

Deskripsi Jabatan :

2.5.1 Area Manajer

Area Manajer memiliki tugas khusus dari *management* untuk mengelola areandan timnya dengan efektif dan efisien untuk mencapai target penjualan. Area Manajer ini memiliki peran paling penting dalam perusahaan, area manajer harus mampu memimpin tim kerjanya dan bertanggung jawab dalam proses delegasi tugas dan tanggung jawab yang akan dibagi dalam unit kecil agar dapat dilaksanakan di lapangan secara efektif dan efisien. Sebagai seorang pemimpin perusahaan Area Manajer harus mengetahui persaingan dalam bidang yang sama yang terjadi di luar perusahaan serta memberikan informasi yang akurat dan detail kepada timnya mengenai kondisi persaingan pasar, peluang-peluang yang ada, dan ancaman yang mungkin terjadi sehingga tim dapat menghadapi persaingan pasar dan dapat menentukan strategi penjualan yang akan dilakukan. Area Manajer ini juga memiliki peran penting dalam menjaga kualitas kerja seluruh karyawannya dengan memberikan pelatihan kerja, dan memberikan motivasi kepada karyawannya.

2.5.2 Kepala Cabang

Kepala Cabang memiliki fungsi untuk mengkoordinasi, mengontrol, dan mengevaluasi seluruh tim kerja yang berada dalam satu cabang tersebut, dan mengontrol kegiatan operasional *service center* (Ahass). Kepala cabang juga bertanggung jawab atas pencapaian target penjualan unit sepeda motor, penjualan *service*, maupun penjualan *spare part*. Untuk mencapai target penjualan tersebut kepala cabang dibantu oleh *Sales counter* dan *Sales Coordinator* dengan bantuan beberapa *sales partner* dan *salaes payroll* dibawah pimpinannya. Kepala cabang memiliki tanggung jawab untuk mengawasi kegiatan operasional *service center* dan meningkatkan target penjualan *service center*, dalam mengoperasikan kegiatan yang ada dalam *service center* kepala cabang akan dibantu oleh kepala mekanik. Bagi perusahaan loyalitas pelanggan sangat penting, untuk menjaga hubungan yang baik antara konsumen dengan perusahaan yang memungkinkan dapat

meningkatkan target penjualan unit maupun *service*, kepala cabang ini dibantu oleh bagian *Customer Relationship Management (CRM)*.

2.5.3 Sales counter

Memiliki tugas untuk melakukan penjualan dan melayani calon konsumen yang datang di *showroom* saja, *sales counter* akan melayani konsumen yang datang ke *showroom* dan menjelaskan serta menunjukkan beberapa produk yang dijual di *showroom*, untuk mempromosikan penjualannya *sales counter* dapat mempromosikan melalui media sosial dan melakukan kanvas dengan jadwal yang sudah ditetapkan. Kanvas adalah salah satu strategi penjualan yang digunakan untuk menawarkan produk kepadamasyarakat, biasanya *sales* akan membawa brosur dan memberikannya kepada orang-orang yang ada di daerah tertentu, kanvas ini biasanya dilakukan di pasar, pedesaan, pameran, dan beberapa tempat ramai lainnya, sehingga *sales* dapat berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat sekitar dan memudahkan para calon konsumen untuk menanyakan produk yang dijual di perusahaan.

2.5.4 Sales Coordinator

Memiliki tugas mengevaluasi dan mengembangkan strategi penjualan untuk meningkatkan penjualan unit sepeda motor. *Sales coordinator* ini merupakan *sales* tetap yang memiliki tanggung jawab untuk mengkoordinasi dan mengawasi kinerja beberapa *sales partner* di bawahnya untuk mencapai target penjualan perusahaan. *Sales partner* ini memiliki tugas untuk membantusales *coordinator* mencapai target penjualan, *sales partner* biasanya melakukan promosi penjualan dengan melakukan kanvas yang didampingi oleh *sales coordinator* mereka. Seluruh *sales* yang ada di perusahaan bertanggung jawab untuk menjaga kepuasan pelanggan, sehingga *sales* harus memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan SOP yang sudah ditetapkan dari perusahaan kepada para pelanggan.

2.5.5 Kepala Mekanik

Bertanggung jawab dalam pembagian tugas kerja dan mengawasi kinerja mekanik yang harus sesuai dengan standar yang ada dan juga Bertanggung

jawab melayani kebutuhan pelanggan yang datang dan keluar bengkel dengan mendengarkan, menganalisa, dan menjelaskan tentang kerusakan kendaraan, membuat Perintah Kerja Bengkel (PKB) dan estimasi waktu serta biaya untuk mencapai kepuasan pelanggan, serta menjaga kerapian data-data kendaraan pelanggan. Mekanik bertanggung jawab terhadap perbaikan kendaraan bermotor sesuai dengan keluhan yang dialami oleh pelanggan, mekanik juga bertanggung jawab untuk mengecek kendaraan bermotor yang sedang dalam perbaikan dan memperbaiki masalah yang ada dengan melakukan konfirmasi terlebih dahulu kepada pelanggan apabila perlu adanya penggantian *spare part*. Dalam melayani konsumen kepala mekanik dibantu oleh *front desk* yang bertugas untuk mencatat segala kegiatan administrasi yang berlangsung di bengkel, *Front desk* juga bertugas untuk melayani konsumen yang datang di bengkel untuk melakukan *service*, mencatat data kendaraan konsumen dan mencatat keluhan kendaraan yang ingin diperbaiki. Setiap transaksi yang berlangsung di bengkel akan dicatat oleh *front desk*, kemudian *front desk* akan memberikan rincian biaya kepada konsumen yang harus dibayarkan dikasir.

2.5.6 Customer Relationship Management (CRM)

Memiliki tanggung jawab untuk menjaga hubungan dengan konsumen baik konsumen *showroom* maupun *service center*. *Customer Relationship Management (CRM)* juga memiliki tugas yang berhubungan dengan *Customer Data Base (CDB)*, *Repeat Order (RO)*, dan *Cross Selling*. Data pembelian sepeda motor konsumen yang masuk di *dealer* harus dipastikan oleh bagian *Customer Relationship Management (CRM)* bahwa data tersebut benar dan dapat diolah oleh perusahaan, biasanya *Customer Relationship Management (CRM)* akan menghubungi konsumen melalui telepon dan melakukan konfirmasi mengenai data pembelian sepeda motor di *dealer*. Keluhan pelanggan mengenai pelayanan, produk, atau kualitas *service* juga menjadi tanggung jawab *Customer Relationship Management (CRM)*, disini *Customer Relationship Management (CRM)* bertugas untuk memberikan solusi mengenai keluhan dari pelanggan, sehingga tidak menimbulkan rasa kecewa bagi pelanggan.

LAMPIRAN



Lampiran 1. Foto Penyerahan bingkisan dan Mahasiswa, antara Dosen Pengampu dan Kep. Cabang PT. Tunas Dwipa Matra Honda (Raden Intan)



Lampiran 2. Foto Mahasiswa pada saat jam Operasional Perusahaan



Lampiran 3. Foto wawancara dengan kepala administrasi

LEMBAR WAWANCARA

Hari/Tanggal : Senin, 12 Agustus 2024
 Nama Narasumber : Magdalena Napitupulu
 Jabatan : ADH

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Menurut Bapak/ibu yang mewakili PT.TUNAS DWIPA MATRA HONDA (Raden intan) Strategi Pelayanan itu seperti apa?	Ada training Front Line People : 1.Training Customer Experience Front Line People 2.Training Up Selling Front Line People
2	Strategi apa yang di pakai oleh PT.TUNAS DWIPA MATRA HONDA (Raden intan) untuk meningkatkan kualitas Pelayanan tersebut ?	Setiap jabatan seperti Front Line People ada namanya standar kompetensi yang berpedoman pada standar operasional.
3	Dari Strategi yang sudah ibu sebutkan,Strategi manakah yang paling efektif di gunakan pada karyawan PT.TUNAS DWIPA MATRA HONDA (Raden intan)	Training Up Selling Front Line People
4	Adakah Pelatihan (Training) yang diberikan kepada karyawan untuk meningkatkan pelayanan? Setiap berapa periode?	Ada, sesuai jabatan yang terdapat pada setiap karyawan,2 kali/Tahun
5	Dalam upaya mengembangkan kualitas karyawan dalam pelayanan menurut ibu kelebihan seperti apa? Dan kekurangannya seperti apa?	Kelebihan : Mapping kompetensi Terukur Kekurangan : Standarisasi kelulusan setiap training belum ada
6	Apakah ada kendala yang di temui dalam strაცი tersebut ?	Tidak Ada

Banda-Lampung, 12 Agustus 2024
 AHASS 00297
 TUNAS DWIPA
 0721 661000 / 0819 2303 0019
 Magdalena Napitupulu

Lampiran 4. Hasil wawancara



Lampiran 5. Foto dokumentasi dengan Team TDM Raden intan



Lampiran 6. Foto Penjemputan Mahasiswa, antara Dosen Pengampu dan Kepala Cabang.