



Analisis Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen pada Usaha Bengkel Motor Omega di Makale Kabupaten Tana Toraja

Marketing Mix Analysis in Increasing the Number of Consumers at the Omega Motorcycle Repair Shop in Makale, Tana Toraja Regency

Desti Sirenden^{1*}, Isak Pasulu², Helba Rundupadang³

^{1,2,3} Universitas Kristen Indonesia Toraja, Tana Toraja, Indonesia

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong peningkatan jumlah konsumen pada usaha Bengkel Motor Omega di Makale Kabupaten Tana Toraja. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini adalah produk pada bengkel motor Omega bervariasi, berkualitas baik, menyediakan berbagai merek, dan produk di kemas dengan baik. Harga pada bengkel motor Omega terjangkau, transparan, memiliki diskon dan memberikan potongan harga. Tempat pada bengkel motor Omega sangat strategis, berada di jalan utama, mudah dijangkau, dapat dilihat dari jelas dari jarak jauh, lalu lintas yang ramai lancar, memiliki tempat parkir yang luas, memiliki ekspansi atau cabang usaha yang sejenis, lingkungan yang mendukung, mampu berkompetisi dengan usaha sejenis, dan peraturan pemerintah yang dapat mendukung jalannya usaha. Promosi pada bengkel motor Omega menggunakan periklanan media cetak spanduk, memberi promosi secara langsung kepada konsumen dan memiliki reputasi baik di masyarakat.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Tempat, Promosi

Abstract

The purpose of this study was to determine what factors drive the increase in the number of consumers in the Omega Motorcycle Workshop business in Makale, Tana Toraja Regency. The type of research used in this study is descriptive qualitative. The results of this study are that the products at the Omega motorcycle workshop are varied, of good quality, provide various brands, and the products are well packaged. The prices at the Omega motorcycle workshop are affordable, transparent, have discounts, and provide price cuts. The location of the Omega motorcycle workshop is very strategic, located on the main road, easy to reach, can be seen clearly from a distance, the traffic is busy and smooth, has a large parking area, has expansion or branches of similar businesses, a supportive environment, can compete with similar businesses, and government regulations that can support the running of the business. Promotion at the Omega motorcycle workshop uses banner print media advertising, provides direct promotion to consumers, and has a good reputation in the community.

Keywords: Marketing Mix, Product, Price, Place, Promotion

Histori Artikel:

Diterima 15 Januari 2025, Direvisi 20 Maret 2025, Disetujui 24 Maret 2025, Dipublikasi 30 Maret 2025.

***Penulis Korespondensi:**

destysirenden009@gmail.com

DOI:

<https://doi.org/10.60036/jbm.549>

PENDAHULUAN

Tingginya mobilitas di zaman modern saat ini membuat kendaraan roda dua dan roda empat menjadi penting bagi semua orang. Aktivitas sehari-hari mengharuskan kita memiliki kendaraan yang cepat. Perawatan dan servis berkala diperlukan agar kendaraan tetap dalam kondisi baik. Karena itu, tidak mengherankan jika bengkel motor dan mobil bermunculan di kota besar maupun kecil saat ini.

Banyaknya usaha bengkel motor dan mobil bermunculan mengakibatkan persaingan menjadi semakin ketat. Adanya persaingan seperti ini, setiap bengkel pun berusaha memberikan pelayanan yang baik agar konsumen selalu berdatangan dan selalu puas dengan pelayanan yang diberikan. Menurut Agustina Nadia dkk, 2018) Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas produk (barang/jasa) yang diterima dan yang diharapkan. Sejalan dengan itu, Kepuasan Pelanggan juga merupakan kunci sukses suatu perusahaan. Apabila perusahaan tersebut dapat mempertahankan pelanggan maka akan meningkatkan keuntungan perusahaan.

Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis. Dengan adanya strategi pemasaran, maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional tentang bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya dalam lingkungan bisnis yang semakin turbulen, (Hidayah et al, 2021). Sejalan dengan itu dibutuhkan strategi seperti bauran pemasaran (marketing mix) merupakan suatu strategi mencampuri kegiatan-kegiatan pemasaran, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan (Buchari Alma, 2016). Terdapat empat (4) hal pokok Bauran pemasaran (marketing mix) dapat dikontrol oleh perusahaan yang meliputi produk (product), harga (price), tempat (place) dan promosi (promotion), Kotler dan Armstrong (2016).

Bengkel Motor Omega adalah salah satu bengkel motor yang melayani jasa servis dan penjualan spare part motor. Bengkel Motor Omega terletak di Jl.Tritura, Kamali Pentalluan Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja. Bengkel motor Omega memiliki cabang yang beralamat di Milan Kecamatan Makale. Bengkel motor Omega salah satu bengkel motor yang ada di Tana Toraja. Pemilik Bengkel Motor Omega menyadari bahwa banyaknya usaha perbengkelan, tentunya menimbulkan persaingan yang sangat ketat dengan bengkel lainnya. Dengan adanya persaingan ini pula, setiap bengkel memiliki strategi dalam menjalankan usahanya untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan mempertahankan pelanggannya agar tetap setia menggunakan jasanya.

Untuk itu peneliti ingin mengkaji dan menganalisis mengenai bauran pemasaran dalam meningkatkan jumlah konsumen pada usaha Bengkel Motor Omega.

METODE

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Kualitatif Deskriptif. Adapun jenis data dalam penelitian ini adalah data Primer. Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018). Sumber data dalam penelitian ini adalah hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap pemilik bengkel motor omega.

Informan penelitian adalah orang-orang yang menjadi sumber informasi dalam penelitian yang dilakukan. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah 1 orang pemilik usaha Bengkel Motor Omega dan 4 orang konsumen Bengkel Motor Omega yang dipilih secara acak pada usaha dan kemudian dilakukan wawancara seputar penelitian yang dibutuhkan peneliti. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan cara mengumpulkan data, menyusun, dan menganalisa mengambil kesimpulan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bauran Produk pada Usaha Bengkel Motor Omega

Pada indikator beregaman produk, hasil penelitian menunjukkan bahwa bengkel motor Omega memiliki keberagaman produk atau bervariasi seperti menyediakan berbagai sparepart motor dan aksesories motor. Selain itu juga menyediakan layanan servis mesin/tune up, ganti oli, ganti ban, pompa ban ganti oli, ganti ban, pompa ban, dan jasa las. Variasi produk menjadi daya tarik utama bagi sebagian besar konsumen Bengkel Omega Motor. Kelengkapan dan ketersediaan produk dari berbagai merek memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan motor mereka. Hal ini sejalan dengan pendapat ahli bahwa keberagaman produk memungkinkan bengkel untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan preferensi konsumen yang berbeda-beda. Dengan menawarkan berbagai pilihan, konsumen dapat menemukan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan dan anggaran mereka (Kotler dan Keller, 2016).

Bauran Harga pada Usaha Bengkel Motor Omega

Harga merupakan sejumlah uang atau nilai yang dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk atau jasa. Hal ini sejalan dengan pendapat ahli bahwa harga adalah salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran. Harga pada usaha bengkel Motor omega dapat dibandingkan memiliki harga lebih murah dibandingkan kompetitor lain. Harga yang tepat dapat menarik konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Harga harus sesuai dengan nilai yang ditawarkan oleh produk atau jasa. Jika harga terlalu tinggi, konsumen mungkin tidak tertarik. Sebaliknya, jika harga terlalu rendah, konsumen mungkin meragukan kualitas produk atau jasa tersebut (Kotler dan Keller, 2018). Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan yang lainnya (produk, tempat, promosi) menyebabkan timbulnya pengeluaran, Fandy Tjiptono (Dwi Safitri, 2020). Dalam penelitian ini indikator harga yang digunakan dalam bauran pemasaran seperti daftar harga, diskon, dan potongan harga. (Kotler dan Armstrong, 2019).

Bauran Tempat pada Usaha Bengkel Motor Omega

Tempat atau place merupakan seperangkat organisasi yang digunakan sebagai saluran distribusi untuk mengadakan transaksi antara produsen ke konsumen sampai dengan menyalurkan produk atau jasa sehingga dapat digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Usaha bengkel motor Omega memiliki tempat yang strategis dalam melakukan bisnis karena terletak di daerah pada penduduk dan target pada masyarakat dapat dijangkau karena harga yang di tawarkan oleh bengkel motor Omega sangat kompetitif. Hal ini sejalan dengan pendapat ahli bahwa dalam bauran pemasaran, tempat (place) merupakan lokasi atau media yang diperuntukkan bagi konsumen untuk dapat melakukan transaksi dengan perusahaan atau pemasar (Sumarwan dan Tjiptono, 2018). Keputusan tempat atau saluran perusahaan secara langsung akan mempengaruhi semua keputusan pemasaran lain (Kotler dan Armstrong, 2019). Dalam penelitian ini indikator tempat yang digunakan adalah Aksesibilitas/keterjangkauan, Visibilitas, Lalu lintas, Tempat parkir, Ekspansi, Lingkungan, Kompetisi, dan peraturan Pemerintah (Tjiptono, 2020).

Bauran Promosi pada Usaha Bengkel Motor Omega

Promosi adalah kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan manfaat produk dan membujuk konsumen agar melakukan pembelian. promosi memegang peran penting dalam keberhasilan program pemasaran karena membantu mengenalkan produk kepada konsumen serta memengaruhi keputusan pembelian mereka. Promosi bengkel motor Omega dengan memanfaatkan media sosial, promosi online, dan offline, serta membangun reputasi melalui ulasan dan testimoni. Tanpa promosi, konsumen mungkin tidak akan mengetahui produk yang

ditawarkan beserta manfaatnya, sehingga tidak akan tertarik untuk membelinya. Oleh karena itu, promosi menjadi alat kunci dalam membangun kesadaran, minat, dan kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Hal ini sejalan dengan pendapat ahli bahwa promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan (Kotler dan Armstrong, 2019). Dalam penelitian ini indikator promosi yang digunakan adalah periklanan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat.

SIMPULAN

Produk pada bengkel motor Omega bervariasi, berkualitas baik, menyediakan berbagai merek, dan produk di kemas dengan baik. Harga pada bengkel motor Omega terjangkau, transparan, memiliki diskon dan memberikan potongan harga. Tempat pada bengkel motor Omega sangat strategis, berada di jalan utama, mudah dijangkau, dapat dilihat dari jelas dari jarak jauh, lalu lintas yang ramai lancar, memiliki tempat parkir yang luas, memiliki ekspansi atau cabang usaha yang sejenis, lingkungan yang mendukung, mampu berkompetisi dengan usaha sejenis, dan peraturan pemerintah yang dapat mendukung jalannya usaha. Promosi pada bengkel motor Omega menggunakan periklanan media cetak spanduk, memberi promosi secara langsung kepada konsumen dan memiliki reputasi baik di masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penulis yaitu belum menemukan secara lengkap bagaimana pemasaran yang dilakukan oleh Omega Motor. Maka dari itu, harus lebih aktif dalam melakukan promosi dalam kemajuan Bengkel Omega Motor.

Penerapan Bauran Pemasaran Pada Usaha Jasa Bengkel Motor Omega cukup memadai. Hal ini terbukti dari produk yang ditawarkan yang yang di berikan kepada pelanggan dan menjual produk yang ori dengan harga yang terjangkau dan berkualitas dan memberikan potongan harga bagi pelanggan yang sudah beberapa kali menggunakan jasanya dan juga memberikan pelayanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Lokasi yang cukup strategis yang dekat area pemukiman warga yang ramai.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* Vol. 1, No. 2,, 46-55.
- Agustina Nadia, dkk. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Biaya Beralih, dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pengguna Kartu Operator Seluler Simpati pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.64, No.1.
- Andi Sakti Purba, Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Bisnis Properti Residensial (Rumah Tinggal) Di kota Manado, *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol. 5 No.4,(2019).
- Aulia, Hidayat. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume6. No 5. hlm 2461-0593.
- Ayu Puspita, Dicka & Sulistyawati Eka. (2018). Persepsi Nilai Pelanggan Memediasi Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Berbelanja Online. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.7, No.5, 2018: 2353-2379. ISSN: 2302-8921.
- Buchari Alma., (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Cahyono, P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Elladerma Skin Care Malang. *Jurnal EKBIS*, Vol. X IX, No.1, 1086-1091.
- Fevi, Z. (2019). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan pada Wisma Syari'ah Graha Az-Zahra Pekanbaru. Skripsi. Pekanbaru: Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

- Gultom, Novia Clara., Tamengkel, Lucky F., Punuindoong, Aneke Yolly. 2022. Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Ingat Kopi Kota Sorong. *Productivity*, Vol. 3 No. 4.
- Hariyanto. (2021). Pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online, *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* Vol. 6 No. 1.