

KIAT MARKETING UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN MOBIL TERIOS DI ASTRA DAIHATSU SOLO ADI SUCIPTO

Griselda Lathifah Hapsari Widodo¹⁾, Yohanes Martono Widagdo²⁾, Ichwan Prastowo³⁾

Perhotelan, Politeknik Indonusa Surakarta¹⁾, Politeknik Indonusa Surakarta²⁾

Politeknik Indonusa Surakarta³⁾

griseldalathifaha@gmail.com, yohanes@politeknikindonusa.ac.id,

ichwanprastowo@poltekindonusa.ac.id

Abstract

The purpose of the final project report is to know about marketing tips in Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto. Sale of Terios car in Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto. Marketing tips to improve sale of Terios car in Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto.

In the preparation of this final report uses data collection techniques with 4 methods, namely observation, interviews, documentation, and literature study. Namely by direct observation to Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto, interviews with Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto looking for supporting data from Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto archives, journal, and also documentation obtained by author.

Based on this reaserch it can be concluded the first marketing tips in Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto is improve maximal service to the customer, the secound sale of Terios car in Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto is do the promotion can improve the volume of sale. The third marketing tips to improve sale of Terios car in Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto by apply the right of product, promotion, price, distribution so that we can improve the sale.

Keywords: *tips, marketing, sale*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang penuh persaingan menuntut perusahaan untuk semakin inovatif dalam mengeluarkan produk yang sekiranya disukai konsumen. Hal ini yang mendorong para produsen untuk bersaing memasarkan produk yang mereka miliki.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan perkembangan usahanya dan mampu bersaing dengan adanya penyusunan kiat pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan.

Kiat pemasaran yang dilakukan oleh Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto sebagai upaya dalam memperkenalkan produk-produk yang dimilikinya kepada masyarakat (konsumen) (Untari et al., 2018).

Jenis pemasaran yang digunakan yaitu kiat pemasaran yang meliputi :

1. Produk
2. Harga
3. Promosi
4. Distribusi

Berdasarkan uraian di atas, maka dalam penyusunan laporan tugas akhir ini diangkat judul “Kiat Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Mobil Terios Di Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto”.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Kiat

Kiat adalah cara dalam melakukan suatu pekerjaan dengan taktik tertentu untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Kiat adalah suatu usaha seseorang untuk mencapai tujuan dengan ketekunan, sehingga memperoleh kesuksesan (Siregar, 2022)

2.1.2 Marketing

Marketing adalah proses, cara, atau perbuatan memasarkan suatu barang, dagangan atau produk. Pemasaran sendiri ini juga mencakup aktivitas menyebarluaskan sesuatu ke tengah-tengah masyarakat. Marketing atau pemasaran adalah proses untuk membuat masyarakat tertarik pada produk atau jasa dari sebuah perusahaan (Firdiansayah, 2021)

2.1.3 Penjualan

Penjualan adalah menjual produk baik barang maupun jasa ke pasar. Sebagai bentuk kegiatan pemasaran penjualan mejadi penentu dalam upaya mencapai tujuan perusahaan. Penjualan adalah suatu kegiatan yang ditujukan untuk mencari pembeli , mempengaruhi, dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak (Ilhamullah, 2022)

2.2. Penelitian Terdahulu

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Soecahyadi dan Alvita Sari yang berjudul “Strategi Pemasaran Melalui Identifikasi Faktor Penting Yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Mobil Great New Xenia Di Wilayah Jakarta Selatan” pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor penting yang menjadi minat konsumen dalam membeli Daihatsu Great New Xenia adalah dinamakan faktor features yang terdiri atas mobil yang memiliki fitur-fitur yang lengkap. Strategi pemasaran yang perlu dilakukan oleh PT. Astra Daihatsu Motor Tbk dalam rangka meningkatkan penjualan adalah dengan :

1. Melakukan berbagai kegiatan promosi yang mengedepankan features kendaraan
2. Melakukan test drive kepada calon-calon pembeli dan mendukung membentuk komunitas pemilik mobil Daihatsu Great New Xenia melalui kegiatan-kegiatan touring bersama dan event-even khusus.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif didasarkan pada hasil kuesioner. (Soecahyadi & Sari, 2019)

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Jein Rondonuwu, Johny R.E, Tampi, Olivia F.C, dan Walangitan yang berjudul “Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Siga” pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahwa promosi berpengaruh positif berarti semakin baik promosi maka semakin meningkat pula keputusan pembelian mobil Daihatsu Siga pada PT. Astra Daihatsu Malalayang, pengaruh promosi yang dihasilkan positif berarti semakin baik promosi maka semakin meningkat pula keputusan pembelian mobil Daihatsu Siga pada PT. Astra Daihatsu Malalayang. (Rondonuwu et al., 2020)

3. METODE

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut :

3.1 Observasi

Metode observasi merupakan pengamatan langsung yang dilakukan penulis untuk mengetahui tentang kiat marketing untuk meningkatkan penjualan mobil Terios yang dilaksanakan di Astra Daigatsu Solo Adi Sucipto. Observasi dilaksankan penulis selama 6 bulan pada bulan Januari hingga Juni 2022 di Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto. (Amalia et al., 2022)

3.2 Wawancara

Wawancara dilakukan oleh dua orang atau lebih yang terdiri dari narasumber (sebagai informan) dan pewawancara (sebagai pemberi pertanyaan). Penulis melakukan wawancara kepada Ibu Santi Dyah Sulistyani selaku Kepala Cabang Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto, Bapak Dwi Prasetyo selaku Supervisor Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto, dan Bapak Anang Apri Nugroho selaku Sales Marketing Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara mengenai kiat marketing untuk meningkatkan penjualan mobil Terios di Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto. (Aeni et al., 2022)

3.3 Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan cara memperoleh data dan informasi melalui buku, dokumen, foto atau gambar, arsip berupa laporan yang mendukung. Pada tahap ini penulis mengumpulkan data berupa brosur mobil Terios, gambar-gambar tentang Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto. (Nurgiansah, 2022)

3.4 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode yang digunakan untuk pengumpulan data dan informasi melalui sumber internet, buku, jurnal, dan job description atau standard operational procedure yang relevan dan akurat untuk dijadikan pedoman. (Sofiana, 2022)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Kiat Marketing di Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto

Kiat pemasaran yang dilakukan oleh Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto yaitu :

1. Mapping area
Yaitu mengsegmentasikan pasar berdasarkan wilayah, pekerjaan, dan lingkungan. Melakukan promosi untuk memperkenalkan mobil Terios Terios, kemudian memasang public display di tempat keramaian seperti mall atau hotel.
2. Promosi melalui media soaial :
 - a. Instagram

Melakukan promosi via Instagram dengan memposting berbagai foto dan video mengenai mobil Terios

b. Facebook

Melakukan promosi via Facebook dengan memposting berbagai foto dan video mengenai mobil Terios.

c. Whatsapp Bomber

Melakukan promosi via Whatsapp Bomber dengan memposting berbagai foto dan video mengenai mobil Terios.

d. Door to door

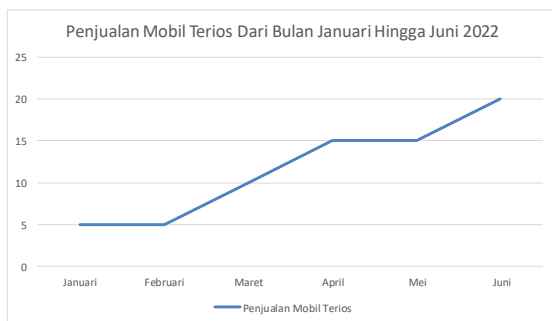
Menyebarkan brosur dari rumah ke rumah

e. Mengikuti event-event penjualan mobil

Mengikuti pameran di mall

4.2. Penjualan Mobil Terios Di Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto

Perkembangan penjualan mobil Terios dari bulan Januari hingga bulan Juni 2022 yaitu



Gambar Grafik Penjualan Mobil Terios

Pada grafik di atas menunjukkan bahwa terdapat peningkatan yang signifikan pada bulan Juni ada kenaikan 28,57 % dibandingkan bulan-bulan sebelumnya karena adanya banyak promo yang dikeluarkan yaitu :

1. Pemberian DP murah
2. Suku bunga rendah
3. Pemberian varian promo yang dinamis
4. Promosi yang dilakukan terus menerus
5. Adanya potongan harga
6. Adanya produk baru dengan kelebihan fitur
7. Adanya program tengah semester (adanya undian hadiah utama berupa mobil Rocky)

4.3. Kiat Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Mobil Terius Di Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto

Kiat marketing yang dilakukan oleh Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Produk

Dimana produk yang dijual oleh perusahaan adalah mobil merek Terios, sehingga dalam pemasaran mobil merek Terios yang dilakukan oleh perusahaan tersebut adalah menjual segala jenis / type mobil Terios. Oleh karena itulah dapat disajikan jenis / type mobil Terios yang dijual oleh Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto.

2. Harga

Pemasaran senantiasa mengontrol perkembangan harga penjualan produk tersebut sesuai prioritas segmen konsumen, berupaya untuk melakukan kegiatan promosi dalam memberikan kepada segmen pelanggan tentang berbagai keunggulan yang dimiliki produk tersebut, khususnya kualitas produk.

3. Promosi

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto adalah meliputi :

a. Iklan (advertising)

Dalam mempromosikan produknya kepada masyarakat, Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto melakukan beberapa bentuk iklan yaitu surat kabar, brosur.

b. Promosi penjualan (sales promotion)

Dalam memasarkan produknya Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto melakukan beberapa bentuk promosi penjualan seperti pemberian DP murah, pemberian hadiah langsung, pameran-pameran, suku bunga rendah.

c. Penjualan perseorangan (personal selling)

Dalam memasarkan produknya, Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto menerapkan kiat promosi personal selling, dimana dalam memenuhi kiat ini ada target khusus yang diberikan perusahaan kepada setiap karyawan untuk dipenuhi setiap bulannya.

d. Hubungan masyarakat (public relation)

Perusahaan mengundang masyarakat sekitar perusahaan dan customer loyal untuk datang ke perusahaan yang bertujuan untuk lebih membangun komunikasi masyarakat.

e. Penjualan langsung (direct marketing)

Pada kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melakukan pemberian sponsor-sponsor dalam event-event tertentu, seperti sponsor dimana kiat ini dilakukan dalam bentuk canvassing atau melakukan kontak langsung dengan customer

4. Distribusi

Salah satu pemasaran yang merupakan elemen pokok dalam meningkatkan daya saing adalah saluran distribusi dalam pemasaran mobil Terios

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis di Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto dan penjelasan yang terdapat pada bab sebelumnya disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari observasi dan wawancara yang penulis lakukan dapat diambil kesimpulan bahwa kiat marketing di astra Daihatsu Solo Adi Sucipto yaitu memberikan pelayanan maksimal terhadap apa yang diinginkan konsumen untuk mencapai kepuasan konsumen salah satunya dengan memperhatikan keluhan konsumen, memberikan pelayanan yang ramah. Informasi penjualan terhadap suatu barang atau produk yang dijual. Melakukan promosi melalui media sosial seperti Intagram, Facebook, dan Whatsapp Bomber, door to door, mengikuti event-event penjualan mobil dan menyebarkan brosur di jalan.
2. Berdasarkan observasi dan wawancara yang penulis lakukan dapat dijelaskan bahwa penjualan mobil Terios di Astra Daihatsu Solo Adi Sucipto untuk mengetahui perkembangan penjualan maka dilakukan evaluasi yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar perubahan naik atau turunnya penjualan mobil Terios yang telah dicapai perusahaan. Pada penjualan selama 6 bulan menunjukkan bahwa terdapat peningkatan yang signifikan pada bulan Juni dibandingkan bulan-bulan sebelumnya karena adanya promo.
3. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan penulis dapat dijelaskan bahwa pentingnya kiat pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan, yang dilakukan

dengan produk, promosi, harga jual, dan distribusi yang tepat sehingga bisa meningkatkan penjualan.

6. REFERENSI

- Aeni, A. N., Nursyafitri, A. A., Fachrina, A. Z., Putri, T. A., Pendidikan, U., & Kampus, I. (2022). Pengembangan Website Carrd Sebagai Sarana Dakwah. *Jurnal At-Tsiqah*, 7(1), 1–17.
- Amalia, N., Wulan, R., & Septiani, N. W. P. (2022). Rancangan Aplikasi Sistem Pakar Untuk Mendeteksi Penyakit Kucing Pada E-Petcare. *JRKT (Jurnal Rekayasa Komputasi Terapan)*, 2(02), 73–80. <https://doi.org/10.30998/jrkt.v2i02.6726>
- Firdiansayah, A. (2021). Apa itu Marketing ? Pelajari Dasar-dasarnya Yuk ! *15 Januari 2021*, 1–12.
- Ilhammullah, A. W. (2022). *Penerapan Data Mining Untuk Menganalisis Data Penjualan Pada Toko Karya Mandiri Menggunakan Metode Apriori*. STMIK Widya Cipta Dharma.
- Nurgiansah, T. H. (2022). Pendidikan Pancasila sebagai Upaya Membentuk Karakter Religius. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 7310–7316. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3481>
- Rondonuwu, J., Tampi, J. R. E., & Walangitan, O. F. C. (2020). Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Sigr. *Productivity*, 1(5), 399–403.
- Siregar. (2022). Kiat Sukses Belajar Di Era Milenial
- Soecahyadi, S., & Sari, A. (2019). Strategi Pemasaran Melalui Identifikasi Faktor Penting Yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Mobil Great New Xenia Di Wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 14. <https://doi.org/10.22441/jimb.v5i1.5622>
- Sofiana, F. (2022). *1,2,3,4. 5*, 123–133.
- Untari, S. N., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Strategi Pemasaran Mobil Merek Daihatsu Pada Dealer Daihatsu Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 11(2), 82. <https://doi.org/10.19184/jpe.v11i2.6451>