

Lifeskill Car Sales Service at Pondok Mobil Arengka Showroom, Pekanbaru

Vicky Kurniawan¹, Daeng Ayub², Viony Syafitra³

Universitas Riau, Indonesia^{1,2,3}

*E-mail: vicky.kurniawan3151@student.unri.ac.id

Abstract

This study aims to examine the sales service life skills at the Pondok Mobil Arengka Showroom in Pekanbaru. This study employs a qualitative approach using a naturalistic method that emphasizes understanding phenomena in their natural state without researcher manipulation. Data collection techniques included observation, interviews, and documentation. The results indicate that the sales staff's life skills at the Pondok Mobil Showroom are generally good, particularly regarding sales proficiency, service accuracy, the complaint and suggestion system, and analysis of lost customers. Sales staff demonstrate strong product knowledge, systematically explain vehicle specifications, and adapt their communication to meet customer needs. Service accuracy is evident in the sales staff's ability to provide accurate, honest, and vehicle-condition-appropriate information, as well as to serve customers professionally, with discipline, and in a friendly manner. Within the complaint and suggestion system, sales staff handle complaints promptly, politely, and empathetically, using feedback as a basis for evaluating and improving service quality. Meanwhile, through lost-customer analysis, sales staff can identify the factors that led customers to abandon their purchases—such as price, financial circumstances, and family considerations—while maintaining positive relationships with customers through polite communication and consistent follow-ups. Overall, the sales service skills possessed by sales staff play a crucial role in fostering customer satisfaction, building consumer trust, and supporting sales success at the showroom.

Keywords: Lifeskill, Sales Service, Sales Staff, Car Showroom, Service Quality, Customers.



Licensees may copy, distribute, display and perform the work and make derivative works and remixes based on it only if they give the author or licensor the credits (attribution) in the manner specified by these. Licensees may copy, distribute, display, and perform the work and make derivative works and remixes based on it only for [non-commercial](#) purposes.

Pendahuluan

Pelayanan penjualan merupakan salah satu aspek penting dalam industri otomotif, khususnya di *showroom* mobil. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, *showroom* mobil dituntut untuk tidak hanya menyediakan produk berkualitas, tetapi juga memberikan pelayanan yang mampu menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang datang ke *showroom* tidak hanya mencari kendaraan, tetapi juga pengalaman membeli yang menyenangkan, informatif, dan meyakinkan. Kondisi ini mendorong munculnya berbagai *showroom* mobil di berbagai daerah, termasuk di kota-kota besar seperti Pekanbaru.

Menurut Putri *et al* (2024, p. 850), pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada konsumen dan menjadi salah satu faktor utama dalam keberhasilan suatu usaha. Dalam bidang penjualan mobil, kualitas pelayanan sangat menentukan minat dan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Selain

itu, penelitian Ardela dan Graciafernandy (2024, p. 50) menyatakan bahwa *adaptive selling*, *relationship capability*, dan *selling skill* memiliki pengaruh terhadap peningkatan performa tenaga penjualan.

Selain pelayanan, tenaga penjual juga dituntut memiliki *lifeskill* yang baik. Menurut Anwar (2006, p. 20), *life skill* merupakan kemampuan seseorang untuk berani menghadapi problema hidup dan kehidupan secara wajar, kemudian secara proaktif dan kreatif mencari serta menemukan solusi sehingga mampu mengatasinya. *Life skill* meliputi kemampuan komunikasi, kemampuan bekerja sama, kemampuan memecahkan masalah, kemampuan beradaptasi, dan kemampuan interpersonal yang sangat dibutuhkan dalam dunia kerja, khususnya pada bidang pelayanan dan penjualan.

Keterampilan menjual juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan keberhasilan penjualan. Penelitian yang dilakukan oleh Nufuz dan Graciafernandy (2024, p. 43) menjelaskan bahwa keterampilan menjual, perilaku penjualan adaptif, dan orientasi pelanggan berpengaruh positif terhadap kinerja tenaga penjualan.

Pelayanan penjualan mobil di showroom memerlukan keterampilan komunikasi yang efektif agar konsumen merasa nyaman dan percaya terhadap produk yang ditawarkan. Menurut Mulyana (2017, p. 81), komunikasi interpersonal merupakan proses pertukaran informasi antara seseorang dengan orang lain yang dapat membangun hubungan sosial dan saling pengertian. Dalam konteks pelayanan penjualan mobil, komunikasi interpersonal menjadi salah satu *life skill* penting yang harus dimiliki tenaga penjual agar dapat menghadapi berbagai karakter konsumen.

Pekanbaru sebagai salah satu kota berkembang di Provinsi Riau memiliki aktivitas perdagangan otomotif yang cukup tinggi. Salah satu showroom mobil yang menjalankan usaha penjualan kendaraan adalah Pondok Mobil Arengka Pekanbaru. Dalam menjalankan aktivitas penjualannya, showroom ini memerlukan tenaga penjual yang memiliki *life skill* yang baik agar mampu memberikan pelayanan optimal kepada konsumen dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Namun, dalam praktiknya masih ditemukan beberapa kendala dalam pelayanan penjualan mobil, seperti kurangnya kemampuan komunikasi, kurang optimalnya pelayanan kepada pelanggan, serta kesulitan tenaga penjual dalam memahami karakter konsumen yang berbeda-beda. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *life skill* memiliki peranan penting dalam menunjang keberhasilan pelayanan penjualan mobil di showroom.

Pada dasarnya *lifeskill* yang dimiliki oleh setiap *marketing* itu berbeda – beda berdasarkan pengalaman dan skill dalam melayani konsumen, sebagai contoh pada bulan september 2025 di showoom pondok mobil berhasil menjual mobil sebanyak 16 unit dengan merk yang berbeda dan satu bulan setelahnya yaitu pada bulan okrober 2025 penjualan turun menjadi 11 unit mobil, ini menjadi perhatian penting untuk dilakukannya evaluasi guna meningkatkan penjualan dengan memperbaiki proses pelayanan, pelatihan *marketing*, dan meningkatkan komunikasi. Dalam hal ini seperti yang dikatakan Lestari et al. (2023) juga menunjukkan bahwa peningkatan komunikasi personal dan pelatihan intensif dapat menambah kepercayaan konsumen dan berdampak langsung pada peningkatan penjualan di sektor otomotif. Oleh karena itu, mereformasi proses pelayanan konsumen, memberikan pelatihan berkelanjutan kepada tim *marketing*, dan memperbaiki komunikasi internal dan eksternal showroom merupakan strategi utama untuk mengatasi penurunan penjualan ini.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kualitatif dengan judul **“Life Skill Pelayanan Penjualan Mobil di Showroom Pondok Mobil Arengka Pekanbaru.”** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan *life skill* yang dimiliki tenaga penjual dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, serta memahami faktor pendukung dan penghambat pelayanan penjualan mobil di showroom tersebut.

Metode

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode naturalistik, yaitu menekankan pemahaman fenomena dalam konteks alami dan tanpa manipulasi dari peneliti. Penelitian kualitatif dalam penelitian ini tentang *Lifeskill* pelayanan penjualan mobil di

showroom pondok mobil arengka, pekanbaru. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengungkap pola, tema, dan wawasan yang tidak dapat diukur secara statistik, yang akan memberikan informasi dan gambaran yang lebih komprehensif mengenai objek yang diteliti. Pada penelitian kualitatif ini menggunakan metode pengumpulan data non- numerik seperti, analisis dokumentasi, observasi, dan wawancara.

Dalam penelitiannya Sugiyono (2025) menjelaskan, penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi alamiah, dengan peneliti sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel secara purposive dan snowball, serta teknik pengumpulan data dengan triangulasi. Analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Subjek penelitian terdiri atas tiga informan utama yang dipilih secara purposif, yaitu dua orang tenaga penjual yang ada di showroom pondok mobil, dan satu orang pemilik showroom pondok mobil. Data dikumpulkan melalui observasi nonpartisipatif, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung pelaksanaan pelayanan penjualan, sedangkan wawancara digunakan untuk menggali informasi mengenai pelayanan penjualan. Dokumentasi meliputi data stok, data penjualan, dan SOP. Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan menerapkan triangulasi sumber dan teknik untuk menjaga keabsahan data. Penelitian ini dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip etika penelitian, di mana seluruh informan diberikan penjelasan mengenai tujuan dan prosedur penelitian serta hak mereka untuk menghentikan partisipasi kapan saja. Persetujuan informan diperoleh sebelum pengumpulan data, dan identitas informan dijaga kerahasiaannya.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil

a. Kemampuan Penjual

Berdasarkan hasil dokumentasi, observasi, dan wawancara di showroom Pondok Mobil, ditemukan bahwa kemampuan tenaga penjual dalam memahami spesifikasi mobil melalui dokumen stok yang mencakup merek, tipe, tahun, harga, dan kondisi kendaraan. Mereka mampu menjelaskan spesifikasi secara sistematis dengan kebutuhan konsumen, termasuk fitur, keunggulan, dan sistem pembayaran cash maupun kredit secara rinci. Pengetahuan tersebut diperoleh tidak hanya dari dokumen, tetapi juga dari pengalaman, diskusi dengan rekan kerja, dan pencarian informasi tambahan. Penguasaan produk terlihat dari kemampuan menjelaskan tanpa bergantung pada catatan serta memberikan simulasi kredit kepada pelanggan.

b. Ketepatan Pelayanan

Berdasarkan hasil dokumentasi, observasi, dan wawancara, ketepatan pelayanan tenaga penjual di Showroom Pondok Mobil sudah bekerja sesuai SOP, mulai dari menyambut pelanggan hingga menjelaskan spesifikasi dan proses pembelian secara runtut. Informasi yang disampaikan akurat, jujur, dan sesuai kondisi kendaraan, serta didukung dengan pengecekan langsung pada unit dan dokumen. Tenaga penjual juga menunjukkan kemampuan pelayanan yang efektif dan profesional, seperti mempercepat proses negosiasi, mempersiapkan unit sebelum ditawarkan, serta melayani pelanggan secara adil. Selain itu, mereka bersikap disiplin, ramah, sabar, dan tidak memaksa pelanggan.

c. Sistem Keluhan dan Usul

Berdasarkan hasil dokumentasi, observasi, dan wawancara, sistem penanganan keluhan dan usul di Showroom Pondok Mobil sudah berjalan dengan baik. Tenaga penjual mampu menangani komplain secara sopan, mendengarkan pelanggan dengan penuh perhatian, serta memberikan solusi yang sesuai setelah menganalisis permasalahan. Komplain juga dimanfaatkan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Selain itu, tenaga penjual

menunjukkan sikap responsif, empati, dan profesional dengan memberikan respon cepat, melakukan tindak lanjut melalui telepon atau WhatsApp, serta menyesuaikan penanganan sesuai tingkat masalah.

d. Analisis Pelanggan yang Hilang

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, penyebab utama pelanggan tidak jadi membeli unit di Showroom Pondok Mobil lebih banyak dipengaruhi faktor eksternal, seperti harga, kemampuan finansial, perbandingan dengan showroom lain, serta pertimbangan keluarga. Selain itu, keraguan terhadap unit dan kecocokan harga juga menjadi faktor pendukung. Meskipun demikian, tenaga penjual tetap mampu menganalisis kondisi tersebut, bersikap sopan, tidak memaksa, serta menjaga peluang agar pelanggan dapat kembali. Dari aspek kemampuan, tenaga penjual cukup baik dalam mendampingi proses penawaran, menjelaskan produk, dan melakukan tindak lanjut.

2. Pembahasan

a. Kemampuan Penjual

Kemampuan tenaga penjual di Showroom Pondok Mobil tergolong baik, terutama dalam penguasaan produk, komunikasi, dan pelayanan kepada pelanggan. Tenaga penjual mampu menjelaskan spesifikasi kendaraan tanpa bergantung pada catatan serta memberikan simulasi pembayaran secara rinci sehingga pelanggan lebih mudah memahami produk yang ditawarkan. Ditinjau dari aspek *academic skill*, *vocational skill*, *personal skill*, dan *social skill*, tenaga penjual menunjukkan sikap profesional dan kemampuan komunikasi yang baik, seperti menjaga penampilan sesuai SOP, bersikap sopan, ramah, sabar, serta tidak memaksa pelanggan dalam proses pembelian. Mereka juga mampu memahami karakter pelanggan dan menyesuaikan cara komunikasi agar tercipta kenyamanan dalam pelayanan. Selain itu, tenaga penjual memberikan rekomendasi yang membantu, menjawab pertanyaan secara jujur, dan menjaga hubungan dengan pelanggan setelah transaksi berlangsung. Kemampuan tersebut mencerminkan keterampilan interpersonal yang kuat dalam membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Kemampuan tenaga penjual tidak hanya diperoleh dari dokumen perusahaan, tetapi juga dari pengalaman kerja dan pembelajaran mandiri yang membantu meningkatkan kualitas pelayanan dan kinerja penjualan.

b. Ketepatan Pelayanan

Ketepatan pelayanan di Showroom Pondok Mobil terlihat dari kemampuan tenaga penjual dalam memberikan informasi yang akurat, jujur, dan sesuai dengan kondisi kendaraan yang ditawarkan. Tenaga penjual melakukan pengecekan langsung terhadap kondisi mobil dan dokumen sebelum disampaikan kepada pelanggan sehingga pelayanan yang diberikan dapat dipercaya. Ditinjau dari aspek *academic skill*, *vocational skill*, *personal skill*, dan *social skill*, tenaga penjual menunjukkan kemampuan pelayanan yang efektif, responsif, dan profesional. Mereka mampu mempercepat proses negosiasi melalui komunikasi yang jelas, mempersiapkan kondisi unit mobil sebelum ditawarkan, serta memberikan pelayanan secara adil berdasarkan urutan kedatangan pelanggan. Selain itu, tenaga penjual juga menunjukkan sikap disiplin, sabar, ramah, dan tidak memaksa pelanggan dalam mengambil keputusan sehingga menciptakan kenyamanan selama proses pelayanan berlangsung. Dalam berkomunikasi, tenaga penjual mampu menyesuaikan bahasa dengan karakter pelanggan, menggali kebutuhan pelanggan secara tepat, serta memberikan saran yang sopan dan membantu tanpa menyinggung perasaan pelanggan. Ketepatan pelayanan juga didukung oleh adanya standar operasional prosedur (SOP) yang jelas sehingga membantu tenaga penjual memberikan pelayanan yang konsisten dan terstruktur.

c. Sistem Keluhan dan Usul

Sistem keluhan dan usul di Showroom Pondok Mobil menunjukkan bahwa tenaga penjual tidak hanya menerima keluhan pelanggan, tetapi juga mendengarkan secara penuh, memberikan penjelasan yang sesuai, serta menentukan solusi berdasarkan kondisi yang terjadi sehingga penanganan masalah menjadi lebih tepat. Komplain yang diterima dianalisis terlebih dahulu untuk mengetahui apakah termasuk tanggung jawab perusahaan atau tidak, dan hasilnya digunakan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan di masa mendatang. Selain itu, tenaga penjual juga melakukan tindak lanjut dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan setelah komplain diselesaikan melalui komunikasi yang sopan dan terbuka. Ditinjau dari aspek *academic skill*, *vocational skill*, *personal skill*, dan *social skill*, tenaga penjual menunjukkan respons yang cepat, empati, serta sikap profesional dalam menangani keluhan pelanggan. Mereka aktif melakukan tindak lanjut melalui telepon atau WhatsApp, memberikan respon awal dengan cepat, serta menyesuaikan waktu penanganan berdasarkan tingkat permasalahan yang terjadi. Tenaga penjual juga mampu mengendalikan emosi, tetap tenang saat menghadapi pelanggan yang marah, serta menyampaikan permintaan maaf sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan. Kemampuan tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan tidak hanya berfokus pada penyelesaian masalah, tetapi juga pada upaya menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

d. Analisis Pelanggan yang Hilang

Kehilangan pelanggan di Showroom Pondok Mobil sebagian besar disebabkan oleh faktor eksternal seperti harga kendaraan, kemampuan finansial pelanggan, serta pertimbangan terhadap alternatif lain sebelum mengambil keputusan pembelian. Pelanggan cenderung membandingkan harga dengan showroom lain, mempertimbangkan kondisi keuangan, serta melibatkan keluarga dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, keraguan terhadap kecocokan unit dan harga juga menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan untuk tidak melanjutkan pembelian. Jika dikaitkan dengan aspek *academic skill*, *vocational skill*, *personal skill*, dan *social skill*, tenaga penjual sebenarnya telah menunjukkan kemampuan yang baik dalam mendampingi pelanggan selama proses penawaran hingga tahap *closing*, seperti menjelaskan produk secara langsung, mengarahkan pelanggan saat melihat unit, serta melakukan tindak lanjut kepada pelanggan yang belum melakukan pembelian. Namun, proses negosiasi harga menjadi faktor yang cukup krusial dalam menentukan keberhasilan penjualan karena ketika tidak tercapai kesepakatan harga yang sesuai dengan kemampuan pelanggan, maka potensi kehilangan pelanggan menjadi lebih besar. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi dan strategi negosiasi perlu terus ditingkatkan agar dapat mempengaruhi keputusan pelanggan secara lebih efektif.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian di Showroom Pondok Mobil, kemampuan tenaga penjual, ketepatan pelayanan, serta sistem keluhan dan usul telah berjalan dengan baik. Tenaga penjual menunjukkan penguasaan produk yang mendalam, mampu menjelaskan spesifikasi dan fitur mobil secara jelas, serta menyesuaikan komunikasi dengan karakter dan kebutuhan pelanggan. Proses pelayanan yang akurat dan sistematis, didukung kemampuan interpersonal yang baik, membuat pelanggan merasa nyaman, diperlakukan adil, dan memperoleh informasi yang dapat dipercaya. Penanganan keluhan dan usul pelanggan juga dilakukan secara profesional dengan respons cepat, empati, dan tindak lanjut yang menjaga hubungan jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa tenaga penjual tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator yang mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Meskipun demikian, analisis pelanggan yang hilang menunjukkan bahwa keputusan pembelian sebagian besar dipengaruhi oleh faktor eksternal, seperti harga, kemampuan finansial, dan

pertimbangan alternatif lain, bukan karena kelemahan pelayanan. Tenaga penjual tetap menjaga sikap profesional, ramah, dan komunikatif, serta melakukan tindak lanjut untuk membuka peluang pembelian di masa depan. Namun, kejelasan komunikasi dan strategi negosiasi masih perlu ditingkatkan agar pelanggan dapat memahami informasi dengan lebih baik dan merasa lebih yakin dalam mengambil keputusan. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan pelayanan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan tenaga penjual, tetapi juga oleh interaksi antara pelayanan yang efektif, responsivitas, dan pertimbangan rasional pelanggan.

Daftar Rujukan

- Aji, I. B. P. (2017). *Strategi personal selling penjualan mobil bekas di showroom Garasi Auto Gallery (Periode 2016)*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/16405>
- Anwar. (2006). *Pendidikan kecakapan hidup (Life skills education)*. Alfabeta.
- Ardela, F. P., & Graciafernandy, M. A. (2024). The influence of adaptive selling, relationship capability, selling skills on sales performance. *ADIDAYA: Aplikasi Pendidikan dan Sosial Budaya*, 1(1).
- Lestari, D., Santosa, H., & Wijaya, A. (2023). Enhancing Sales Performance Through Marketing Skills Development and Customer Communication: An Automotive Industry Case Study. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 58, 34-45.
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nufuz, A. K., & Graciafernandy, M. A. (2024). Pengaruh keterampilan menjual, perilaku penjualan adaptif dan orientasi pelanggan terhadap kinerja tenaga penjualan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 17(1), 39-50. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jreb/article/view/8349>
- Putri, K., Lestari, A. I., & Jannah, N. (2024). Analysis of the cycle selling skill system in increasing sales of health insurance products. *Ilomata International Journal of Management*, 5(3), 845-858. <http://www.ilomata.org/index.php/ijim/article/view/1219>
- Yana, N. F. (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada showroom mobil Anugrah Kota Bandung*. Universitas Pasundan. <https://repository.unpas.ac.id/38517/>