

PENERAPAN STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN PANGSA PASAR PADA PT. NUSANTARA INDAH DAIHATSU BANJARMASIN

Sherly Amelia¹⁾, H. M Harlie²⁾, Teguh Wicaksono³⁾

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin,
18.31.0818

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin,
0006075902

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin,
1116028801

e-mail : sherlyamelia93@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: bagaimana penerapan strategi bersaing dalam meningkatkan pangsa pasar pada PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin. Rancangan penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dan merupakan penelitian yang jelas skala ukurnya (data numerik) dan hasil analisisnya akan diinterpretasikan secara deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder. Data primer dilakukan dengan cara wawancara kepada informan penelitian yaitu supervisor (informan kunci), karyawan (informan utama) serta observasi langsung ke lapangan. Data sekunder dilakukan dengan cara studi kepustakaan, dokumentasi dan penelusuran data online. Populasi penelitian sebagian karyawan PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin dan sampel sebanyak 30 orang responden. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa penjualan mobil pada PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin adalah dengan menerapkan segmentasi, target, positioning yang benar dan tepat dengan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4P: strategi produk (*product*) yang mana produk yang dijual berkualitas dan menyesuaikan perkembangan jaman, strategi harga (*price*) yang cukup terjangkau karena menyesuaikan dengan target pasar dan bisa terbilang relatif murah, strategi penentuan lokasi (*place*) tempatnya pas dan juga strategis yaitu berada ditengah kota Banjarmasin, strategi promosi (*promotion*) yang bagus dengan menyebarkan brosur-brosur, promosi dipameran besar ataupun melalui sosial media.

Kata Kunci: Penerapan Strategi Bersaing; Pangsa Pasar

ABSTRACT

This study aims to examine: how the implementation of competitive strategy in increasing market share at PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin. The design of this research is descriptive quantitative research and is a research that has a clear measurement scale (numeric data) and the results of the analysis will be interpreted descriptively. With data collection techniques using primary and secondary data. Primary data was conducted by interviewing research informants, namely supervisors (key informants), employees (main informants) and direct observation to the field. Secondary data is carried out by means of library research, documentation and online data searching. The research population is some employees of PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin and a sample of 30 respondents. The results of the research conducted indicate that car sales at PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin is to implement correct and appropriate segmentation, targeting, positioning by using the marketing mix which consists of 4Ps: product strategy (product) where the products sold are of high quality and adjust to the times, price strategy (price) which is quite affordable because it adapts to the target market and can be said to be relatively cheap, the location strategy is appropriate and also strategic, namely in the middle of the city of Banjarmasin, a good promotion strategy by distributing brochures, promotions at large exhibitions or through social media.

Keywords: Implementation of Competitive Strategy; Market share

PENDAHULUAN

Berkembangnya sejumlah industri otomotif di Indonesia, khususnya pada mobil semakin menciptakan persaingan yang cukup kompetitif. Berbagai macam produk dan merk unggulan di tawarkan oleh perusahaan otomotif guna menarik pembeli. Hal ini akhirnya berdampak pada penjualan unitnya. Maka Perusahaan PT. Nusantara Indah Daihatsu menggunakan strategi bersaing yang tepat agar dapat meningkatkan pangsa pasarnya dan dapat bersaing secara kompetitif dengan perusahaan pesaingnya.

Persaingan adalah keadaan dimana perusahaan pada pasar produk atau jasa tertentu akan memperlihatkan keunggulannya masing-masing, dengan atau tanpa terikat peraturan tertentu dalam rangka meraih pelanggannya (Kotler dan Porter : 2010). Grant (1999) mengemukakan Strategi bersaing adalah kombinasi antara akhir dan tujuan yang diperjuangkan oleh perusahaan dengan alat (kebijaksanaan) dimana perusahaan berusaha sampai kesana. Menurut Sunyoto (2015:3), terdapat lima dimensi untuk menentukan strategi bersaing yaitu : Harga, Kualitas, Pengiriman, Inovasi, dan Time to market.

Penerapan strategi bersaing yang di terapkan PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin ini tidak terlepas dari visi yang di miliki oleh perusahaan yaitu “ menjadi rekan bisnis di tunjang oleh manajemen yang profesional serta manfaat yang prima bagi *stake holder*”. Melalui visi ini perusahaan senantiasa meningkatkan kinerjanya dan membangun komitmen setiap jajaran diperusahaan untuk memproduksi barang yang unggul dan inovatif melalui hasil kerja yang prima, meningkatkan daya saing perusahaan dipasar nasional ataupun internasional serta memajukan pencapaian cita-cita bersama yaitu kemajuan perusahaan dan kesejahteraan karyawan (Sandra & Dewi, 2022).

Pejualan yang dilaksanakan oleh perusahaan bertujuan untuk mencapai volume penjualan yang diharapkan dan menguntungkan untuk mencapai laba maksimum bagi perusahaan. Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. (Daryono, 2011:187).

Menurut Kotler dalam Swasta dan Irwan (2014:423), indikator dari volume penjualan adalah Mencapai volume penjualan tertentu, Mendapat laba tertentu, dan menunjang pertumbuhan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan antara lain Kualitas barang, Selera konsumen, pelayanan terhadap pelanggan, dan persaingan menurunkan harga jual.

Dari uraian di atas dan data yang telah di kumpulkan, maka artikel ini akan membahas tentang bagaimana penerapan strategi bersaing yang tepat dalam meningkatkan pangsa pasar pada perusahaan PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin. Dalam hal ini maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“PENERAPAN STRATEGI BERSAING DALAM MENINGKATKAN PANGSA PASAR PADA PT. NUSANTARA INDAH DAIHATSU BANJARMASIN”**

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu variabel dengan variabel lain. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer, data yang diperoleh langsung dari wawancara dengan survivor dan karyawan, observasi kelapangan dan juga penyebaran kuesioner pada karyawan PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin. Sedangkan untuk data sekunder, data diperoleh dari penelitian kepustakaan, dokumentasi dan juga penelusuran data online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan penelitian dari 30 responden data yang dikumpulkan berupa informasi dan juga jawaban responden untuk dijadikan sampel.

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Berdasarkan kuesioner yang dibagikan kepada para responden adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	13	43,33%
2.	Perempuan	17	56,66%
Total		30	100%

Sumber: PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin, 2022

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah karyawan laki-laki lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah karyawan perempuan. Jumlah karyawan laki-laki yaitu 43,33%, sedangkan jumlah karyawan perempuannya sebanyak 56,66%. Dari hasil tabel kuesioner dapat diketahui bahwa karyawan pada PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin lebih dominan perempuannya yaitu sebanyak 17 orang (56,66%).

2. Usia Responden

Para responden diatas memiliki usia yang berbeda antara satu dengan yang lainnya, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2
Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	21-30	18	60,00%
2.	31-40	9	30,00%
3.	41-50	3	10,00%
Total		30	100%

Sumber: PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin, 2022

Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa responden yang berusia 21-30 tahun yaitu sebanyak 60,00%, responden yang berumur 31-40 tahun yaitu sebanyak 30,00%, sedangkan untuk responden yang usia 41-50 tahun sebanyak 10,00%. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan pada PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin lebih banyak didominasi karyawan yang berusia 21-30 tahun atau dengan usia yang masih produktif dalam bekerja dengan jumlah karyawan sebanyak 20 orang (66,66%).

3. Tingkat Pendidikan Responden

Berikut ini adalah tabel responden berdasarkan tingkat pendidikan pada PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin:

Tabel 3
Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	SLTA atau Sederajat	3	10,00%
2.	Sarjana Muda (D3) atau Sederajat	8	26,66%
3.	Sarjana S1 atau Sederajat	19	63,33%
Total		30	100%

Sumber: PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin, 2022

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui bahwa jumlah karyawan dengan tingkat Pendidikan SLTA atau sederajat yaitu sebanyak 10,00%, jumlah karyawan dengan tingkat pendidikan Sarjana Muda (D3) atau sederajat 26,66%, sedangkan untuk karyawan dengan tingkat Pendidikan Sarjana S1 atau sederajat adalah sebanyak 63,33%. Dilihat dari jawaban responden diketahui jumlah karyawan dengan tingkat Pendidikan Sarjana S1 lebih banyak dibandingkan dengan yang lain, yaitu dengan jumlah karyawan sebanyak 18 orang (60,00%). Hal tersebut menunjukkan bahwa para karyawan yang bekerja di PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin banyak yang berpendidikan Sarjana S1 ataupun sederajat.

4. Masa Bekerja Responden

Untuk masa bekerjanya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4
Responden Berdasarkan Masa Kerja

No	Masa Kerja	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1.	<1 Tahun	5	16,66%
2.	1-3 Tahun	17	56,66%
3.	>3 Tahun	8	26,66%
Total		30	100%

Sumber: PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin, 2022

Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui responden yang bekerja di PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin kurang dari 1 Tahun sebanyak 16,66%, responden yang bekerja 1-3 Tahun sebanyak 56,66%, dan untuk responden yang bekerja lebih dari 3 Tahun sebanyak 26,66%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa para karyawan yang bekerja di PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin banyak yang sudah lama bekerja. Lamanya masa bekerja karyawan dapat meningkatkan kemampuan karyawan, semakin lama ia bekerja maka semakin bertambah pengetahuan atau ilmunya, disamping pendidikan formal yang diraih karyawan masa kerja juga menjadikan karyawan agar memiliki banyak pengalaman yang dapat diterapkan dalam rutinitas sehari-hari.

Hasil Jawaban Responden

- 1) Jawaban responden mengenai harga, bahwa harga yang ditawarkan perusahaan sudah kompetitif.

Tabel 4.6
Harga yang Ditawarkan Kompetitif

No	Jawaban	Jumlah Jawaban	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	22	73,33%
2.	Setuju	8	26,66%
3.	Netral	-	-
4.	Tidak Setuju	-	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		30	100%
Rata-Rata		$(22 \times 5) + (8 \times 4) = 142 : 30 = 4,73\%$	

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui untuk hasil rata-rata jawaban responden tentang harga yang kompetitif adalah 4,73%. Sebagian responden menjawab sangat setuju (SS) 73,33% dan sebagian menjawab setuju (S) 26,66%. Ini menunjukkan bahwa rata-rata karyawan yang bekerja pada PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin ini memang mengakui bahwa harga mobil yang dijual relatif murah dan juga kompetitif.

- 2) Jawaban responden mengenai kualitas, bahwa kualitas produk yang ditawarkan sangat bagus.

Tabel 4.7
Kualitas Produk yang Dijual Sangat Baik

No	Jawaban	Jumlah Jawaban	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	24	80,00%
2.	Setuju	6	20,00%
3.	Netral	-	-
4.	Tidak Setuju	-	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		30	100%
Rata-Rata		$(24 \times 5) + (6 \times 4) = 144 : 30 = 4,80\%$	

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui untuk hasil rata-rata jawaban responden tentang kualitas produk yang sangat baik adalah 4,80%. Sebagian responden menjawab sangat setuju (SS) 80,00% dan sebagian menjawab setuju (S) 20,00%. Ini menunjukkan bahwa rata-rata karyawan yang bekerja memang mengakui bahwa produk mobil yang dijual pada PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin ini memang sangat bagus kualitasnya.

- 3) Jawaban responden mengenai pengiriman, melakukan pengiriman atau pengantaran dengan tepat waktu.

Tabel 4.8
Melakuakn Pengiriman dengan Tepat Waktu

No	Jawaban	Jumlah Jawaban	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	24	80,00%
2.	Setuju	5	16,66%
3.	Netral	1	3,33%
4.	Tidak Setuju	-	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		30	100%
Rata-Rata		$(24 \times 5) + (5 \times 4) + (1 \times 3) = 143 : 30 = 4,76\%$	

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui untuk hasil rata-rata jawaban responden tentang pengiriman tepat waktu adalah 4,76%. Sebagian responden menjawab sangat setuju (SS) 80,00%, sebagian menjawab setuju (S) 16,66% dan sebagian lagi menjawab netral (N) 3,33%. Ini menunjukkan bahwa rata-rata karyawan yang bekerja pada PT. Nusantara Indah Daihatsu

Banjarmasin ini sangat setuju bahwa pengiriman yang dilakukan oleh perusahaan tersebut selalu tepat waktu.

- 4) Jawaban responden mengenai inovasi, melakukan semua keinginan pelanggan atau konsumen dengan baik.

Tabel 4.9
Melakukan Keinginan Pelanggan

No	Jawaban	Jumlah Jawaban	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	25	83,33%
2.	Setuju	5	16,66%
3.	Netral	-	-
4.	Tidak Setuju	-	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		30	100%
Rata-Rata		$(25 \times 5) + (5 \times 4) = 145 : 30 = 4,83\%$	

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui untuk hasil rata-rata jawaban responden tentang inovasi atau melakukan semua keinginan konsumen dengan baik sebanyak 4,83%. Sebagian responden menjawab sangat setuju (SS) 83,33% dan sebagian menjawab setuju (S) 16,66%. Ini menunjukkan bahwa rata-rata karyawan yang bekerja pada PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin sangat mementingkan semua keinginan konsumennya, agar para konsumen yang datang merasa puas dengan pelayanannya.

- 5) Jawaban responden mengenai *time to market*, yaitu waktu yang dipasarkan ke pelanggan dengan tepat waktu.

Tabel 4.10
Waktu Pemasaran Ke Pelanggan

No	Jawaban	Jumlah Jawaban	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	24	80,00%
2.	Setuju	6	20,00%
3.	Netral	-	-
4.	Tidak Setuju	-	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		30	100%
Rata-Rata		$(24 \times 5) + (6 \times 4) = 144 : 30 = 4,80\%$	

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.10, dapat diketahui untuk hasil rata-rata jawaban responden tentang *time to market* atau waktu pemasaran produk dengan tepat adalah 4,80%. Sebagian responden menjawab sangat setuju (SS) 80,00% dan sebagian menjawab setuju (S) 20,00%. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata karyawan yang bekerja di perusahaan ini memang mengakui bahwa penjualan produk selalu diwaktu yang tepat untuk pemasarannya.

- 6) Jawaban responden mengenai volume penjualan tertentu, yaitu penjualan yang mencapai pada omzet yang diinginkan.

Tabel 4.11
Penjualan Mencapai Omzet yang Diinginkan

No	Jawaban	Jumlah Jawaban	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	22	73,33%
2.	Setuju	5	16,66%
3.	Netral	3	10,00%
4.	Tidak Setuju	-	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		30	100%
Rata-Rata		$(22 \times 5) + (5 \times 4) + (3 \times 3) = 139 : 30 = 4,63\%$	

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui untuk hasil rata-rata jawaban responden tentang peningkatan volume penjualan tertentu atau mencapai omzet yang diinginkan adalah 4,63%. Sebagian responden menjawab sangat setuju (SS) 73,33%, sebagian menjawab setuju (S) 16,66% dan sebagian lagi menjawab netral (N) sebanyak 10,00%. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata karyawan yang bekerja memang mengakui bahwa penjualan produk sering mencapai omzet yang diinginkan oleh perusahaan.

- 7) Jawaban responden mengenai pencapaian laba tertentu, yaitu mendapatkan keuntungan dari pelanggan tetap.

Tabel 4.12
Mendapatkan Keuntungan dari Pelanggan Tetap

No	Jawaban	Jumlah Jawaban	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	21	70,00%
2.	Setuju	7	23,33%
3.	Netral	2	6,66%
4.	Tidak Setuju	-	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		30	100%
Rata-Rata		$(21 \times 5) + (7 \times 4) + (2 \times 3) = 139 : 30 = 4,63\%$	

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui untuk hasil rata-rata jawaban responden tentang pencapaian laba tertentu atau mendapatkan keuntungan dari pelanggan tetap adalah 4,63%. Sebagian responden menjawab sangat setuju (SS) 70,00%, sebagian menjawab setuju (S) 23,33% dan sebagiannya lagi menjawab netral (N) 6,663%. Ini menunjukkan bahwa rata-rata karyawan yang bekerja pada PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin memang mengakui bahwa dalam melayani konsumen tetap mereka sering mendapatkan keuntungan lebih.

- 8) Jawaban responden mengenai penunjang pertumbuhan perusahaan, menjadikan distributor dalam menjamin mutu dan kualitas produk perusahaan.

Tabel 4.13
Penunjang Pertumbuhan Perusahaan

No	Jawaban	Jumlah Jawaban	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	22	73,33%
2.	Setuju	8	26,66%
3.	Netral	-	-
4.	Tidak Setuju	-	-
5.	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		30	100%
Rata-Rata		$(22 \times 5) + (8 \times 4) = 142 : 30$ $= 4,73 \%$	

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui untuk hasil rata-rata jawaban responden tentang penunjang pertumbuhan perusahaan adalah 4,53%. Sebagian responden menjawab sangat setuju (SS) 73,33% dan sebagian menjawab setuju (S) 26,66%. Ini menunjukkan bahwa rata-rata karyawan yang bekerja memang mengakui bahwa perusahaan ini dapat menjadi distributor dalam menjamin mutu dan kualitas produk perusahaan dan juga dapat menjadi penunjang pertumbuhan bagi perusahaan.

Pembahasan

Dari hasil penelitian di atas dapat diketahui bahwa harga, kualitas, pengiriman inovasi, *time to market*, dan volume penjualan sangat berpengaruh pada produktivitas perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai rata-rata yang didapat dari hasil jawaban para responden.

1. Startegi Bersaing (X)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, rata-rata para responden menjawab sangat setuju bahwa harga yang ditawarkan oleh PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin ini sangat kompetitif. Artinya perusahaan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Karena selain harga yang relatif murah untuk kalangan bawah dan menengah perusahaan juga melakukan proses pengajuan kredit yang mudah dan juga cepat. Hal ini dapat dilihat melalui jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang (73,33%).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, rata-rata para responden menjawab sangat setuju bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin ini sangat bagus. Artinya perusahaan mampu bersaing dengan pesaing lainnya. Karena selain kualitas produk yang bagus produk mobil yang dijualpun juga modern misalnya dari segi design yang menarik dan juga dari segi type mobil yang selalu mengikuti perkembangan zaman. Hal ini dapat dilihat jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 24 orang (80,00%).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, rata-rata para responden menjawab sangat setuju bahwa pengiriman yang dilakukan oleh PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin ini sangat tepat waktu. Artinya perusahaan selalu mengirimkan produk yang dijual kepada konsumen dengan waktu yang tepat sehingga para konsumen tidak terlalu lama menunggu produk yang dibelinya. Hal ini dapat dilihat jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 24 orang (80,00%).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, rata-rata para responden menjawab sangat setuju bahwa pelayanan yang dilakukan oleh PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin ini sangat memuaskan dan juga selalu sesuai dengan keinginan konsumen. Artinya perusahaan selalu mengutamakan kenyamanan dan kepuasan konsumen baik dari segi pelayanan servis ataupun dari segi penjualannya. Hal ini dapat dilihat melalui jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 25 orang (83,33%).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, rata-rata para responden menjawab sangat setuju bahwa pemasaran produk yang dilakukan oleh PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin ini sudah sesuai dengan waktu pemasarannya ke pelanggan. Hal ini dapat dilihat bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 24 orang (80,00%).

2. Tingkat Volume Penjualan (Y)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, rata-rata para responden menjawab sangat setuju tentang penjualan mencapai omzet yang diinginkan. Artinya para karyawan mampu menjual unit mobil melebihi omzet yang sudah ditetapkan oleh perusahaan PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang (73,33%).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, rata-rata para responden menjawab sangat setuju tentang mendapatkan keuntungan dari pelanggan tetap. Para karyawan pada PT. Nusantara Indah mengakui bahwa biasanya sering mendapatkan keuntungan lebih dari para pelanggan tetap, hal ini sering terjadi karena perusahaan selalu menerapkan kepuasan dan kenyamanan konsumen yang paling utama sehingga banyak konsumen yang menjadi pelanggan setia di PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat melalui jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang (70,00%).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, rata-rata para responden menjawab sangat setuju tentang penunjang pertumbuhan perusahaan. Artinya karyawan perusahaan mengakui bahwa PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin ini sudah menjadi distributor penunjang yang baik bagi pertumbuhan perusahaannya. Sehingga perusahaan dapat mendapatkan peningkatan penjualan yang lebih baik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang (73,33%).

PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan serta hasil pengujian maka dapat diambil kesimpulan strategi bersaing berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Penjualan pada produk PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa strategi bersaing yang paling tepat diterapkan untuk meningkatkan penjualan unit mobil pada PT. Nusantara Indah Daihatsu Banjarmasin adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*), dan PT. Nusantara Indah ini lebih menonjolkan kualitas produk dan juga harga, dan cara mempromosikan produk kepada para konsumennya.

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan terkait pengaruh strategi bersaing terhadap tingkat volume penjualan serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Selain itu penelitian ini dapat menjadi pijakan untuk mengambil keputusan perusahaan dan melakukan penelitian lebih lanjut guna menetapkan strategi bersaing untuk meningkatkan volume penjualan.

REFERENSI

- Abdullah, Thamrin. (2017). Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2016). Manajemen Pemasaran. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Craig & Grant (2016). Manajemen Strategi. Jakarta: Alex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Dalimunthe, Muhammad Bukhori. (2017). Keunggulan Bersaing melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen. Vol 3 No.1 2017. ISSN : 2407- 2648 (Print), ISSN : 2407-263X (Online).
- Dewi, Ni Putu Diah Erna dan Ni Ketut Seminari. (2017). Pengaruh Strategi Diferensiasi terhadap Upaya Membangun Keunggulan Bersaing pada hotel Alila Ubud. E-jurnal Manajemen Ubud. Univesitas Udayana Bali. Vol.6, no. 11, 2017. ISSN : 2302-8912.
- Johnson, G., Scholes, K., (2016). Exploring Corporate Strategy. 8 Edition. Boston: Prentice Hall.
- Siagian, Sondang P. (2016). Manajemen Strategi . Jakarta : Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sunyoto, Danang. (2015). Strategi Pemasaran. Cetakan pertama. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Rangkuti, Freddy. (2013). Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Robbin,P. Stephen, Marry Coulter. (2014). Management. Twelfth Edition. United States : Pearson Education Limited.