



Pendampingan Manajemen Perawatan Produk Pada Showroom Jati Subur Mobil

Zamzami Achmad Baihaqi^{*1}, Hery Pudjoprastyono²

^{1,2} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Kota Surabaya, Indonesia

*Corresponding Author: zamzamiach45@gmail.com

Info Article	
Received : 01 Mei 2026	Abstract: <i>The intensifying competition among used-car showrooms requires optimal vehicle quality management and customer service to build consumer trust. Jati Subur Mobil Showroom in Surabaya still faces challenges in maintaining consistent vehicle care and customer service amid this competitive business environment. This community service activity aims to assist the partner in implementing product maintenance management strategies to improve vehicle management and customer service quality. The method applied consultation, education, and direct mentoring through the stages of observation, problem identification, strategy implementation, monitoring, and evaluation, with data analyzed descriptively. The activity was conducted from February to May 2026 through education on routine vehicle inspection, quality control, cleanliness management, and strengthened service communication. The results show that vehicle management became more structured and consistent, while service quality improved through responsive, informative, and transparent communication with consumers. The activity is concluded to have strengthened consumer trust and the sustainable competitiveness of the used-car showroom.</i>
Revised : 03 Juni 2026	
Accepted : 02 Juli 2026	
Publication : 31 Juli 2026	
Keywords: <i>Product Maintenance Management, Customer Service, Consumer Trust, Used Car Showroom, Quality Control.</i>	
Kata Kunci: Manajemen Perawatan Produk, Pelayanan Konsumen, Kepercayaan Konsumen, Showroom Mobil Bekas, Quality Control	Abstrak: Persaingan usaha showroom mobil bekas yang semakin ketat menuntut pengelolaan kualitas kendaraan dan pelayanan konsumen yang optimal guna membangun kepercayaan pelanggan. Showroom Jati Subur Mobil di Surabaya masih menghadapi kendala dalam menjaga konsistensi perawatan kendaraan dan pelayanan konsumen di tengah persaingan usaha. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan mendampingi mitra dalam menerapkan strategi manajemen perawatan produk guna meningkatkan kualitas pengelolaan kendaraan dan pelayanan konsumen. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan konsultasi, edukasi, dan pendampingan langsung melalui tahapan observasi, identifikasi masalah, implementasi strategi, monitoring, dan evaluasi, dengan data dianalisis secara deskriptif. Kegiatan dilaksanakan pada Februari - Mei 2026 melalui edukasi inspeksi kendaraan rutin, quality control, pengelolaan kebersihan, serta penguatan komunikasi pelayanan. Hasil kegiatan menunjukkan pengelolaan kendaraan menjadi lebih terstruktur dan konsisten, sedangkan pelayanan meningkat melalui komunikasi yang responsif, informatif, dan transparan kepada konsumen. Kesimpulannya mampu memperkuat kepercayaan konsumen & daya saing showroom mobil bekas secara berkelanjutan.
Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License 	

INTRODUCTION

Perkembangan industri otomotif di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat, khususnya pada sektor kendaraan bekas (Tesaloni, 2025). Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap kendaraan pribadi mendorong tingginya permintaan mobil bekas sebagai alternatif kendaraan dengan harga yang lebih terjangkau (Nugraha, 2022). Kondisi tersebut menjadikan bisnis showroom mobil bekas berkembang di berbagai daerah dan memiliki potensi usaha yang cukup besar. Di sisi lain, meningkatnya jumlah pelaku usaha showroom mobil bekas juga menyebabkan persaingan usaha semakin ketat, baik dalam aspek kualitas kendaraan maupun pelayanan kepada konsumen (Dermawan et al., 2025).

Dalam persaingan bisnis showroom mobil bekas, kualitas kendaraan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Saepuloh & Handoko, 2025). Konsumen cenderung memilih kendaraan yang memiliki kondisi baik, nyaman digunakan, dan memiliki kualitas yang terjamin (Watriningsi & Carlos, 2021). Kondisi kendaraan yang terawat dapat meningkatkan nilai jual kendaraan serta memberikan daya tarik lebih bagi konsumen. Sebaliknya, kendaraan yang tidak mendapatkan perawatan optimal berisiko menurunkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap showroom (Rahmawati & Maulidya Effendi, 2025).

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menjaga kualitas kendaraan adalah melalui penerapan manajemen perawatan produk. Manajemen perawatan produk meliputi kegiatan inspeksi kendaraan, servis teknis, quality control, dan perawatan kendaraan sebelum dipasarkan kepada konsumen (Anas Faridrahman & Gunawan, 2023). Penerapan manajemen perawatan produk tidak hanya bertujuan menjaga kualitas kendaraan, tetapi juga menjadi strategi showroom dalam meningkatkan nilai jual kendaraan dan membangun citra usaha yang baik di mata konsumen (Kurniawati & Artaningrum, 2024).

Kepercayaan konsumen menjadi aspek penting dalam proses pembelian mobil bekas (Haris et al., 2026). Konsumen saat ini cenderung lebih selektif dan memperhatikan transparansi kondisi kendaraan serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh showroom (Atmaja & Teofilus, 2023). Pelayanan yang baik dan keterbukaan informasi mengenai kondisi kendaraan dapat meningkatkan rasa aman dan kepercayaan konsumen dalam melakukan transaksi pembelian (Saputra & Wala, 2025). Oleh karena itu, pengelolaan kendaraan dan pelayanan yang optimal menjadi bagian penting dalam membangun loyalitas pelanggan.

Showroom Jati Subur Mobil merupakan salah satu pelaku usaha di bidang penjualan kendaraan bekas yang telah menerapkan strategi pelayanan dan pengelolaan kendaraan dalam mendukung aktivitas penjualan. Namun demikian, showroom masih menghadapi kendala dalam menjaga konsistensi kualitas kendaraan dan meningkatkan kepercayaan konsumen di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pendampingan strategi manajemen perawatan produk guna mendukung peningkatan kualitas pelayanan showroom.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pendampingan strategi manajemen perawatan produk pada Showroom Jati Subur Mobil. Pendampingan dilakukan melalui edukasi terkait inspeksi kendaraan, quality control, penguatan pelayanan, serta transparansi informasi kepada konsumen. Kegiatan pendampingan dilaksanakan melalui tahapan observasi, identifikasi masalah, edukasi, implementasi strategi, serta monitoring dan evaluasi kegiatan bersama pihak showroom.

Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mitra mengenai strategi manajemen perawatan produk dalam mendukung kualitas pelayanan showroom mobil bekas. Selain itu, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas pengelolaan kendaraan, memperkuat kepercayaan konsumen, serta meningkatkan daya saing usaha Showroom Jati Subur Mobil secara berkelanjutan.

METHOD

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan konsultasi, edukasi, dan pendampingan secara langsung kepada mitra usaha. Pendekatan tersebut dilakukan untuk membantu mitra dalam memahami serta menerapkan strategi manajemen perawatan produk guna meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen pada showroom mobil bekas (Kaharudin et al., 2021). Kegiatan pengabdian dilaksanakan melalui proses observasi, pemberian materi edukasi, implementasi strategi, serta monitoring dan evaluasi kegiatan secara bertahap sesuai dengan kebutuhan mitra.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada Februari hingga Mei 2026 di Showroom Jati Subur Mobil yang berlokasi di Jl. Rungkut Alang-Alang No.195, Kali Rungkut, Kec. Rungkut, Surabaya, Jawa Timur 60293. Peserta kegiatan terdiri atas pemilik showroom dan staf yang terlibat dalam pengelolaan kendaraan serta pelayanan konsumen. Metode kegiatan difokuskan pada penguatan strategi manajemen perawatan

produk melalui edukasi terkait inspeksi kendaraan, quality control, pelayanan konsumen, dan transparansi informasi kendaraan.

Tahapan pelaksanaan kegiatan disusun agar proses pendampingan berjalan sistematis dan sesuai dengan kebutuhan mitra. Tahap awal dilakukan melalui identifikasi permasalahan, kemudian dilanjutkan dengan perencanaan program pendampingan, sosialisasi dan edukasi, pendampingan implementasi, serta monitoring dan evaluasi. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pendampingan ditunjukkan pada Table 1.

Table 1 Tahapan Pelaksanaan Pendampingan

Tahapan Kegiatan	Uraian Kegiatan
Identifikasi Permasalahan	Melakukan observasi dan diskusi bersama pihak showroom untuk mengidentifikasi kondisi usaha, pengelolaan kendaraan, serta permasalahan pelayanan konsumen yang dihadapi mitra
Perencanaan Program Pendampingan	Menyusun program pendampingan, materi kegiatan, jadwal pelaksanaan, dan strategi implementasi manajemen perawatan produk sesuai kebutuhan mitra
Sosialisasi dan Edukasi	Memberikan edukasi mengenai pentingnya manajemen perawatan produk yang meliputi inspeksi kendaraan, perawatan teknis, quality control, pelayanan konsumen, dan transparansi informasi kendaraan
Pendampingan Implementasi	Melakukan pendampingan secara langsung terkait penerapan strategi manajemen perawatan produk, pengecekan kendaraan, pengelolaan kebersihan kendaraan, pelayanan konsumen, dan komunikasi pelayanan kepada konsumen
Monitoring dan Evaluasi	Melakukan pengamatan terhadap perkembangan implementasi program pendampingan serta mengevaluasi perubahan kualitas pelayanan dan pengelolaan kendaraan setelah kegiatan dilaksanakan

Melalui tahapan pendampingan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat diharapkan mampu membantu mitra dalam meningkatkan kualitas pengelolaan kendaraan dan pelayanan konsumen secara lebih optimal. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat memperkuat penerapan strategi manajemen perawatan produk pada showroom sehingga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing usaha secara berkelanjutan.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, diskusi dengan pemilik dan staf showroom, serta dokumentasi aktivitas pendampingan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan. Analisis deskriptif dipilih karena kegiatan pengabdian ini berfokus pada perubahan proses pengelolaan kendaraan dan pelayanan konsumen yang terjadi pada mitra setelah pendampingan.

RESULTS AND DISCUSSION

Kondisi Mitra dan Pelaksanaan Pendampingan

Showroom Jati Subur Mobil merupakan usaha yang bergerak pada bidang penjualan kendaraan bekas di Kota Surabaya. Dalam kegiatan operasionalnya, showroom menyediakan berbagai jenis kendaraan bekas yang dipasarkan secara langsung kepada konsumen. Kondisi showroom secara umum telah mendukung aktivitas penjualan kendaraan, namun pengelolaan perawatan kendaraan dan pelayanan konsumen masih perlu diperkuat agar kualitas kendaraan tetap terjaga secara konsisten. Sebelum kegiatan pendampingan dilakukan, proses pengecekan kendaraan dan pengelolaan kebersihan kendaraan masih dilakukan secara sederhana serta belum memiliki jadwal yang terstruktur.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pendampingan dilakukan melalui diskusi dan edukasi bersama pemilik serta karyawan showroom terkait strategi manajemen perawatan produk dan pelayanan konsumen. Pendampingan difokuskan pada penguatan inspeksi kendaraan, quality control, pengelolaan kebersihan kendaraan, serta transparansi pelayanan kepada konsumen sebagai upaya meningkatkan kepercayaan pelanggan. Dalam pelaksanaan kegiatan, pihak showroom berpartisipasi aktif mulai dari proses identifikasi permasalahan hingga implementasi strategi yang diberikan sehingga kegiatan pendampingan dapat berjalan dengan baik.

Partisipasi mitra menjadi faktor penting dalam keberhasilan kegiatan pendampingan karena perubahan sistem pengelolaan kendaraan tidak hanya membutuhkan pemahaman, tetapi juga komitmen dalam pelaksanaan harian. Pemilik dan staf showroom memberikan informasi mengenai kondisi operasional, kendala pelayanan, serta kebiasaan pengecekan kendaraan yang selama ini dilakukan. Informasi tersebut menjadi dasar dalam menyusun strategi pendampingan agar sesuai dengan karakteristik usaha dan kebutuhan mitra.



Figure 1. Mitra Pendampingan

Implementasi Strategi Manajemen Perawatan Produk

Implementasi strategi manajemen perawatan produk dilakukan melalui pendampingan terhadap proses inspeksi dan quality control kendaraan pada Showroom Jati Subur Mobil. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu mitra menjaga kualitas kendaraan sebelum dipasarkan kepada konsumen. Proses pengecekan dilakukan secara rutin pada setiap unit kendaraan sebanyak dua kali dalam satu minggu yang meliputi pemeriksaan kondisi mesin, interior, eksterior, kebersihan kendaraan, serta kelayakan kendaraan secara umum. Selain itu, dilakukan juga pendampingan terkait proses perbaikan kendaraan apabila ditemukan kendala pada beberapa bagian kendaraan agar kualitas kendaraan tetap terjaga sebelum dipasarkan kepada konsumen.

Kegiatan pengecekan dan perawatan kendaraan yang dilakukan bersama pihak showroom ditunjukkan pada Figure 2. Melalui kegiatan tersebut, pihak showroom mulai menerapkan proses quality control kendaraan secara lebih terstruktur dibandingkan sebelumnya. Pendampingan ini membantu mitra dalam meningkatkan ketelitian pada proses pengecekan kendaraan sehingga kondisi kendaraan yang dipasarkan dapat lebih terjamin kualitasnya. Selain itu, penerapan inspeksi kendaraan secara rutin juga menjadi upaya showroom dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas kendaraan yang ditawarkan.

Quality control kendaraan diarahkan pada pemeriksaan aspek yang mudah diamati oleh konsumen maupun aspek teknis yang perlu diperhatikan sebelum unit ditawarkan. Pemeriksaan dilakukan agar showroom mampu mengetahui kondisi kendaraan secara lebih jelas, sehingga informasi yang disampaikan kepada konsumen menjadi lebih akurat. Dengan demikian, kegiatan quality control tidak hanya berfungsi menjaga kualitas produk, tetapi juga mendukung transparansi informasi dalam proses pelayanan.



Figure 2 Pengecekan dan Perbaikan Unit

Selain proses inspeksi kendaraan, kegiatan pendampingan juga difokuskan pada pengelolaan kebersihan dan tampilan kendaraan showroom. Kendaraan yang dipasarkan dibersihkan secara rutin untuk menjaga tampilan kendaraan tetap bersih, rapi, dan menarik bagi konsumen. Kegiatan pembersihan meliputi pencucian kendaraan, pembersihan interior, serta penataan kendaraan pada area showroom agar terlihat lebih nyaman dan profesional. Pengelolaan tampilan kendaraan menjadi bagian penting dalam mendukung kualitas pelayanan showroom kepada konsumen.

Kegiatan pembersihan kendaraan pada area showroom ditunjukkan pada Figure 3. Melalui pendampingan ini, showroom mulai menerapkan pengelolaan kebersihan kendaraan secara lebih konsisten sebagai bagian dari strategi manajemen perawatan produk. Kondisi kendaraan yang bersih dan terawat memberikan kesan positif kepada konsumen serta mendukung peningkatan nilai jual kendaraan pada showroom. Kebersihan kendaraan juga berkaitan dengan persepsi kualitas yang diterima konsumen. Kendaraan yang bersih, rapi, dan tertata dapat memberikan gambaran bahwa showroom memiliki perhatian terhadap detail dan keseriusan dalam menjaga kondisi unit. Oleh karena itu, kegiatan pembersihan tidak hanya dipahami sebagai aktivitas tambahan, tetapi sebagai bagian dari sistem pelayanan yang mendukung kepercayaan konsumen.



Figure 3 Pembersihan Unit Kendaraan

Penguatan Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

Penguatan pelayanan konsumen dilakukan melalui pendampingan terkait komunikasi pelayanan dan transparansi informasi kendaraan kepada konsumen. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu showroom meningkatkan kualitas pelayanan sehingga mampu membangun kepercayaan konsumen terhadap kendaraan yang dipasarkan. Dalam kegiatan pendampingan, pihak showroom diberikan pemahaman mengenai pentingnya memberikan informasi kendaraan secara jelas dan terbuka, mulai dari kondisi

kendaraan, riwayat perawatan, hingga kualitas kendaraan yang ditawarkan kepada konsumen.

Selain itu, pendampingan juga difokuskan pada peningkatan komunikasi pelayanan kepada konsumen selama proses penjualan berlangsung. Pihak showroom diarahkan untuk memberikan pelayanan yang lebih responsif, ramah, dan informatif agar konsumen merasa nyaman dalam melakukan transaksi pembelian kendaraan. Kegiatan pelayanan konsumen yang dilakukan oleh pihak showroom ditunjukkan pada Figure 4. Melalui penguatan pelayanan tersebut, showroom mulai menerapkan komunikasi pelayanan yang lebih baik sebagai upaya meningkatkan kepuasan dan rasa percaya konsumen terhadap showroom.

Transparansi informasi menjadi salah satu aspek penting dalam membangun hubungan antara showroom dan konsumen. Konsumen mobil bekas umumnya membutuhkan kepastian mengenai kondisi unit, riwayat perawatan, serta kelayakan kendaraan sebelum mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, pihak showroom didorong untuk memberikan penjelasan secara jujur, mudah dipahami, dan sesuai dengan kondisi kendaraan yang ditawarkan.



Figure 4 Pelayanan Konsumen pada Showroom

Peningkatan kualitas pelayanan menjadi salah satu langkah penting dalam mendukung keberhasilan usaha showroom mobil bekas di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif. Pelayanan yang baik dan transparan dapat memberikan kesan positif kepada konsumen serta membantu showroom dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dengan adanya kegiatan pendampingan ini, pihak showroom menjadi lebih memahami pentingnya kualitas pelayanan sebagai bagian dari strategi meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing usaha.

Pada tahap ini, pendampingan tidak hanya menekankan kemampuan menjelaskan informasi kendaraan, tetapi juga sikap pelayanan yang ramah dan responsif. Komunikasi yang baik dapat membantu konsumen merasa dihargai dan memperoleh ruang untuk

bertanya mengenai kondisi kendaraan. Hal tersebut penting karena proses pembelian mobil bekas tidak hanya berkaitan dengan harga, tetapi juga rasa aman dan keyakinan konsumen terhadap pihak showroom.

Hasil dan Luaran Kegiatan Pendampingan

Kegiatan pendampingan yang dilaksanakan pada Showroom Jati Subur Mobil memberikan dampak positif terhadap pengelolaan kendaraan dan kualitas pelayanan showroom. Setelah kegiatan pendampingan dilakukan, pihak showroom menunjukkan peningkatan pemahaman terkait pentingnya manajemen perawatan produk sebagai upaya menjaga kualitas kendaraan dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Mitra juga mulai memahami pentingnya penerapan inspeksi kendaraan, quality control, serta pengelolaan kebersihan kendaraan secara lebih terstruktur dan konsisten.

Selain itu, kegiatan pendampingan turut memberikan perubahan pada kualitas pelayanan showroom kepada konsumen. Pihak showroom mulai menerapkan komunikasi pelayanan yang lebih baik, memberikan informasi kendaraan secara lebih terbuka, serta meningkatkan perhatian terhadap kenyamanan konsumen selama proses transaksi berlangsung. Respon mitra terhadap kegiatan pendampingan juga menunjukkan hasil yang positif karena kegiatan yang dilakukan dinilai mampu membantu showroom dalam meningkatkan kualitas pengelolaan kendaraan dan pelayanan konsumen. Hasil perubahan sebelum dan sesudah kegiatan pendampingan ditunjukkan pada Table 2.

Luaran utama dari kegiatan pendampingan ini adalah terbentuknya pola pengelolaan kendaraan yang lebih terarah. Mitra mulai memiliki gambaran mengenai pentingnya jadwal pengecekan, kebersihan unit, serta komunikasi pelayanan yang konsisten. Perubahan tersebut menjadi dasar bagi showroom untuk membangun sistem kerja yang lebih profesional dan berkelanjutan.

Table 2 Hasil Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Aspek	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
Pengecekan kendaraan	Dilakukan secara sederhana dan belum terjadwal	Dilakukan secara rutin dan lebih terstruktur
Quality control kendaraan	Belum dilakukan secara konsisten	Mulai diterapkan secara lebih optimal
Kebersihan kendaraan	Pengelolaan kebersihan belum maksimal	Kebersihan kendaraan lebih terjaga
Pelayanan konsumen	Komunikasi pelayanan masih sederhana	Pelayanan lebih responsif dan informatif
Transparansi informasi kendaraan	Informasi kendaraan belum disampaikan secara maksimal	Informasi kendaraan disampaikan lebih terbuka kepada konsumen

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada Table 2, kegiatan pendampingan strategi manajemen perawatan produk pada Showroom Jati Subur Mobil memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas operasional showroom. Perubahan terlihat pada sistem pengecekan kendaraan yang sebelumnya dilakukan secara sederhana menjadi lebih rutin dan terstruktur, serta mulai diterapkannya quality control kendaraan secara lebih optimal. Selain itu, pengelolaan kebersihan kendaraan juga mengalami peningkatan sehingga kondisi kendaraan yang dipasarkan menjadi lebih terawat dan memiliki tampilan yang lebih baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan perawatan kendaraan yang dilakukan secara konsisten dapat mendukung peningkatan kualitas produk dan nilai jual kendaraan pada showroom mobil bekas (Sirait et al., 2025).

Dari aspek pelayanan, kegiatan pendampingan juga memberikan perubahan terhadap kualitas komunikasi pelayanan dan transparansi informasi kendaraan kepada konsumen. Pihak showroom mulai memberikan pelayanan yang lebih responsif, informatif, dan terbuka terkait kondisi kendaraan yang dipasarkan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan keterbukaan informasi memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap showroom. Hasil kegiatan ini sejalan dengan beberapa kajian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, pengelolaan produk, dan transparansi informasi dapat mendukung peningkatan kepuasan serta kepercayaan konsumen dalam proses pembelian kendaraan bekas (Jong, 2021).

Secara umum, kegiatan pendampingan menunjukkan bahwa manajemen perawatan produk tidak dapat dipisahkan dari pelayanan konsumen. Kendaraan yang dikelola dengan baik akan mendukung kualitas produk, sedangkan pelayanan yang responsif dan informatif akan membantu konsumen memahami kualitas tersebut (Ayuningtyas & Suseno, 2025). Kombinasi antara perawatan produk dan pelayanan yang transparan menjadi strategi penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap showroom mobil bekas.

CONCLUSION

Kegiatan pendampingan strategi manajemen perawatan produk pada Showroom Jati Subur Mobil berhasil membantu mitra dalam meningkatkan kualitas pengelolaan kendaraan dan pelayanan konsumen. Melalui kegiatan pendampingan, showroom mulai menerapkan inspeksi kendaraan secara rutin, quality control kendaraan, serta pengelolaan kebersihan kendaraan secara lebih terstruktur. Selain itu, pihak showroom

juga mulai meningkatkan kualitas komunikasi pelayanan dan transparansi informasi kendaraan kepada konsumen sebagai upaya membangun kepercayaan pelanggan.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan positif pada pengelolaan operasional showroom sebelum dan sesudah pendampingan. Faktor pendukung kegiatan meliputi partisipasi aktif pemilik dan karyawan showroom serta keterbukaan mitra dalam menerapkan strategi yang diberikan. Sementara itu, faktor penghambat kegiatan berupa keterbatasan waktu operasional showroom dan perlunya konsistensi dalam penerapan strategi manajemen perawatan produk secara berkelanjutan. Dengan adanya kegiatan pendampingan ini, showroom diharapkan mampu meningkatkan profesionalisme usaha dan memperkuat daya saing bisnis kendaraan bekas secara berkelanjutan.

Sebagai rekomendasi, mitra perlu mempertahankan jadwal inspeksi kendaraan, memperkuat pencatatan hasil pengecekan, dan menjaga standar komunikasi pelayanan kepada konsumen. Upaya tersebut penting agar hasil pendampingan tidak berhenti pada saat kegiatan selesai, tetapi dapat diterapkan sebagai kebiasaan operasional dalam jangka panjang.

ACKNOWLEDGEMENT

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pemilik dan seluruh pihak Showroom Jati Subur Mobil atas izin, dukungan, serta partisipasi aktif yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan pendampingan dan pengumpulan data dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing atas arahan, masukan, dan bimbingan selama proses penyusunan artikel, serta kepada rekan-rekan yang turut membantu dalam pelaksanaan kegiatan dan dokumentasi di lapangan. Penulis turut mengapresiasi seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

REFERENCES

- Anas Faridrahman, & Gunawan, D. (2023). Sistem informasi monitoring kelayakan dan perawatan kendaraan angkutan barang pada PT Mitra Gemah Sentosa Jakarta berbasis website. *INFOTECH: Jurnal Informatika & Teknologi*, 4(2), 179–190. <https://doi.org/10.37373/infotech.v4i2.748>
- Atmaja, I., & Teofilus, T. (2023). Pengaruh information transparency terhadap purchase intention yang dimoderasi oleh regulatory focus. *DeReMa (Development of*

- Research Management): Jurnal Manajemen, 18(2).
<https://doi.org/10.19166/derema.v18i2.7087>
- Ayuningtyas, S., & Suseno, A. (2025). Optimalisasi kualitas produksi mobil di. STRING (Satuan Tulisan Riset dan Inovasi Teknologi), 9(3), 291–300.
- Dermawan, D., Satriardi, S., Qurthuby, M., Ardi, H. A., & Denur, D. (2025). Analisis dan pengembangan strategi pemasaran mobil bekas dengan pendekatan SWOT dan QSPM (Studi kasus: CV. X Pekanbaru). Jurnal Teknik Industri Terintegrasi, 8(2), 2220–2228. <https://doi.org/10.31004/jutin.v8i2.46749>
- Haris, M. I., Asnora, F. H., & Harahap, N. J. (2026). Pengaruh kepercayaan konsumen, keberagaman produk, promosi, dan servicescape terhadap keputusan pembelian pada bengkel mobil di Rantauprapat. Jurnal Bisnis Mahasiswa. <https://doi.org/10.60036/jbm.863>
- Jong, N. W. (2021). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PT Sentra Oli, Parepare, Sulawesi Selatan. Performa, 6(2), 162–171. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2076>
- Kaharudin, E., Triyono, D., & Vernando, A. N. (2021). Analisis kepercayaan konsumen, kualitas produk, kualitas website, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, 8(2), 1–8. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v8i2.12046>
- Kurniawati, N. S. E., & Artaningrum, R. G. (2024). Penerapan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan mobil bekas di Heaven Motor (Implementation of marketing strategy to increase second car sales at Heaven Motor). Studi Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen, 4(1), 69–79. <https://doi.org/10.35912/sakman.v4i1.3166>
- Nugraha, A. (2022). Analisis bauran pemasaran dalam pembelian mobil bekas di Perkasa Mobil. Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL, 10(4), 273. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i4.8979>
- Rahmawati, E., & Effendi, P. M. (2025). Pemodelan keputusan konsumen untuk pembelian mobil bekas menggunakan K-means clustering. INFOTECH: Jurnal Informatika & Teknologi, 6(1), 22–33. <https://doi.org/10.37373/infotech.v6i1.1587>
- Saepuloh, A., & Handoko, B. (2025). Pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian mobil bekas pada Showroom Mobil Nurayhan

- Motor. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(2), 817–826. <https://doi.org/10.30651/jms.v10i2.25766>
- Saputra, R., & Wala, G. N. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas konsumen dalam industri jasa: Study literature review. *Jurnal Greenation Sosial dan Politik*, 2(2), 88–99. <https://doi.org/10.38035/jgsp.v2i2.202>
- Sirait, A. N. A. B., Suliawati, S., & Arfah, M. (2025). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha NMAX di Dealer PT Alfa Scorpii Kampung Pajak, Labuhan Batu Utara. *Blend Sains: Jurnal Teknik*, 3(3), 286–299. <https://doi.org/10.56211/blendsains.v3i3.811>
- Tesaloni, L. (2025). Pasar mobil bekas naik 5% di kuartal III-2025, berpotensi melesat jelang akhir tahun. *Kontan*. <https://industri.kontan.co.id/news/pasar-mobil-bekas-naik-5-di-kuartal-iii-2025-berpotensi-melesat-jelang-akhir-tahun>
- Watriningsi, & Carlos, A. S. (2021). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 12(1), 77–88. <https://doi.org/10.55208/x1znw494>