

ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX DALAM UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN PADA PT. SURYA PRIMA BANJARMASIN

ABSTRAK

novaltmpt@gmail.com

Noval Pratama, 2020. Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Pada PT. Surya Prima Banjarmasin. Pembimbing I, Husnurrofiq. Pembimbing II, Susila Dewi.

Perusahaan harus bisa mempengaruhi volume penjualan untuk seluruh produk yang dihasilkan dengan disertai oleh peningkatan penjualan. Penjual harus bisa mempengaruhi volume penjualan untuk seluruh produk yang dihasilkan dengan disertai oleh peningkatan penjualan. Variabel marketing yang terkandung dalam perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Produk, Harga, Distribusi, Promosi. Sebagaimana kita pahami bersama bahwa promosi adalah sebagai faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran, betapapun hebatnya kualitas dan kegunaan suatu barang bila konsumen tidak mengetahui dan tidak yakin atas barang-barang tersebut tentunya konsumen tidak akan membelinya Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang memungkinkan perusahaan untuk berkomunikasi, menginformasikan. 1) Strategi Bauran pemasaran untuk produk yang dilakukan oleh PT. Surya Prima Banjarmasin dapat ditemukan dari aspek produk. Dengan kualitas produk, harga, rasa serta promosi lebih gencar untuk merebut pasar. 2) Harga jual yang ditawarkan oleh PT. Surya Prima Banjarmasin juga sesuai dengan kualitas produk motor Yamaha serta adanya pemberian potongan harga bagi pembelian cash, hadiah langsung dan subsidi penjualan sesuai dengan ketentuan dari PT. Surya Prima Banjarmasin serta harga yang relatif bersaing. 3) PT. Surya Prima Banjarmasin telah melakukan promosi, namun masih sangat terbatas dan hal inilah yang menjadi penyebab menurunnya Volume penjualan pada tahun 2015-2016 serta masih minimnya tenaga-tenaga pemasaran. 4) PT. Surya Prima Banjarmasin merupakan salah satu perusahaan Perwakilan resmi motor Yamaha memiliki kantor yang strategis terletak di tengah kota sehingga memudahkan akses bagi pelanggan serta sumberdaya penjualan yang handal (salesman/salesgirl) yang memiliki skill dan dedikasi yang tinggi dalam memasarkan produk-produk PT. Yamaha Motor Indonesia. Untuk menjaga kondisi kualitas tenaga pemasarannya perusahaan selalu memberikan insentif dan bonus penjualan yang menarik bagi sales, agen, pengecer maupun pedagang besar dengan penjualan tertinggi.

Kata kunci : Bauran pemasaran, Omzet penjualan.

ABSTRACT
novaltmpt@gmail.com

Noval Pratama, 2020. Analysis of Marketing Mix Strategies in Efforts to Increase Sales at PT. Surya Prima Banjarmasin. Advisor I, Husnurrofiq. Second Advisor, Susila Dewi.

The company must be able to influence the sales volume for all products produced accompanied by an increase in sales. The seller must be able to influence the sales volume for all products produced accompanied by an increase in sales. Marketing variables contained in the formulation of problems to be discussed in this study are as follows: Product, Price, Distribution, Promotion. As we all understand that promotion is a determining factor for the success of a marketing program, no matter how great the quality and usefulness of an item is if consumers do not know and are not sure about these goods, of course consumers will not buy them. Promotion is one of the marketing activities that allows companies to communicate, inform. 1) Marketing mix strategy for products carried out by PT. Surya Prima Banjarmasin can be found from the product aspect. With product quality, price, taste and promotion more aggressively to seize the market. 2) The selling price offered by PT. Surya Prima Banjarmasin is also in accordance with the quality of Yamaha motorbike products as well as the provision of discounts for cash purchases, direct gifts and sales subsidies in accordance with the provisions of PT. Surya Prima Banjarmasin and the prices are relatively competitive. 3) PT. Surya Prima Banjarmasin has carried out promotions, but it is still very limited and this is the cause of the decline in sales volume in 2015-2016 and the lack of marketing personnel. 4) PT. Surya Prima Banjarmasin is one of the official Yamaha motorcycle representative companies, which has an office that is strategically located in the middle of the city, making it easy for customers to access as well as a reliable sales resource (salesman / salesgirl) who has high skill and dedication in marketing PT. Yamaha Motor Indonesia. To maintain the quality of its sales force, the company always provides attractive sales incentives and bonuses for sales, agents, retailers and wholesalers with the highest sales.

Key words: Marketing mix, sales turnover.

I. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Harus bisa mempengaruhi Peningkatan penjualan untuk seluruh produk yang dihasilkan dengan disertai oleh peningkatan Peningkatan penjualan. PT. Surya Prima Cabang Banjarmasin pada tahun 2014 menjual 1.445 unit kendaraan roda dua merk Yamaha dan pada tahun 2015 menjual 1005 unit kendaraan bermotor yang berarti terjadi penurunan dalam penjualan sehingga dengan adanya permasalahan penurunan penjualan pada perusahaan PT. Surya Prima group maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Analisis Strategi Marketing Mix Dalam Upaya Peningkatan Penjualan sepeda motor pada PT. Surya Prima Cabang Banjarmasin”.

2. Perumusan Masalah

- 1) Bagaimana Strategi marketing mix yang telah digunakan dalam rangka meningkatkan Peningkatan penjualan pada PT. Surya Prima Cabang Banjarmasin.
- 2) Bagaimana Strategi marketing mix yang seharusnya digunakan dalam rangka meningkatkan penjualan pada PT. Surya Prima Cabang Banjarmasin.

3. Metode Penelitian

1) Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu penelitian tentang status subjek penelitian yang berkenaan dengan suatu fase spesifik atau khas dari keseluruhan personalitas. Dalam hal ini adalah Analisis Marketing Mix terhadap Peningkatan penjualan Sepeda motor pada PT. Surya Prima Cabang Banjarmasin.

2) Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada perusahaan PT. Surya Prima Cabang yang beralamat di Jl. Pangeran hidayatullah, Benua Anyar, Banjarmasin Timur, Kalimantan Selatan 70122

4. Data

- 1) Data Primer yaitu data yang didapat dari hasil wawancara dan observasi pada perusahaan PT. Surya Prima Cabang Banjarmasin berupa data pemberian Insentif baik berupa materi maupun non materi, kehadiran karyawan, keluar masuk karyawan dan berbagai data yang didapat dari hasil wawancara dan observasi.
- 2) Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil documenter baik dalam bentuk data jumlah tenaga kerja, jumlah Peningkatan penjualan kendaraan dan data lain nya yang dianggap relevan dengan penelitian.

5. Teknik Pengumpulan Data

- 1) Observasi
- 2) Wawancara

3) Dokumentasi

II. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

Setiap perusahaan tentunya tidak menginginkan kehilangan pelanggan dan dapat menembus pasar yang potensial. Dengan demikian, perusahaan harus bisa melayani dan memenuhi permintaan pasar yang ada. Pada PT. Surya Prima Banjarmasin, peningkatan penjualan berarti transaksi-transaksi yang meliputi pengiriman barang untuk ditukar dengan kas dan janji-janji untuk membayarnya oleh pelanggan. Menurut model Marketing Mix maka hal itu termasuk dalam aspek distribusi atau place. Pengiriman barang yang tepat waktu akan membantu perusahaan untuk bisa memperoleh kepercayaan dari pelanggan yang pada akhirnya akan meningkatkan peningkatan penjualan.

Berikut ini akan disajikan implementasi strategi Marketing Mix oleh PT. Surya Prima Banjarmasin yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1) Produk (*product*)

Dalam memasarkan produknya, PT. Surya Prima Banjarmasin, Kalimantan Selatan berupaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam hal produk, PT. Surya Prima Banjarmasin Kalimantan Selatan membiayai produk-produk keluaran terbaru dan jenis-jenis sepeda motor Yamaha dengan berbagai tipe, warna yang lengkap, desain yang beragam, dan tetap menjaga kualitas produk. Yang paling penting juga adalah PT. Surya Prima Banjarmasin, Kalimantan Selatan memberikan pelayanan khusus untuk kepemilikan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK) dan Plat Motor bagi pelanggan yang telah membeli sepeda motor merk Yamaha, yang sudah dapat dimiliki oleh konsumen hanya dalam jangka waktu selama dua minggu.

2) Harga (*Price*)

Strategi Marketing Mix pada aspek harga yang dilakukan oleh PT. Surya Prima Banjarmasin Kalimantan Selatan dalam menarik minat konsumen adalah dengan memberikan potongan harga jual berupa potongan uang muka, bunga lebih rendah, potongan angsuran, subsidi serta beberapa hadiah langsung yang meliputi meja belajar, rice cooker, kalender motivasi dan helm.

3) Promosi (*Promotion*)

(1) Periklanan (*Advertising*)

(2) Promosi Peningkatan penjualan (*sales promotion*)

(3) Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

(4) Peningkatan penjualan Personal (*Personal Selling*)

4) Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung yang dilakukan oleh PT. Surya Prima Banjarmasin yaitu dilakukan melalui sms, melalui internet dengan membuat akun resmi facebook dari PT. Surya Prima Banjarmasin. Beberapa promosi lainnya yang telah dilakukan oleh PT. Surya

Prima Banjarmasin diantaranya yaitu membuat pameran-pameran tentang produk-produk sepeda motor Yamaha dan membuat promo nonton bareng MotoGP yang dilaksanakan di PT. Surya Prima Banjarmasin.

Dari setiap promosi-promosi yang dilakukan oleh PT. Surya Prima Banjarmasin diatas, terdapat konsumen yang melakukan pembelian. Sebagai bukti bahwa ketika penulis menjadi peserta PKL pada PT. Surya Prima Banjarmasin berhasil menjual satu unit sepeda motor kepada seorang konsumen dan ada beberapa konsumen yang berhasil didapatkan oleh karyawan tetap dari dealer tersebut, dan juga masih banyak lagi dari promosi-promosi lainnya seperti membuat pameran dan promo nonton bareng MotoGP yang juga telah berhasil menarik konsumen untuk membeli motor Yamaha di PT. Surya Prima Banjarmasin yang dapat membantu meningkatkan Peningkatan penjualan.

Saat ini, selain peningkatan promosi dan pelayanan yang dilakukan oleh PT. Surya Prima Banjarmasin, salah satu aspek penting yang mendukung Peningkatan penjualan sepeda motor Yamaha pada PT. Surya Prima Banjarmasin meningkat yaitu perlunya penambahan tenaga-tenaga pemasaran yang terlatih.

Adapun saluran distribusi PT. Surya Prima Banjarmasin yaitu saluran distribusi tidak langsung, yakni dari produsen ke Distributor/Agen, pengecer hingga kepada konsumen.

2. Pembahasan

PT. Surya Prima Banjarmasin merupakan salah satu dari dealer resmi Peningkatan penjualan sepeda motor Yamaha yang ada di kota Banjarmasin. Dengan memiliki area parkir yang cukup luas dan lokasi Peningkatan penjualan yang cukup strategis karena berada di tengah kota tepatnya di Jl.Pangeran Hidayatullah Benua Anyar Kec. Banjarmasin Timur. Dengan ini, memudahkan konsumen pengguna sepeda motor Yamaha untuk memperoleh ataupun melakukan pembelian sepeda motor Yamaha. PT. Surya Prima Banjarmasin juga memiliki fasilitas free wifi serta menyediakan snack bagi pengunjung dengan harga murah.

Namun demikian dalam penjualan PT. Surya Prima Cabang Banjarmasin perlu ditngkatkan lagi, dalam strateginya ada beberapa yang sebaiknya harus dilakukan diantaranya:

- 1) Dari segi Produk
- 2) Harga (*Price*)
- 3) Promosi
- 4) Pemasaran pendistribusian

III. PENUTUP

1. Kesimpulan

- 1) Strategi Marketing Mix untuk produk yang dilakukan oleh PT. Surya Prima Banjarmasin dapat ditemukan dari aspek produk. Dengan

- kualitas produk, tipe, warna yang lengkap serta desain-desain yang berubah sesuai kebutuhan pasar.
- 2) Harga jual yang ditawarkan oleh PT. Surya Prima Banjarmasin juga sesuai dengan kualitas produk sepeda motor Yamaha serta adanya pemberian potongan uang muka, potongan angsuran dan subsidi sesuai dengan ketentuan dari PT. Surya Prima Banjarmasin serta harga yang relatif bersaing.
 - 3) PT. Surya Prima Banjarmasin telah melakukan promosi, namun masih sangat terbatas dan hal inilah yang menjadi penyebab menurunnya Peningkatan penjualan pada tahun 2014-2015 serta masih minimnya tenaga-tenaga pemasaran.
 - 4) PT. Surya Prima Banjarmasin merupakan salah satu perusahaan Penjualan resmi sepeda motor Yamaha yang memiliki lokasi yang cukup strategis karena terletak di tengah kota Banjarmasin yang memudahkan akses bagi konsumen, juga menyediakan fasilitas Free Wifi dan snack bagi pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari.2004.Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Ke Dua. Yogyakarta : BPFE.
- Barthos, Basir, 2001. Manajemen Sumber Daya Manusia, Suatu Pendekatan Makro. Jakarta : Bumi Aksara.
- Handoko, T. Hani, 2004. Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia. Edisi 2. Yokyakarta : BREE.
- https://www.academia.edu/9175241/Strategi_Pemasaran_Motor_Yamaha
- Kamus Besar Bahasa Indonesia.2003.
- Kotler, Philip,(2010),Manajemen Pemasaran,PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Manullang, M., 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Maryoto, Susilo, 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Ke Dua. Yokyakarta : BPFE.
- Nitisemito, Alex S., 2001. Manajemen Suatu Dasar dan Pengantar. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Pedoman Penulisan Skripsi Universitas Ialam Kalimantan (UNISKA) M A B Al-Banjari Jurusan Manajemen, Kuala Kapuas, 2015.

Rangkuti, Freddy, 2002. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk menghadapi Abat 21. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Siagian, Sondang P., 2010. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Thoha, Miftah, 2003. Perilaku Organisasi. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Yazid, 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. ,Edisi Revisi Bandung: Remaja Rosdakarya.