

ANALISIS STRATEGI MIX MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA BENGKEL RIZKI MOTOR DI KABUPATEN BANJAR

ABSTRAK

Lia Fajriani¹, Husnurrofiq², Abdul Kadir³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 17.31.0288

²Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1105036201

³Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, 1116066502

Email : liafajriani95@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) strategi mix marketing yang digunakan Bengkel Rizki Motor di kabupaten banjar, (2) strategi mix marketing yang sebaiknya dilakukan dalam meningkatkan penjualan pada Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data adalah dengan observasi, interview/wawancara dan studi literatur. Sedangkan sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan (1) strategi mix marketing yang digunakan Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar sudah cukup baik (2) strategi mix marketing Bengkel Rizki Motor dalam meningkatkan penjualan pada Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar dalam hal produk sudah dapat dilihat dari kualitas itu sendiri, dengan harga dan potongan yang ditawarkan, tempat yang strategis, dan berbagai macam promosi, hal ini mengindikasikan para pemimpin memahami apa yang dapat dilakukan serta semakin aktif dalam bidang pemasaran untuk meningkatkan kesuksesan penjualan selanjutnya.

Kata Kunci : Strategi Mix Marketing dan Penjualan

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) mix marketing strategy used by Rizki Motor Workshop in the district banjar, (2) a marketing mix strategy that should be done in increasing sales at the Rizki Motor Workshop in Banjar Regency.

The design of this research is to use qualitative research with a descriptive approach. The technique used for data collection is observation, interview and literature study. While the data sources used are primary data sources and secondary data sources.

The results showed (1) the mix marketing strategy used by the Rizki Motor Workshop in Banjar Regency was quite good (2) the Rizki Motor Workshop mix marketing strategy in increasing sales at the Rizki Motor Workshop in Banjar Regency in terms of the quality of the product itself, with the prices and discounts offered, strategic location, and various promotions, this indicates that leaders understand what can be done and are increasingly active in marketing to increase subsequent sales success.

Keywords: Mix Marketing and Sales Strategy

.....Pemisah Seksi(Berkelanjutan).....

PENDAHULUAN

Pada dasarnya semua tempat usaha mempunyai strategi dalam berusaha. Strategi merupakan serangkaian keputusan para pengusaha yang dapat dicapai melalui

pemasaran dan merupakan faktor terpenting dalam suatu usaha yang berperan terhadap perkembangan dalam kelangsungan hidupnya. Sebuah tempat usaha akan tetap berjalan jika produk-produk yang dihasilkan dapat sampai

pada konsumen dan mencapai targetnya dari semua itu sebenarnya tujuan semuanya adalah bagaimana caranya untuk mendapatkan laba semaksimal mungkin dari adanya transaksi yang dilakukan untuk mencapai laba yang maksimal.

Bengkel merupakan suatu jenis wirausaha kecil dan menengah yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan perbaikan sepeda motor, lebih dari itu bengkel juga melakukan usaha penjualan suku cadang guna melengkapi kebutuhan penggantian suku cadang kendaraan yang rusak.

Pemilihan strategi yang baik dan tepat dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif adalah salah satu dari kunci kesuksesan sebuah bisnis. Tentu saja dalam sebuah usaha, pemilihan strategi yang dimaksud tidak dapat berjalan sendiri-sendiri. Melainkan harus bersinergi antara satu dengan yang lainnya. Dalam sebuah usaha pengendalian produksi sangat penting disamping itu promosi juga sangat penting karna dengan adanya promosi akan membuat nilai tambah bagi pelaku usaha yang menjalankan bisnisnya. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat dan bertambahnya pelaku usaha yang semakin gencar melakukan kreativitas dan inovasi baik pada produk maupun pada usaha atau bisnis yang sedang dijalankan kita harus mampu memanfaatkan peluang yang ada serta melakukan adaptasi yang baik. Jika kita masih ingin usaha kita tetap bertahan harus mempertahankan dan tanggapan terhadap isu yang terjadi di masyarakat maupun target pasar yang akan menjadi tujuan kita.

Metode Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Metode yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif bertujuan menggali atau membangun terhadap promosi atau menjelaskan makna dibalik realita. Metodologi penelitian kualitatif akan menggunakan prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa deskriptif dari ucapan ataupun tulisan dan perilaku objek itu sendiri dan lebih berupa kata atau gambar.

2. Sumber dan Metode Pengumpulan Data

1) Sumber Data

(1) Sumber Data Primer

Sumber daya primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, dimana data yang diperoleh hasilnya aktual dan dapat dipertanggungjawabkan. Data ini diperoleh dari wawancara langsung dengan pemilik usaha.

(2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu data pendukung yang diperoleh dari sumber-sumber lain berkaitan dengan penelitian.

Contoh : Buku Dan Internet

2) Metode Pengumpulan Data

(1) Observasi

Observasi yaitu pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung terhadap objek yang sedang diteliti, dalam penulisan ini objek adalah Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar.

(2) Interview

Interview yaitu mengajukan langsung beberapa pertanyaan pada pihak-pihak yang terkait.

(3) Studi Literatur

Pengumpulan data dengan cara mengumpulkan literatur, jurnal, paper, buku dan bacaan-bacaan atau referensi yang ada kaitannya dengan judul yang diteliti.

3) Metode Analisa

(1) Metode Analisa Kualitatif

Analisa Kualitatif merupakan penelitian dihadapkan kepada berbagai objek penelitian yang semuanya menghasilkan data yang membutuhkan analisa.

ANALISA HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategin Mix Marketing Yang Dilakukan Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar

Sekali lagi kepuasan konsumen ditentukan oleh faktor-faktor sebagai berikut :

1. Kualitas suku cadang yang dijual berkualitas SNI. Kualitas suku cadang ini adalah demensi yang global dan paling tidak ada 6 elemen dari kualitas *performance*, *durability*, *feature*, *reliability*, *consistency*, dan *desain*.
2. Harga. Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber

kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

3. *Service quality*. *Service quality* sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sekitar 70%. Tidak mengherankan kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.
4. Emotional faktor. Untuk beberapa suku cadang yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik, pakaian, faktor kepuasan pelanggan yang keempat, yaitu emotional factor relatif tinggi.
5. Biaya dan kemudahan. Faktor yang kelima adalah berhubungan dengan biaya dan kemudahan untuk mendapatkan suku cadang atau jasa tersebut. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan suku cadang atau pelayanan.

Ada juga kekecewaan konsumen tetapi sangat kecil persentasinya, adapun faktor-faktor tersebut antara lain :

1. Tidak tepat waktu
2. Suku cadang yang tidak berkualitas
3. Pelayanan yang kurang baik
4. Harga yang terlalu tinggi, yang tidak sesuai dengan apa yang diperbaiki dan diharapkan.

Marketing Mix yang telah diterapkan dalam bidang pemasaran usaha Bengkel Rizki Motor ini, berdasarkan pengamatan dan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Produk (*product*)
Sebagai pengusaha otomotif yang sekarang banyak diminati oleh para anak muda, maka Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar lebih fleksibel dalam melakukan strategi produk. Produk yang ada baik berupa barang dan jasa sampai saat ini pada Bengkel Rizki Motor yaitu suku cadang (*spare part*) yang bagus dan berkualitas, *service* untuk berbagai macam merk motor.

Adapun gambaran umum produk barang dan jasa adalah sebagai berikut :

- (1) Pelayanan jasa Bengkel Rizki Motor yang terbilang baik dan memadai, perlengkapan untuk *service* motor dan kinerja pegawai juga sangat

memuaskan bagi konsumen. Selain pelayanan barang tentu saja pelayanan jasa juga sangat penting, keramahan dan kemampuan pegawai dalam melayani konsumen serta dalam pengerjaan kendaraan konsumen akan membuat kepuasan pelanggan meningkat dan akan memunculkan loyalitas dari konsumen.

- (2) Suku cadang (*spare part*) yang bagus dan berkualitas adalah salah satu produk unggulan. Hanya dengan menjual suku cadang yang bagus dan berkualitas para konsumen sudah tidak perlu lagi mencari bengkel yang lain.
2. Harga (*Price*)
Dari hasil penelitian yang dilakukan dari segi harga suku cadang dan jasa ini beragam dari harga yang murah sampai yang paling mahal.
Harga produk dan jasa yang di berikan sebagai sosialisasi sangat menentukan keberhasilan pemasaran, jika harga rendah dibarengi dengan tingginya kualitas pelayanan barang dan jasa, maka konsumen akan lebih tertarik menggunakan jasa dan membeli suku cadang dibengkel Rizki Motor.
3. Tempat (*Place*)
Perletakkan tempat mejadi salah satu faktor yang sangat menentukan kelangsungan perusahaan. Bengkel Rizki Motor ini terletak di jalan Irigasi Rt13 Rw 005 Gambut kelurahan Gambut, Kecamatan Gambut, Kabupaten Banjar tergolong cukup strategis karena tempat nya tidak jauh dari jalan raya dan berada ditepi jalan sehingga memudahkan konsumen untuk menemukannya.
4. Promosi (*Promotion*)
Kegiatan promosi merupakan salah satu variabel dalam marketing mix adalah merupakan salah satu usaha untuk memperkenalkan keunggulan sebuah produk dan jasa. Promosi ini dilakukan agar dapat mempengaruhi konsumen sehingga menciptakan permintaan atas produk dan jasa tersebut.

Dari hasil penelitian yang dilakukan Bengkel Rizki Motor dalam mempromosikan produk dan jasanya bukan hanya dari mulut kemulut tetapi dengan cara menggunakan pemasangan spanduk, iklan media elektronik.

Strategi Mix Marketing yang harus dilakukan Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar Dalam Meningkatkan Penjualan

1. Strategi Produk (*Product*)

Pengembangan produk sangatlah penting bagi suatu usaha karena dengan pengembangan produk maka daya saing akan meningkat. Oleh karena itu dari awal berdirinya bengkel ini sampai sekarang ada beberapa produk tambahan yang ditawarkan oleh bengkel ini, yaitu dengan menjual aksesoris dan perlengkapan motor lainnya. Langkah ini diambil agar konsumen mudah memilih secara langsung perlengkapan yang akan dipasang pada motor mereka.

Menambah variasi penjualan aksesoris motor yang sedang tren dimasyarakat juga sangatlah penting, karena itu menarik daya minat pembeli yang awalnya cuma ingin memperbaiki motor mereka tetapi juga tertarik dengan perlengkapan aksesoris motor.

Selain itu berikanlah pelayanan sebaik mungkin, misalnya dengan memberikan potongan harga dalam pembelian jumlah yang banyak dan memberikan layanan dalam bentuk garansi yaitu apabila barang yang dibeli dalam keadaan rusak maka Bengkel Rizki Motor akan mengganti yang rusak tersebut tanpa pungutan biaya tambahan sehingga konsumen tidak akan kecewa dan merasa terlayani dengan baik.

2. Strategi Harga (*Price*)

Dalam penelitian ini Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar dalam menerapkan strategi harga yaitu dengan menawarkan harga suku cadang (spare part) /aksesoris yang lebih murah dan menawarkan discount. Bengkel Rizki Motor melaksanakan discount salah satunya dengan cara memberikan harga service yang lebih murah dengan bengkel lain dan memberikan potongan harga dengan jumlah pembelian yang banyak. Walaupun

kegiatan diskon tersebut dilaksanakan tanpa ada skala waktu atau tidak tentu namun cukup menarik perhatian pelanggan karena harganya yang dapat bersaing dengan bengkel motor lainnya.

3. Strategi Tempat (*Place*)

Tempat menjadi satu faktor dalam kesuksesan penjualan terutama pada Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar. Tempat pada dasarnya yang akan mempermudah konsumen memperoleh produk tersebut, penyebaran produk yang ingin dipasarkan akan lebih mudah didapatkan oleh konsumen. Pemilihan dalam menentukan tempat hendaknya harus mempertimbangkan beberapa hal yaitu :

- 1) Strategis
- 2) Sesuai dengan target pemasaran
- 3) Mudah dijangkau
- 4) *Eyecatching* (menarik perhatian konsumen)

4. Strategi Promosi (*Promotion*)

Melalui sales promotion atau promosi penjualan oleh Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar dapat melakukan kegiatan yang bertujuan menarik minat konsumen. Bentuk kegiatan ini diantaranya membagikan brosur ke pelanggan, atau display atau promosi ke konsumen langsung/usaha penjualan yang dilakukan secara rutin atau bersifat temporer.

Meningkatkan penjualan dengan kegiatan promosi ini juga dapat dilakukan dengan cara, yaitu sebagai berikut :

1) Pengiklanan Bisnis

Pada dasarnya sebagian pembisnis mempunyai paling tidak satu surat kabar atau majalah yang disebarluaskan untuk pelaku bisnis dan sebagian besar menyoroti masalah-masalah perusahaan, eksekutif, karyawan dan yang lainnya. Keuntungan dari periklanan bisnis adalah kemampuan memisahkan prospek puncak dari penjualan jasa. Kerugian dalam memasang iklan dalam jurnal bisnis adalah bahwa orang yang membaca publikasi ini tidaklah membaca iklan secara rinci seperti mereka membaca artikel seseorang.

2) Surat Kabar

Koran menjadi media terbesar sekitar 60% dari semua pengeluaran iklan, sangat efektif digunakan dalam media promosi, dengan harga yang cenderung tidak mahal dibandingkan iklan radio atau televisi. Koran juga menjadi media yang mempunyai pembaca paling banyak. Pada sisi lain iklan koran mempunyai waktu hidup yang singkat.

3) Pengiklanan Point Of Sale

Papan nama outlet adalah salah satu sarana pengiklanan yang paling fundamental dan paling sering dipergunakan, penempatan yang efektif dan jarak pandang papan tanda merupakan hal yang esensial. Papan tanda hendaknya dapat dilihat dengan jelas dari dua arah yang berbeda oleh mereka yang melintas. Sarana iklan point of sale ini biasanya sangat efektif menyebarkan kesadaran, menarik pelanggan baru dan memperkuat promosi penjualan.

4) Iklan Elektronik

Setiap yang disiarkan oleh radio atau televisi atau media sosial apapun dianggap sebagai media iklan elektronik, radio atau televisi swasta seperti Banjar Tv atau Duta Tv, sedangkan media sosial seperti facebook atau instagram. Jelas-jelas berhasil mencapai pemirsa dalam jumlah terbesar, tetapi juga menggunakan biaya yang cukup mahal.

Media elektronik menawarkan kelebihan daya tarik emosional yang kuat dan sejumlah besar kesan yang ditimbulkan dalam pasar. Kegiatan ini akan menjadi cara kegiatan untuk meningkatkan penjualan suku cadang dan jasa Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar, tetapi juga harus membuat perencanaan kegiatan promosi dengan sebaik-baiknya, dengan menyediakan budget khusus untuk pelaksanaannya.

PENUTUP

1. *Marketing mix* yang diterapkan oleh Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar ini adalah :

1) Produk (*Product*), berdasarkan penelitian produk dan jasa yang dihasilkan oleh Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar adalah selalu menggunakan produk yang bagus dan berkualitas, dan mengadakan

service untuk berbagai jenis kendaraan. Dan untuk pelayanan jasa Bengkel Rizki Motor selalu mengutamakan kepuasan pelanggan, sehingga akan membuat pelanggan untuk selalu nantinya menggunakan produk dan jasa di Bengkel Rizki Motor.

2) Harga (*Price*), harga yang ditawarkan Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar beragam dari harga yang paling murah sampai harga yang paling mahal sekali pun. Harga produk dan jasa yang diberikan sebagai salah satu pilihan untuk menentukan harga yang mana dipilih konsumen untuk memperbaiki kendaraannya. Walaupun harga dipilih murah tetapi tetap dibarengi dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang tinggi.

3) Tempat (*Place*), peletakkan tempat pada Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar sudah cukup strategis dan sangat mudah untuk ditemukan.

4) Promosi (*promotion*), promosi yang dilakukan oleh Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar bukan hanya dari mulut kemulut tetapi juga dengan menggunakan promosi pada pemasangan spanduk, dan iklan media elektronik.

2. Strategi marketing mix yang sebaiknya dilakukan Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar dalam upaya meningkatkan penjualan adalah :

1) Strategi Produk (*Product*), pengembangan produk sangatlah penting untuk meningkatkan daya saing. Oleh karena itu Bengkel Rizki Motor di Kabupaten Banjar menambahkan beberapa produk aksesoris dan kelengkapan motor lainnya yang sedang trend dikalangan masyarakat. Selain itu selalu berikan pelayanan sebaik mungkin, misalnya dengan memberikan potongan harga dalam pembelian jumlah yang banyak dan memberikan layanan dalam bentuk garansi yaitu apabila barang yang dibeli dalam keadaan rusak maka akan diganti dengan yang baru tanpa pungutan biaya tambahan.

2) Strategi harga (*Price*), berilah potongan harga dalam jumlah pembelian yang

- banyak, hal tersebut tentu akan menambah minat konsumen.
- 3) Strategi tempat (*place*), dalam menentukan tempat sebaiknya mempertimbangkan beberapa hal yaitu :
 - (1) Strategis
 - (2) Sesuai dengan target pemasaran
 - (3) Mudah dijangkau
 - (4) Eyecatching (menarik perhatian konsumen)
 - 4) Strategi Promosi, harus memaksimalkan lagi promosi yang dilakukan. Cara menggiatkan promosi juga dapat dilakukan dengan cara yaitu :
 - (1) Pengiklanan Bisnis
 - (2) Surat Kabar
 - (3) Pengiklanan Point Of Sale
 - (4) Iklan Elektronik

DAFTAR PUSTAKA

- Danang. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fred, R David. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep, Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat.
- Guiltinan:Gordon. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia(edisi 1)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2014), *Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran* Jakarta : Erlangga
- Kotler, & Amstrong. (2015). *Strategi Pemasaran. Dalam D.Sunyoto, Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus) (Hal. 2)*. Yogyakarta: CAPS.
- Kotler, Amstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Mulyadi. (2018). *Sistem Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Moekijat, (2011), *Sistem Informasi Manajemen & Definisi Data*, Bandung : Remaja Roskadarya.

- Philip, K., & Amstrong. (2014). *Principles Of Marketing, 12th Edition Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Philip, K., & Kevin Lane, K. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Prentice.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT : Teknik Membelah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Satori, & Komariah. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat Dalam Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Thamrin, A., & Francis, T. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Rajawali Pers.