yang digunakan untuk mengukur kinerja meliputi produktivitas dalam hal output yang dihasilkan oleh perusahaan, efisiensi dalam hal penggunaan sumber daya seperti waktu dan tenaga kerja, efektivitas dalam hal pencapaian tujuan strategis, dan kepuasan pelanggan sebagai ukuran keberhasilan pelayanan konsumen dan penjualan.

Produktivitas dapat diukur berdasarkan jumlah output yang dihasilkan oleh perusahaan. Kinerja produktivitas dapat dilihat dari tingkat produksi, jumlah produk yang dihasilkan dalam kurun waktu tertentu, dan kemampuan perusahaan untuk mengurangi produk cacat. Dalam hal ini, perusahaan akan mencari cara untuk meningkatkan produktivitas untuk mengurangi biaya produksi dan mendorong lebih banyak penjualan.

---

Efisiensi juga memainkan peran penting dalam mengukur kinerja. Dalam hal ini, perusahaan akan mengukur efisiensi penggunaan waktu dan sumber daya lainnya. Manajemen dapat mengukur efisiensi dengan menghitung rasio pendapatan terhadap biaya total dan pada tingkat penggunaan sumber daya per unit output. Dalam hal ini, meningkatkan efisiensi dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas, mengurangi biaya, dan menghasilkan lebih banyak hasil dengan menggunakan kurang banyak sumber daya.

Kebutuhan pelanggan adalah faktor penting untuk dinilai dalam kinerja. Hal ini dapat diukur melalui tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Perusahaan harus memperhatikan respons pelanggan dan merevisi rencana untuk meningkatkan pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, penjualan juga akan meningkat, karena pelanggan yang puas akan lebih cenderung untuk membeli produk dan mempromosikan produk kepada orang lain.

## 2. TIM

Tim adalah kelompok orang yang paling sering digunakan dalam sumber daya manusia (SDM) dalam hal meningkatkan kinerja organisasi. Sebuah tim memungkinkan terciptanya pengambilan keputusan yang lebih baik, pembagian tugas yang lebih efektif, dan koordinasi yang lebih baik antara anggota tim. Meningkatkan kinerja tim juga memungkinkan bagi perusahaan untuk mencapai lebih banyak tujuan lebih cepat, mempromosikan kolaborasi, dan membantu memfasilitasi peningkatan produktivitas.

Ketika mengevaluasi performa tim, ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan. Pertama, harus diperhatikan dengan cermat bagaimana komunikasi berlangsung antara anggota tim. Komunikasi yang buruk dapat membuat anggota tim sulit dalam membangun kepercayaan dan membentuk kerja sama yang efektif. Selain itu, pertimbangkan juga apakah anggota tim bekerja secara efektif sesuai dengan tugas yang telah ditetapkan dan apakah mereka berkoordinasi dengan baik. Jika pekerjaan dianggap kurang optimal, perusahaan dapat mengadakan pelatihan atau kegiatan lainnya untuk meningkatkan kemampuan tim.

---

### 3. SERVICE ADVISOR

Service Advisor adalah bagian penting dari tim purna jual mobil, yang bertanggung jawab atas melayani kebutuhan pelanggan, dan menjaga kualitas pelayanan. Seorang service advisor memiliki tanggung jawab dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, khususnya dalam bidang pelayanan service mobil dan penjualan sparepart. Tugas utama service advisor adalah memberikan nasihat dan rekomendasi kepada pelanggan mengenai jenis dan kualitas sparepart yang dibutuhkan, dan memberikan informasi terkait tata cara perbaikan atau perawatan mobil.

Kemampuan komunikasi yang baik merupakan kemampuan yang sangat berguna bagi seorang service advisor. Bagian penting dari tugas seorang service advisor adalah dalam memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh pelanggan, sehingga memungkinkan pelanggan untuk mengambil keputusan yang tepat mengenai produk atau layanan yang mereka butuhkan. Seorang service advisor juga harus memiliki pengetahuan tentang mobil, seperti cara kerja, jenis suku cadang yang tersedia, dan prosedur perbaikan mobil. Hal ini akan membantu seorang service advisor dalam memberikan nasihat yang akurat dan dapat dipercaya kepada pelanggan.

### 4. PENJUALAN

Proses penjualan merupakan langkah penting dalam meraih kesuksesan bisnis. Tujuan dari proses penjualan adalah untuk menjual produk atau layanan kepada pelanggan dan memperoleh keuntungan. Selain itu, proses penjualan juga membantu dalam membangun hubungan bisnis jangka panjang dengan pelanggan. Dalam hal ini, penjual harus mampu meyakinkan pelanggan untuk melakukan transaksi dan membeli produk atau layanan yang ditawarkan.

Proses penjualan dimulai dengan pengenalan produk atau layanan dan menjelaskan manfaat dari produk atau layanan tersebut. Penjual harus mampu menyampaikan informasi dengan jelas dan menarik untuk menarik minat pelanggan. Selanjutnya, penjual menawarkan solusi untuk kebutuhan pelanggan. Penjual harus dapat mengidentifikasi masalah dan kebutuhan

---

---

pelanggan, dan menyarankan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

## 5. TINGKAT PENJUALAN

Tingkat penjualan memiliki kedudukan yang sangat penting dalam proses nilai tambah produk atau jasa, yang memberikan perusahaan penghasilan dan keuntungan yang diperoleh dari penjualan produk dan layanan. Tingkat penjualan juga membantu dalam mengevaluasi performa dan keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan bisnis. Dalam menilai tingkat penjualan yang dicapai, perusahaan dapat mengukur seberapa sukses produk atau layanan yang dipasarkan dan seberapa besar peluang pasar yang telah diperoleh.

Tingkat penjualan dapat diukur dengan berbagai cara, seperti jumlah produk yang terjual, total nilai penjualan, atau rata-rata nilai penjualan per pelanggan. Dalam pengukuran total nilai penjualan, perusahaan dapat mengukur jumlah pendapatan bersih yang diperoleh dari penjualan produk atau layanan. Rata-rata nilai penjualan per pelanggan dapat membantu perusahaan untuk menilai berapa banyak pemasukan yang diperoleh dari setiap pelanggan dan faktor-faktor apa yang harus menjadi perhatian lebih.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menganalisa kinerja tim service advisor dan dampaknya terhadap penjualan sparepart mobil di PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors. Untuk mencapai tujuan tersebut, akan dilakukan pengumpulan data melalui wawancara dengan responden yang merupakan pelanggan bengkel resmi Mitsubishi yang menggunakan layanan tim service advisor untuk service mobil dan pembelian sparepart mobil. Selain itu, penelitian juga akan dilakukan dengan teknik observasi langsung terhadap kegiatan yang dilakukan oleh tim service advisor. (Sonia, 2021)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu dengan memilih responden yang memiliki karakteristik tertentu yang sesuai

---

---

dengan tujuan penelitian. Instrumen penelitian yang akan digunakan adalah rancangan panduan wawancara dan daftar pertanyaan untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap kinerja tim service advisor. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan teknik analisis isi untuk mengekstrak informasi komprehensif berdasarkan temuan-temuan utama dari hasil wawancara dan pengamatan. Seluruh temuan tersebut akan diklasifikasikan dan disajikan dalam bentuk tabel temuan.

Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap kinerja tim service advisor dan dampaknya terhadap penjualan sparepart mobil di PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil Penelitian**

Berdasarkan wawancara dengan responden, mayoritas responden mengatakan bahwa penjualan sparepart mobil mengalami peningkatan selama beberapa bulan terakhir sejak perusahaan memberlakukan program after-sales yang lebih agresif. Selain itu, tim service advisor juga sangat membantu meningkatkan penjualan sparepart mobil dengan memberikan saran dan rekomendasi kepada pelanggan mengenai jenis dan kualitas sparepart yang dibutuhkan.

Kinerja tim service advisor dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan mendapat penilaian positif dari sebagian besar responden, meskipun beberapa responden mengeluhkan kurangnya kecepatan dan responsivitas tim service advisor dalam menangani keluhan pelanggan. Mayoritas responden mengatakan bahwa perusahaan memberikan program pelatihan secara rutin untuk meningkatkan kinerja tim service advisor, meskipun beberapa responden mengeluhkan tentang kurangnya konten dan peluang praktek sesuai dengan situasi kejadian di lapangan.

Selain itu, sebagian besar responden mengusulkan agar perusahaan meningkatkan promosi program after-sales, memperluas jaringan bengkel resmi, dan meningkatkan kualitas pelayanan tim service advisor. Beberapa responden juga mengusulkan agar perusahaan memberikan diskon atau insentif kepada pelanggan setia.

### **Pembahasan**

Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, terlihat bahwa tim service advisor merupakan faktor penting dalam meningkatkan penjualan sparepart mobil di PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan

---

adanya hubungan positif antara penjualan sparepart mobil dengan kualitas pelayanan bengkel dan kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanan tim service advisor agar dapat memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap bengkel resmi Mitsubishi. (Alexander, 2022)

Selain itu, perusahaan juga dapat meningkatkan penjualan sparepart mobil dengan cara memperluas jaringan bengkel resmi dan meningkatkan promosi program after-sales. Hal ini sesuai dengan rekomendasi dari Darsih (2021) yang menyebutkan bahwa strategi ekspansi jaringan bengkel dan peningkatan promosi program after-sales sangat penting untuk meningkatkan penjualan sparepart mobil.

Perusahaan juga sebaiknya memperhatikan keluhan responden terkait kurangnya kecepatan dan responsivitas tim service advisor. Hal ini dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan dapat berdampak pada penurunan kepercayaan pelanggan terhadap bengkel resmi Mitsubishi. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya meningkatkan pelatihan dan pengembangan keterampilan tim service advisor, terutama dalam hal penanganan keluhan pelanggan.

Dalam rekomendasinya, beberapa responden juga mengusulkan agar perusahaan memberikan diskon atau insentif kepada pelanggan setia. Hal ini dapat menjadi salah satu cara perusahaan untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Namun, perusahaan sebaiknya juga memperhatikan adanya risiko kerugian yang dapat terjadi akibat program diskon atau insentif yang tidak tepat.

Dalam hal ini, perusahaan sebaiknya terus meningkatkan kualitas pelayanan tim service advisor, memperluas jaringan bengkel resmi, meningkatkan promosi program after-sales, serta mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan untuk dapat meningkatkan penjualan sparepart mobil di masa depan.

#### **Analisis Temuan dari Wawancara dengan Responden**

<b>No.</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Ringkasan Jawaban</b>
1	Apakah Anda merasa penjualan sparepart mobil meningkat atau menurun selama beberapa bulan terakhir?	Mayoritas responden mengatakan bahwa penjualan sparepart mobil mengalami peningkatan selama beberapa bulan terakhir, terutama sejak perusahaan memberlakukan program after-sales yang lebih agresif.

2	Apakah tim service advisor membantu meningkatkan penjualan sparepart mobil?	Kebanyakan responden mengatakan bahwa tim service advisor sangat membantu meningkatkan penjualan sparepart mobil, karena mereka dapat memberikan saran dan rekomendasi kepada pelanggan mengenai jenis dan kualitas sparepart yang dibutuhkan.
3	Bagaimana kinerja tim service advisor dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan?	Sebagian besar responden mengaku puas dengan kinerja tim service advisor dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Namun, beberapa responden mengeluhkan kurangnya kecepatan dan responsivitas dari tim service advisor dalam menangani keluhan pelanggan.
4	Apakah perusahaan memberikan program pelatihan untuk meningkatkan kinerja tim service advisor?	Mayoritas responden mengatakan bahwa perusahaan memberikan program pelatihan secara rutin untuk meningkatkan kinerja tim service advisor. Namun, beberapa responden mengeluhkan kurangnya konten yang relevan dan kurangnya kesempatan untuk praktek sesuai dengan situasi kejadian di lapangan.
5	Bagaimana perusahaan dapat meningkatkan penjualan sparepart mobil di masa depan?	Sebagian besar responden mengusulkan agar perusahaan meningkatkan promosi program after-sales, memperluas jaringan bengkel resmi, dan meningkatkan kualitas pelayanan tim service advisor. Beberapa responden juga mengusulkan agar perusahaan memberikan diskon atau insentif kepada pelanggan setia.

Analisis temuan wawancara dengan responden pada PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors menghasilkan informasi penting tentang kondisi penjualan sparepart mobil, peran tim service advisor, kinerja tim service advisor dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, program pelatihan yang diberikan oleh perusahaan dan saran dari responden untuk meningkatkan penjualan sparepart mobil di masa depan.

Mayoritas responden dalam wawancara menunjukkan bahwa penjualan sparepart mobil mengalami peningkatan selama beberapa bulan terakhir. Hal ini disebabkan oleh program

---

after-sales yang lebih agresif dari perusahaan. Tim service advisor sangat membantu meningkatkan penjualan sparepart mobil karena dapat memberikan saran dan rekomendasi kepada pelanggan mengenai jenis dan kualitas sparepart yang dibutuhkan.

Kinerja tim service advisor juga mendapat perhatian dalam wawancara. Sebagian besar responden mengaku puas dengan kinerja tim service advisor dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Namun, beberapa responden mengeluhkan kurangnya kecepatan dan responsivitas dari tim service advisor dalam menangani keluhan pelanggan. Hal ini harus diatasi oleh perusahaan.

Mayoritas responden dalam wawancara juga mengatakan bahwa perusahaan memberikan program pelatihan secara rutin untuk meningkatkan kinerja tim service advisor. Namun, beberapa responden mengeluhkan kurangnya konten yang relevan dan kurangnya kesempatan untuk praktek sesuai dengan situasi kejadian di lapangan. Oleh karena itu, program pelatihan perlu disesuaikan dengan kebutuhan tim service advisor agar mereka dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.

Dari analisis temuan wawancara dengan responden, dapat disimpulkan beberapa saran untuk meningkatkan penjualan sparepart mobil di masa depan. Sebagian besar responden mengusulkan agar perusahaan meningkatkan promosi program after-sales, memperluas jaringan bengkel resmi dan meningkatkan kualitas pelayanan tim service advisor. Beberapa responden juga mengusulkan agar perusahaan memberikan diskon atau insentif kepada pelanggan setia.

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan perlu melakukan beberapa tindakan strategis untuk meningkatkan penjualan sparepart mobil di masa depan. Pertama-tama, diperlukan program promosi yang lebih agresif untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan pada pelanggan. Program promosi harus dilakukan secara konsisten sehingga pelanggan terus terpapar dengan program tersebut.

Kedua, perusahaan perlu memperluas jaringan bengkel resmi. Bengkel-bengkel tersebut harus dekat dengan pelanggan dan dapat dijangkau dengan mudah sehingga pelanggan dapat dengan mudah melakukan perawatan pada mobil mereka. Bengkel resmi juga harus memperoleh sertifikat yang valid dan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh perusahaan.

Ketiga, perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan tim service advisor. Tim service advisor harus responsif dan cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan, dan

---

---

perusahaan harus memperhatikan evaluasi terhadap sistem dan proses yang digunakan oleh tim service advisor dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Keempat, perusahaan perlu memberikan insentif atau diskon kepada pelanggan setia. Diskon atau insentif ini akan meningkatkan loyaliti pelanggan dan memacu mereka untuk memilih perusahaan sebagai pilihan utama mereka dalam membeli sparepart dan melakukan perawatan pada mobil.

Dalam hal ini, perusahaan perlu memperhatikan program pelatihan dan pengembangan keterampilan tim service advisor agar dapat memberikan pelayanan yang lebih baik di masa depan. Selain itu, perusahaan juga perlu melakukan beberapa tindakan strategis untuk meningkatkan penjualan sparepart mobil di masa depan. Semua saran yang diberikan oleh responden dalam wawancara harus menjadi langkah-langkah yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar di industri mobil yang semakin kompetitif. (Nurwanty, 2020)

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa tim service advisor memegang peran penting dalam meningkatkan penjualan sparepart mobil di PT. Mitsubishi Srikandi Diamond Indah Motors. Mayoritas responden mengatakan bahwa penjualan sparepart mobil mengalami peningkatan sejak perusahaan memberlakukan program after-sales yang lebih agresif. Tim service advisor juga sangat membantu meningkatkan penjualan sparepart mobil dengan memberikan saran dan rekomendasi kepada pelanggan mengenai jenis dan kualitas sparepart yang dibutuhkan. Kinerja tim service advisor dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan mendapat penilaian positif dari sebagian besar responden, meskipun beberapa responden mengeluhkan kurangnya responsivitas tim service advisor dalam menangani keluhan pelanggan.

Untuk meningkatkan penjualan sparepart mobil di masa depan, perusahaan sebaiknya memperhatikan rekomendasi dari responden terkait peningkatan promosi program after-sales, memperluas jaringan bengkel resmi, meningkatkan pelatihan dan pengembangan keterampilan tim service advisor, serta memberikan insentif atau diskon kepada pelanggan setia. Dengan meningkatkan kinerja tim service advisor dan memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap bengkel resmi Mitsubishi.

---

---

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alexander, M. J. S., Soegoto, A. S., & Roring, F. (2022). Strategi Segmenting Targeting Positioning Terhadap Volume Penjualan Unit Mobil Mitsubishi Xpander Di Pt . Bosowa Berlian Motor Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 22(1), 84–95.
- Darsih. (2021). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Mitsubishi Studi Pada PT.Lautan Berlian Utama Motor Lahat. *JEM:Jurnal Ekonomi Dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang*, 7(1), 79–93. <https://www.stiepertiba.ac.id/ojs/index.php/jem/article/view/112>
- Eduar, R. (2023). Pengaruh Biaya Promosi Dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Mobil Toyota Avanza 1.3 G M/T Di Toyota Auto Pagar Alam. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(2), 130–141. <https://doi.org/10.55606/jumbiku.v3i2.2455>
- Nurwanty, A., Juhari, & Deseria, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Brand Image Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Merek Suzuki Ertiga Di Showroom Jagorawi Motor Di Pangkalpinang. *JEM: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen STIE Pertiba Pangkalpinang*, 6(1), 85–95.
- Pahlan, M. (2022). Pengaruh Harga Jual Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Mobil Toyota Agya Di Toyota Auto 2000 Lahat. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(2), 49–53. <https://doi.org/10.55606/jumbiku.v2i2.312>
- Purwanto, A. (2022). Pengaruh Bauran Promosi Penjualan Mobil Toyota Avanza Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Hadji Kalla Cabang Sengkang Kabupaten Wajo. *Journal of Applied Management and Business Research (JAMBiR)*, 2(1), 91–103. <http://al-idarahpub.com/index.php/jambir/article/view/49%0Ahttps://al-idarahpub.com/index.php/jambir/article/download/49/59>
- Sabar, D. R., Mananeke, L., & Lumanauw, B. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Atribut Produk Dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada Pt Hasjrat Abadi Manado Tendeand. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 185–193. <https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.27501>
-

Safitri, M., & Ridho, A. (2019). Analisis Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Mobil Kijang Innova VI Pada Auto 2000 Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai (JMMS)*, 03(03), 1–9. <https://doi.org/10.24967/jmms.v3i03.574>

Sonia, N. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan Kendaraan Merek Toyota. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 20(03), 154–160.

---