

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN
(STUDI ANALITIK MARKETING MIX DEALER
CV. FORTUNA JAYA MOTOR)**

ARTIKEL PENELITIAN

**OLEH :
NOVIANTO ERIC SILVESTER
NIM F31110047**



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI JURUSAN PIPS
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK**

2014

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN
(STUDI ANALITIK MARKETING MIX PADA DEALER CV. FORTUNA
JAYA MOTOR BODOK KABUPATEN SANGGAU)**

ARTIKEL PENELITIAN

**NOVIANTO ERIC SILVESTER
NIM F31110047**

Disetujui,

Pembimbing I



**Prof. Dr. Junaidi H. Matsum, M. Pd
NIP 195603071987031001**

Pembimbing II



**Drs. Bambang Budi Utomo, M. Pd
NIP 195608071987031002**

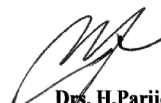
Mengetahui,

Dekan FKIP



**Dr. Aswandi
NIP.195805131986031002**

Ketua Jurusan P.IPS



**Drs. H. Parijo, M.SI
NIP. 195308181987031002**

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI VOLUME PENJUALAN
(STUDI ANALITIK MARKETING MIX DEALER
CV. FORTUNA JAYA MOTOR)**

Novianto Eric Silvester, Junaidi H. Matsum, Bambang Budi Utomo

Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Untan

Email: noviantoericsilvester@yahoo.com

Abstract: The purpose of this research is to determine the factors that affected the sales volume in Dealer CV. Fortuna Jaya Motor Bodok Sanggau. The variable of this research is a single variable with aspects of product quality, price, promotion and place / distribution. The research method is a descriptive study that uses SWOT analysis (Strong, Weakness, Opportunities, and Threats) to specify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the quality of the product, price, promotion, and the system place / distribution. To collect data of the research, writer uses direct communication technique and documenter study by using interview guidelines and documents. Based on the results of the research, writer indicates the qualities of the second product of Yamaha motorcycle are fuel-efficient, more stylish design, environmentally friendly. The prices of second motorcycle are able to compete and able to reached by all levels of society. The promotion form in this research uses personal selling strategies and promotional programs engine of 1 month warranty for every purchase of a motorcycle. This showroom is took a place at a strategic place and has a good main road.

Keywords : The factors that affected of sales volume

Abstrak: Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada Dealer CV. Fortuna Jaya Motor Bodok Kabupaten Sanggau. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel tunggal dengan aspek kualitas produk, harga, promosi dan tempat/distribusi. Metode penelitian ini bersifat deskriptif dengan bentuk analisis yaitu analisis SWOT (*Strong, Weakness, Opportunities, dan Threats*) untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari kualitas produk, harga, promosi, dan sistem tempat/distribusi. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik komunikasi langsung dan studi dokumenter dengan alat pedoman wawancara, dan dokumen. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan kualitas produk sepeda motor *second* yamaha hemat bahan bakar, desain bentuk lebih *stylish* serta ramah lingkungan. Harga motor *second* mampu bersaing, masih mampu dijangkau semua lapisan masyarakat. Bentuk promosi yang dilakukan yaitu strategi *personal selling* dan program promosi garansi mesin 1 bulan untuk setiap pembelian sepeda motor. Adapun sistem tempat yaitu *showroom* yang strategis dan akses jalan raya yang sudah banyak diperbaiki.

Kata Kunci : Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan.

Dalam konsep pemasaran modern dewasa ini, dikenal salah satu konsep pemasaran yaitu *marketing mix*. Marketing mix atau bauran pemasaran merupakan variabel-variabel yang dipakai oleh suatu perusahaan sebagai salah satu sarana untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta merupakan alat bagi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Menurut Basu Swastha (1999 : 94) juga mengemukakan bahwa *Marketing mix* adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yakni : produk, harga, promosi, dan tempat/distribusi. Dari definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa marketing mix merupakan kombinasi seperangkat alat pemasaran yang dapat dikontrol oleh perusahaan yang digunakan untuk mempengaruhi perilaku pembeli pada pasar sasaran. Jadi untuk mencapai tujuan dan target yang telah ditetapkan perusahaan, perlu mengkombinasikan dan mengkoordinasikan variabel-variabel dari marketing mix dalam kegiatan pemasaran secara efektif dan efisien. Semakin ketatnya persaingan pasar mendorong para pelaku ekonomi untuk memperluas pasarnya untuk berusaha meningkatkan volume penjualan sesuai dengan kemampuan perusahaan yang bersangkutan, kondisi ini berlaku juga pada Dealer CV. Fortuna Jaya Motor di Bodok Kabupaten Sanggau. Dealer CV. Fortuna Jaya Motor merupakan dealer resmi yang bergerak dibidang menjual dan membeli sepeda motor *second* (sepeda motor bekas) merek yamaha dengan berbagai tipe, sehingga dapat menjangkau semua lapisan masyarakat baik kalangan atas, menengah maupun kalangan bawah karena Dealer CV. Fortuna Jaya Motor menyediakan berbagai tipe sepeda motor yamaha sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Dari data jumlah penjualan pada tahun 2011 sebanyak 1010 unit. Pada tahun 2012 jumlah penjualan sebanyak 655 unit atau turun sebanyak 355 unit dari tahun sebelumnya. Sedangkan pada tahun 2013 jumlah penjualan sebanyak 643 unit atau turun sebanyak 12 unit dari tahun 2012. Dengan demikian dapat dilihat bahwa jumlah penjualan sepeda motor yamaha pada dealer Fortuna Jaya Motor Bodok Kabupaten Sanggau dari tahun 2011-2013 mengalami penurunan penjualan. Dari pemaparan di atas, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada Dealer CV. Fortuna Jaya Motor Bodok Kabupaten Sanggau. Oleh karena itu judul yang diambil dalam penelitian ini adalah “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan (Studi Analitik *Marketing Mix* Pada Dealer CV. Fortuna Jaya Motor Bodok Kabupaten Sanggau”.

METODE

Menurut Sugiono (2008:3), “Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Sedangkan menurut Hadari Nawawi (2003:61), metode pada dasarnya berarti “cara yang digunakan untuk mencapai tujuan”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian bersifat deskripsif. Menurut Travers dalam Husein Umar (2004:22), “Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu”. Metode penelitian adalah suatu cara yang digunakan untuk menjawab masalah dalam proses penelitian. Untuk itu, penggunaan metode penelitian harus sesuai dengan masalah yang dirumuskan dalam penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sesuatu yang tengah berlangsung dan memeriksa sebab dari suatu gejala tertentu karena dalam penelitian ini peneliti ingin menggambarkan atau memaparkan secara fakta atau objektif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada Dealer CV. Fortuna Jaya Motor. Metode deskriptif adalah sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki, menggambarkan/melukiskan keadaan subjek-objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya”.

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi langsung, dan teknik studi dokumenter. Sementara alat pengumpulan data yang digunakan berupa pedoman wawancara, dan laporan *stock/inventory* Dealer CV. Fortuna Jaya Motor pada tahun 2011-2013. Pedoman wawancara ditujukan kepada pimpinan Dealer CV. Fortuna Jaya Motor.

Untuk menganalisis data yang diperoleh serta mengambil kesimpulan dari hasil pembahasan diperlukan alat analisis yaitu dengan menggunakan analisis kualitatif. Adapun langkah-langkah yang penulis lakukan yaitu mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumen, memeriksa data yang telah terkumpul, menganalisis data yang telah terkumpul secara kualitatif atau analisis non statistik dengan bentuk analisis yang digunakan adalah analisis SWOT (Strong, Weakness, Opportunities, dan Threats) yaitu untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari kualitas produk, harga, promosi, dan sistem tempat/distribusi pada Dealer CV. Fortuna Jaya Motor dan menyimpulkannya.

PEMBAHASAN

Penyajian Data

Berdasarkan hasil wawancara, maka dapat dikemukakan mengenai kualitas produk, harga, promosi dan tempat/distribusi serta untuk melengkapi hasil penelitian maka dimasukkan komponen kualitas sumber daya manusia dalam hal ini penulis lebih menekankan pada pendidikan dan pelatihan yang telah didapat karyawan untuk peningkatan mutu karyawan.

a. Aspek Kualitas Produk

Dilihat dari aspek kualitas produk, dalam hal ini Dealer CV. Fortuna Jaya Motor Bodok Kabupaten Sanggau memiliki cara menjaga kualitas produk motor yamaha yang dijual agar konsumen puas dengan kualitas produk motor *second* yang dijual di dealer. Sebelum motor *second* dijual terlebih dahulu motor *second* tersebut dicek oleh mekanik apa saja kerusakan yang perlu diperbaiki dan apa saja onderdil mesin yang perlu diganti. Dalam hal ini, mekanik yang mengerjakannya adalah mekanik handal dan sudah teruji. Pengecekan motor dilakukan 2 kali sebelum motor sampai ke konsumen hal ini bertujuan untuk menjaga kualitas motor agar konsumen puas.

b. Aspek Harga

Dilihat dari aspek harga, dalam hal ini Dealer CV. Fortuna Jaya Motor Bodok Kabupaten Sanggau memiliki strategi penetapan harga jual motor *second* merek yamaha untuk menguasai pasar. Adapun penentuan harga jual yang ditetapkan adalah penentuan harga jual yang telah ditetapkan oleh pusat. Dalam hal ini Dealer CV. Fortuna Jaya Motor Bodok Kabupaten Sanggau memiliki penetapan harga jual.

Berikut ini penulis sajikan data harga jual sepeda motor *second* yamaha per 31 Juni tahun 2014 pada tabel 4.1 .

Tabel 1 : Data harga jual sepeda motor second merek Yamaha per 31 Juni 2014 :

No	Nama Motor	Harga (Dalam Rupiah)
1	Vega ZRDB	9,500,000.00
2	Mio Sporty	7,500,000.00
3	Xeon RC	12,500,000.00
4	Mio GT	11,500,000.00
5	Vega RR	10,500,000.00
6	Mio J	10,300,000.00
7	New Jupiter Z CW	12,000,000.00
8	Mio Soul GT	12,100,000.00
	New Jupiter MX	
9	CW	14,500,000.00
10	Jupiter Z F1	13,000,000.00

Sumber : Dealer CV. Fortuna Jaya Motor Bodok

c. Aspek Promosi

Semakin ketatnya dunia usaha, maka setiap dealer motor harus memiliki variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh suatu perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menarik konsumen adalah melalui promosi. Dealer CV. Fortuna Jaya Motor melakukan promosi yang bertujuan untuk memperkenalkan produk yang ada dan tentu saja untuk menarik konsumen bahkan calon konsumen.

Kegiatan promosi yang dilakukan bisa dikatakan kurang gencar. Promosi yang dilakukan oleh pihak Dealer CV. Fortuna Jaya Motor Bodok Kabupaten Sanggau biasanya dilakukan oleh para sales dengan menyebarkan brosur-brosur dijalan dan dikampung-kampung sekitar wilayah Kecamatan Parindu. Salespun juga menyebar kebeberapa daerah sekitar dealer untuk melakukan promosi ini biasa disebut *personal selling*, karena sales mendatangi calon konsumen langsung dan membujuk agar mau membeli produk yang ditawarkan.

Namun dalam hal ini biaya yang dikeluarkan oleh sales tidak dimasukan kedalam biaya promosi oleh dealer karena itu termasuk gaji karyawan. Hal ini dilakukan agar para konsumen tetap setia atau loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh yamaha dan calon konsumen tertarik untuk membeli atau menggunakan produk yamaha.

Dengan adanya kegiatan promosi secara rutin diharapkan masyarakat luas tetap mengenal dan beranggapan bahwa produk yamaha selalu jadi yang terbaik. Ini merupakan tujuan yang ingin selalu dicapai oleh perusahaan. Dengan begitu maka eksistensi usaha akan tetap berjalan dengan baik.

d. Aspek Tempat/Distribusi

Dealer CV. Fortuna Jaya Motor Bodok Kabupaten Sanggau terletak di Jalan Proklamasi No. 28 Dusun Bodok Desa Bodok Kecamatan Parindu Kabupaten Sanggau. Dipilihnya Jalan Proklamasi sebagai lokasi usaha dikarenakan jalan tersebut merupakan salah satu jalan yang ramai lalu lintasnya dan bisa dikatakan terletak dipusat keramaian.

Selain itu, Jalan Proklamasi merupakan salah satu akses jalan penghubung antara pasar di Kecamatan Parindu menuju Kecamatan Meliau. Dealer CV. Fortuna Jaya Motor ini memiliki Jenis tempat usaha semi permanen dengan luas tempat usaha kurang lebih 32 meter persegi. Sampai saat ini status tempat yang digunakan untuk membuka usaha masih berstatus rumah sewaan.

e. Kualitas Sumber Daya Manusia (Pendidikan dan Pelatihan)

Dalam rekrutmen karyawan pihak Dealer CV. Fortuna Jaya Motor Bodok Kabupaten Sanggau tidak menetapkan kriteria khusus yang terpenting adalah kemauan untuk bekerja keras, memiliki komitmen memajukan usaha, dan menjunjung tinggi profesional kerja. Dalam hal peningkatan kualitas karyawan, pihak Dealer CV. Fortuna Jaya Motor Bodok Kabupaten Sanggau melakukan pendidikan dan pelatihan karyawan 1 kali setahun yang bertujuan untuk peningkatan kualitas dan etos kerja yang baik. Biasanya kegiatan

pelatihan dilaksanakan di Sorum Central Yamaha yang beralamatkan di Jalan Tanjungpura No. 53 Pontianak.

Analisis Data

Dalam *marketing mix* perusahaan harus menetapkan bagaimana cara untuk mensinergikan antara produk, harga, promosi dan tempat/distribusi. Bahkan lebih spesifik bahwa perusahaan harus mampu mengalokasikan anggaran keberbagai alat pemasaran yang dimiliki. Berikut dapat penulis uraikan masing masing analisa *marketing mix* sebagai berikut :

a. Analisis Produk

Produk berupa barang dan jasa adalah sepeda motor merk yamaha, bengkel resmi sepeda motor merk yamaha, suku cadang (spare part) sepeda motor merk yamaha, motor bekas / *second*. Gambaran umum produk barang dan jasa adalah sebagai berikut:

- 1) Sepeda motor merk yamaha yang dijual baik dengan cara cash maupun kredit. Ada beberapa macam tipe merk motor yamaha yang diperdagangkan seperti Mio CW, Mio J, Mio Soul, Mio Soul GT, Xeon, Byson, Vixion, Vega RR, Vega ZRDB, Vega Force, Xeon, Jupiter Z, Jupiter Z F1 dan Jupiter MX CW, Jupiter MX at CW.
- 2) Pelayanan jasa bengkel sepeda motor yamaha dengan peralatan terbilang baik dan memadai, perlengkapan untuk service motor dan kinerja pegawai yang baik. Pelayanan jasa itu 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.
- 4) Adapun motor bekas/motor *second* yang diperdagangkan adalah motor yang tidak dapat lagi dibayarkan iuran bulanan oleh konsumen yang melakukan pembelian secara kredit atau dengan kata lain kredit macet, yang kemudian motor tersebut ditarik kembali oleh pihak dealer dan nantinya direkondisi yang kemudian akan di jual kembali sebagai motor *second*.

b. Analisis Promosi

Bentuk-bentuk promosi pemasaran yang dilakukan oleh Dealer CV. Fortuna Jaya Motor terdapat berbagai macam. Adapun kegiatan periklanan yang dilakukan oleh Dealer CV. Fortuna Jaya Motor Bodok yaitu dengan berbagai macam cara di antaranya melalui media cetak seperti brosur, serta media luar ruangan seperti baliho dan spanduk. Begitu juga halnya dengan sales marketing juga menyebar ke beberapa daerah sekitar dealer untuk melakukan promosi ini biasa disebut *personal selling* atau promosi tatap muka. Karena sales mendatangi calon konsumen langsung dan membujuk agar mau membeli produk yang ditawarkan.

c. Analisis Harga

Harga untuk tarif produk dan jasa yang di berikan dan yang disosialisasikan sangat menentukan keberhasilan pemasaran, jika harga tarif rendah dibarengi dengan tingginya kualitas pelayanan barang dan jasa,

maka konsumen akan lebih tertarik menggunakan jasa dan membeli motor yamaha. Seperti diawal telah saya sebutkan bahwa memang harga relatif mahal, tetapi apabila kualitas yang di hasilkan sepadan maka konsumen tentu tetap memilih yamaha sebagai prioritas. Yang paling diwaspadai adalah kompetitor, sebab selain persaingan harga sangat ketat. Secara umum semua menawarkan harga yang relatif murah atau terjangkau. Disinilah poin yang harus diperhatikan. Ketika harga mulai ketat, maka satu – satunya cara yang dapat dimaksimalkan adalah mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas dan pilihan bagi konsumen. Dan saat ini kunci keberhasilan yamaha adalah pada kualitas yang dimiliki.

d. Analisis Distribusi

Sebagaimana diketahui, sebagaimana penulis utarakan bahwa Dealer CV. Fortuna Jaya Motor merupakan sorum cabang yang bisa dikatakan jauh dari jangkauan pusat. Hal yang mungkin jadi masalah adalah pabrik yamaha terdapat di Jawa, padahal konsumennya seluruh Indonesia. Oleh karena itu sistem transportasi pengangkut harus selalu diperhatikan. Ini menyangkut masalah distribusi motor melalui jalan darat yang memakan waktu cukup lama mengingat akses jalan yang rusak.

Terkait dengan analisis, mungkin yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan produk yang selalu *up to date* sesuai keinginan/kebutuhan masyarakat. Artinya hanya dengan berinovasi dan perbaikan terus menerus maka akan dapat selalu mencapai kepuasan pelanggan. Atau dalam arti lain, yamaha pada umumnya harus selalu pada target pengembangan produk yang lebih mutakhir, inovasi teknologi, pengembangan yang kontinyu terhadap produknya. Selanjutnya yamaha juga dapat menjual lebih banyak motor skutik dan sport yang lebih banyak sesuai dengan permintaan konsumen akhir-akhir ini. Menjual di tempat lain atau mencari tempat-tempat yang belum pernah dijangkau termasuk ke pedesaan.

Analisis faktor-faktor haruslah menghasilkan adanya kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh suatu organisasi, serta mengetahui kelemahan (*Weaknesses*) yang terdapat pada organisasi itu. Sedangkan analisis terhadap faktor eksternal harus dapat mengetahui kesempatan (*opportunity*) yang terbuka bagi organisasi serta dapat mengetahui pula ancaman (*treaths*) yang dialami oleh organisasi yang bersangkutan.

Untuk memperjelas apa yang telah penulis ungkapkan diatas, maka penulis paparkan lebih mendalam mengenai analisis ini. Pada bagian ini penulis melakukan analisis data dengan bentuk analisis yang digunakan adalah analisis SWOT (Strong, Weakness, Opportunities, dan Threats) yaitu untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari kualitas produk, harga, promosi, dan sistem tempat/distribusi pada Dealer CV. Fortuna Jaya Motor Bodok Kabupaten Sanggau yaitu :

a. Kualitas Produk

1. Kekuatan

- a) Sepeda motor yamaha hemat bahan bakar

Sepeda motor merek yamaha merupakan sepeda motor yang hemat bahan bakar. Ditambah lagi telah diciptakannya sepeda motor yang menggunakan sistem injeksi pada bahan bakar menyebabkan sepeda motor yamaha lebih hemat dibandingkan merek motor lain yang masih menggunakan karburator. Dikatakan sekarang ini, dengan kondisi perekonomian masyarakat yang semakin penuh dengan persaingan dan sulit, sehingga sepeda motor hemat bahan bakar menjadi pilihan utama masyarakat.

b) Desain bentuk lebih mewah dan stylish

Desain bentuk yang lebih mewah dapat dilihat dari less bodi yang menarik disesuaikan dengan selera konsumen masa kini. Ditambah lagi dengan adanya lampu depan kristal sehingga lebih terang dan memberikan kenyamanan bagi pengendara.

c) Ramah lingkungan

Sepeda merek Honda dirancang sesuai standar pabrikan yang mempunyai gas buang yang ramah lingkungan. Dengan mesin yang ramah lingkungan tersebut sepeda motor merek yamaha cocok dipakai di daerah perkotaan yang tingkat polusi udaranya tinggi. Dengan adanya penggunaan sepeda motor yamaha dapat menekan polusi udara di suatu daerah.

2. Kelemahan

a) Harga suku cadang tinggi

Harga Spare part/suku cadang sepeda motor yamaha lebih tinggi dibandingkan merek lain. Hal ini juga menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam membeli sepeda motor merek yamaha.

b) Sepeda motor yamaha kurang cocok digunakan di lokasi yang mempunyai medan jalan yang berat. Kita ketahui di daerah Kabupaten Sanggau, terutama di daerah pedalaman masih banyak jalan yang belum diperbaiki, belum diaspal dan masih berlumpur saat musim hujan.

c) Sepeda motor yamaha khususnya skuter metik kurang cocok digunakan di lokasi yang mempunyai medan jalan yang berat

3. Peluang

a) Banyaknya jalan antar daerah yang sudah diperbaiki. Dengan majunya pembangunan dari waktu ke waktu khususnya di bidang infrastruktur jalan, maka akan memudahkan dan memperlancar sarana transportasi penduduk antar daerah sehingga masyarakat lebih mengandalkan sepeda motor sebagai alat transportasi utama.

4. Ancaman

a) Adanya sepeda motor merek lain yang semakin banyak beredar dipasaran. Dengan semakin berkembangnya daerah di Kabupaten Sanggau menyebabkan perekonomian semakin maju. Dengan semakin majunya perekonomian mengakibatkan kondisi pasar semakin ramai dan menimbulkan persaingan produk-produk dipasar. Hal ini dapat dilihat dari bermunculnya dealer-dealer sepeda motor merek lain di

Kabupaten Sangga. Adanya dealer tersebut antara lain yaitu Honda, Suzuki, Kanzen, KTM, dan TVS.

b. Harga

1. Kekuatan

Dalam penentuan harga jual sepeda motor pada Dealer CV. Fortuna Jaya Motor yaitu adanya program khusus menarik konsumen.

2. Kelemahan

Yang menjadi kelemahan dalam penentuan harga jual yaitu harga jual yang relatif sama dengan harga jual pesaing. Di Kecamatan Parindu khususnya, terdapat juga dealer sepeda motor merek lain yang beredar yang menjadi pesaing dalam menjual sepeda motor yamaha. Harga jual yang relatif sama dengan harga jual pada Dealer CV. Fortuna Jaya Motor karena ditentukan oleh PT. Aneka Makmur Sejahtera yang terdapat di Pontianak.

3. Peluang

Lebih dikenal masyarakat karena satu-satunya dealer resmi motor *second* merek yamaha. Sementara itu, dealer resmi motor *second* merek lain belum ada di daerah tersebut .

4. Ancaman

Adanya penurunan pendapatan masyarakat dalam hal ini turunnya harga karet dan harga sawit menyebabkan daya beli masyarakat menurun. Kondisi semacam itu menyebabkan kemampuan masyarakat untuk membeli atau berbelanja ikut menurun, termasuk dalam membeli sepeda motor. Hal ini bisa menjadi ancaman bagi Dealer CV. Fortuna Jaya Motor dalam melakukan penjualan sepeda motor *second* merek yamaha.

c. Promosi

1. Kekuatan

Dengan adanya program promosi garansi mesin 1 bulan untuk setiap pembelian sepeda motor ini dapat menarik minat konsumen untuk membeli sepeda motor *second*. Selain ini promosi personal selling (promosi mulut kemulut) menjadi daya tarik konsumen dan penyebaran brosur penjualan.

2. Kelemahan

Kurang kreatif dalam strategi promosi, mungkin saja karyawan kurang mendalami pembagian kerja masing-masing bidang yang dibebankan pada setiap bagian. Dimana dalam promosi dibutuhkan keahlian yang mendalam dalam memasarkan dan menawarkan produk. Selain itu pendidikan dan pelatihan hanya dilakukan satu kali dalam setahun.

3. Peluang

Kepercayaan masyarakat akan nama baik yamaha sudah melekat cukup lama. Hal ini menjadi peluang bagi Dealer CV. Fortuna Jaya Motor untuk tetap bertahan.

4. Ancaman

Yang menjadi ancaman dalam kegiatan promosi adalah semakin ketatnya persaingan untuk merebut pasar. Karena dipasaran tidak hanya

produk Yamaha saja yang dikenal masyarakat luas, melainkan banyak promosi produk sepeda motor yang dilakukan para sales marketing untuk merebut pasar. Bahkan dipasaran banyak yang menawarkan produk motor yang murah dan dari segi harga jauh lebih murah dibandingkan dengan motor yaamah seperti produk motor TVS dan Bajai.

d. Tempat/distribusi

1) Kekuatan

Tempat yang strategis terletak di tengah keramaian serta geografis di Indonesia cocok apabila dipakai jenis sepeda motor khususnya di daerah.

2) Kelemahan

Yang menjadi kelemahan yaitu tempat usaha masih berstatus rumah sewaan, gudang penyimpanan kurang luas, serta tata ruang sorum yang kurang menarik.

3) Peluang

Dengan adanya akses jalan raya yang sudah banyak diperbaiki, memungkinkan peluang merebut pasar bisa terjadi saja terjadi. Serta memiliki sistem distribusi yang baik. Konsumen dimanjakan dengan layanan pengantaran sepeda motor dan STNK serta BPKB kerumah konsumen tanpa harus konsumen yang bersusah payah untuk mengurus administrasi sepeda motor.

4) Ancaman

Dari segi tempat, sorum yang sekarang masih berstatus rumah sewaan. Sewaktu-waktu rumah tersebut bisa saja diambil alih penghuninya. Serta Semakin banyaknya beredar sorum motor merek lain disekitar sorum. Dengan banyak berdiri sorum motor merek lain ini bisa saja mengakibatkan persaingan semakin ketatnya persaingan antar sorum menjadikan ini sebagai ancaman. Selain itu konsumen semakin memiliki banyak pilihan dalam menentukan pillihan motor merek apa yang diinginkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada Dealer CV. Fortuna Jaya Motor Bodok Kabupaten Sanggausebagai berikut :

1. Kualitas produk motor *second* yang dijual yaitu kekuatannya adalah sepeda motor yamaha yang hemat bahan bakar, desain bentuk lebih mewah dan stylish, ramah lingkungan. Kelemahan dari produk motor *second* yaitu harga suku cadang tinggi, sepeda motor yamaha kurang cocok digunakan dilokasi yang mempunyai medan jalan yang berat khususnya skuter metik. Peluang dari kualitas produk motor *second* yaitu banyaknya jalan antar daerah yang sudah diperbaiki. Sedangkan ancaman dari kualitas produk motor *second* yaitu

adanya sepeda motor merek lain yang semakin banyak beredar dipasaran seperti honda, suzuki, kanzen, KTM, dan TVS.

2. Berkaitan dengan harga yang menjadi kekuatan yaitu memberikan komisi (bonus) untuk pembelian kredit maupun secara tunai berupa komisi Rp 300.000,00 setiap pembelian satu unit motor. Yang menjadi kelemahan yaitu dalam penentuan harga jual yaitu harga jual yang relatif sama dengan harga jual pesaing. Yang menjadi peluang lebih dikenal masyarakat karena satu-satunya dealer resmi motor *second* merek yamaha. Sedangkan yang menjadi ancaman dari dalam penentuan harga jual yaitu terjadi penurunan pendapatan masyarakat dalam hal ini turunnya harga karet dan harga sawit menyebabkan daya beli masyarakat menurun. Dalam hal ini menjadi ancaman dalam strategi penentuan harga jual motor *second*.
3. Berkaitan dengan promosi yaitu strategi personal selling dan dengan adanya program promosi garansi mesin 1 bulan untuk setiap pembelian sepeda motor ini dapat menarik minat konsumen untuk membeli sepeda motor *second*. Kelemahannya yaitu pendidikan dan pelatihan karyawan hanya dilakukan satu kali dalam setahun. Peluangnya yaitu kepercayaan masyarakat akan nama baik yamaha sudah melekat cukup lama. Sedangkan yang menjadi ancaman dalam kegiatan promosi adalah semakin ketatnya persaingan untuk merebut pasar seakin banyak beredar rodok motor murah .
4. Dari segi tempat yaitu kekuatannya adalah sorum yang strategis terletak di tengah keramaian. Kelemahannya tata ruang sorum yang kurang menarik, Peluangnya yaitu akses jalan raya yang sudah banyak diperbaiki, memungkinkan peluang merebut pasar. Sedangkan ancamannya yaitu dari segi tempat, sorum yang sekarang masih berstatus rumah sewaan dan semakin banyaknya beredar sorum motor merek lain disekitar sorum.
5. Dalam peningkatan Sumber Daya Karyawan, pihak Dealer CV. Fortuna Jaya Motor melakukan pendidikan dan pelatihan karyawan sebanyak satu tahun sekali yang bertujuan untuk peningkatan kualitas dan etos kerja yang baik.

Saran

Ada beberapa saran yang dapat penulis berikan terkait hasil penelitian yang telah dilakukan antara lain:

1. Aspek Produk

Kebijakan produk yang dilakukan sudah baik, diharapkan lebih ditingkatkan lagi misalnya dengan meningkatkan produk yang selalu up to date sesuai keinginan/kebutuhan masyarakat. Artinya hanya dengan berinovasi dan perbaikan terus menerus maka akan dapat selalu mencapai kepuasan pelanggan. Lebih meningkatkan kualitas motor *second* lebih diutamakan agar pelanggan puas dengan hasil atau kualitas motor *second* dalam kata lain kualitas motor *second* biasa bersaing dengan kualitas motor baru.

2. Aspek Promosi

Kebijakan promosi yang dilakukan sudah baik namun lebih digencarkan lagi promosi yang dilakukan seperti pemasangan baliho dan spanduk disetiap jalan raya utama menuju Kota Sanggau, persimpangan jalan Bonti dan jalan raya utama menuju Pontianak, kanvasting atau pawai keliling serta program

cuci motor gratis. Hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan promosi agar masyarakat luas lebih mengenal dan mengetahui keberadaan Dealer CV. Fortuna Jaya Motor yang bertujuan untuk peningkatan volume penjualan. Dalam hal yang lain, peningkatan dalam hal pelayanan harus lebih ditingkatkan lagi misalnya karyawan harus lebih ramah dan bersahaja menyapa calon pelanggan dan pelanggan.

Kegiatan promosi harus rutin dilakukan agar bisa tetap eksis sekain berkembang walaupun banyak dealer motor lainnya di daerah tersebut. Pada setiap bulannya Dealer CV. Fortuna Jaya Motor merancang rincian biaya yang akan dipergunakan untuk kegiatan promosi dan kegiatan apa yang dapat menarik konsumen.

3. Aspek Harga

Kebijakan harga yang dilakukan sudah baik, hanya harga harus memperhatikan perkembangan pasar. Perusahaan yamaha harus mampu memenangkan pasar melalui perencanaan strategi harga dengan tetap berorientasi pada konsumen atau pasar. Artinya seluruh bagian organisasi yang ada didalamnya berupaya bagaimana mendapatkan sistem dan keputusan yang tepat dalam menciptakan kepuasan pelanggan atau konsumen dalam segi harga.

4. Tempat/Distribusi

Kebijakan tempat atau lokasi yang dilakukan oleh pimpinan Dealer CV. Fortuna Jaya Motor sudah sesuai dengan letak dealer yang strategis, hanya saja perlu diperhatikan ruangan sorum penjualan dan gudang penyimpanan yang masih kurang luas atau teralu sempit. Maka dari itu, perlu pembangunan dan penataan ruangan agar lebih menarik lagi. Dalam hal tempat berkaitan erat dengan faktor bukti fisik, kebijakan yang diambil pimpinan sudah baik. Namun hal ini hal ini perlu ditingkatkan misalnya tata letak meja dan kursi karyawan serta kursi tamu ditata dengan lebih rapi lagi. Salain itu menata dengan baik tempat parkir, ruangan selalu dibersihkan supaya bersih dan rapi serta nyaman dipandang.

5. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Dalam hal ini berkaitan dengan karyawan yang bekerja di Dealer CV. Fortuna Jaya Motor. Karyawan yang telah mengikuti pendidikan dan pelatihan harus bisa mengaplikasikan apa yang telah didapat agar tidak sia-sia. Tidak hanya pendidikan dan pelatihan saja, studi banding sangat penting untuk melihat dan mengevaluasi serta bisa mengaplikasikan apa yang telah didapat . Dalam hal ini, penerapan ilmu yang telah didapat penting sekali untuk perkembangan dan kemajuan Dealer CV. Fortuna Jaya Motor.

DAFTAR RUJUKAN

Basu, Swastha. 1999. *Asas – asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.

Hadari, Nawawi. 2003. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Pontianak: Edukasi Press FKIP Untan.

Kotler. 1993. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Kotler. 1999. *Marketing Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Umar Husein. 2004. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.