

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN LAPORAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Perusahaan

1. Profil Singkat Wira Toyota (PT. Wira Megah Profitamas)

PT. Wira Megah Profitamas atau yang lebih dikenal dengan Wira Toyota merupakan salah satu dealer resmi di bawah Toyota Astra Motor untuk wilayah penjualan meliputi Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah.

Pertama kali didirikan yaitu pada tahun 1986 perusahaan ini bernama CV. Wira Motor, seiring perjalanan waktu dan semakin meningkatnya penjualan kendaraan kemudian perusahaan berganti nama menjadi PT. Wira Megah Profitamas pada tahun 1999. Pada tahun 1998 kantor pusat berpindah ke alamat Jl. Jend. A Yani Km 10 No. 10 Banjarmasin.

Saat ini Wira Toyota memiliki 5 cabang dengan 1 kantor pusat, 3 showroom dan 3 outlet yang melayani penjualan, layanan purna jual seperti perbaikan bodi dan pengecatan, servis dan pembelian suku cadang. Berikut ini alamat lengkap dari Wira Toyota;

a. KANTOR PUSAT

Jl. Ahmad Yani Km. 10 No. 10 Banjarmasin

b. CABANG SHOWROOM

Jl. Ahmad Yani Km. 10 No. 10 Banjarmasin

Jl. Ahmad Yani Km. 32 No. 10 Banjarbaru

Jl. Tjilik Riwut Km. 5 No. 8 Palangkaraya

c. OUTLET

Jl. A Yani. No 3 RT 7B RW 3 Kel. Angsau Kec. Pelaihari
Kabupaten Tala, Pelaihari

Jl. Mabuun Raya No. 32 Kel. Mabuun Kec. Murung Pudak
Tabalong, Tanjung

Jl. Raya Batulicin RT 13 RW 3 No. 135 Kel. Batulicin Tanah
Bumbu, Batulicin

Wira Toyota juga memiliki layanan bengkel keliling yang melayani area Banjarmasin, Banjarbaru, Palangkaraya, Batulicin, Tanjung, Pelaihari, Kandangan, Ampah, Kapuas dan Pangkalanbun.

Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung ini didirikan pada tahun 2008. Dealer yang terletak di Jl. Mabuun Raya No.32 Rt.04 Tanjung-Tabalong ini adalah salah satu outlet dari Dealer Wira Toyota. Sejak awal berdiri dealer ini terus berusaha memberikan yang terbaik kepada konsumen. Keberadaan dealer ini mempermudah konsumen yang berada di sekitar tersebut lebih mudah untuk membeli mobil baru serta service mobil Toyota.

2. Struktur Organisasi Wira Toyota outlet Tanjung

Koordinator Outlet Muhammad Rizke	
Marketing	GNR (Bengkel)
1. Wahyudi 2. Hairil Ansyari	1. Adiannoor 2. M. Roliby Naqlizar

3. Misran	3. Rachmad Hidayat
4. Muhammad Sajali	4. M. Hendra
5. Puziastuti Maulinda	5. M. Rizky Abdillah
6. Agus Salim	
7. Indri Chayowati	
8. Fahruraji	
9. Yanuard. B	
10. Fitria H	

B. Penyajian Data

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan tentang strategi promosi yang diterapkan *marketing* Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung diperoleh dari data responden yaitu:

1. Responden Pertama

Nama : Muhammad Rizkie
 Umur : 33 Tahun
 Pendidikan : D3 Teknik Sipil
 Pekerjaan/Jabatan : Koordinator Outlet
 Alamat : Jl. Dam RT. 1 Kec. Maburai

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan responden diperoleh data bahwa Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung dealer yang bergerak dibidang penjualan mobil baru dengan berbagai tipe mobil dan service mobil. Dealer toyota bekerja sama dengan ACC sebagai asuransi mobil baru.

Dalam hal perencanaan promosi Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung merencanakan bentuk-bentuk promosi dilakukan oleh manajer *marketing* dan nantinya dianjurkan kepada general manager untuk disetujui. *Marketing* Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung, sebagai berikut:

a. Periklanan

Periklanan adalah bentuk promosi non personal yang merupakan sarana untuk mempengaruhi dan merangsang masyarakat dengan menggunakan sebagai alat media dalam usaha untuk mendapatkan perhatian dan kesan dari masyarakat sebagai *audience* sasaran. Periklanan sangat diperlukan dalam mengkomunikasikan pesan tertentu agar proses pelaksanaannya dapat dipahami oleh masyarakat.

1) Surat kabar

Marketing Dealer Wira Toyota memasang iklan surat kabar, contohnya disurat kabar harian Banjarmasin Post. Akan tetapi iklan di surat kabar ini disediakan atau biasanya Kantor Cabang Banjarmasin yang membuat iklan ini bukan dari pihak *Marketing* Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung tetapi di dalam surat kabar itu setiap outlet tiap kabupaten ada di buat disitu. Dulu sempat ada koran lokal Tabalong sebagai salah satu surat kabar yang digunakan oleh dealer akan tetapi saat ini tidak lagi digunakan karena menurut perusahaan koran tersebut tidak efektif

2) Brosur

Marketing Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung juga mencetak brosur yang mudah diberikan kepada calon pembeli, guna memberikan pengenalan produk.

3) Spanduk

Marketing Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung juga menggunakan salah satu media promosi dengan spanduk, karena dengan membentangkannya di jalan-jalan juga sangat membantu penjualan mobil pada Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung.

b. Promosi Penjualan

Sesuai dengan pengertian promosi penjualan menurut Nickels: promosi penjualan adalah kegiatan-kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan, yang mendorong *efektifitas* pembelian konsumen dan pedagang dengan menggunakan alat-alat peragaan, pameran, demonstrasi, dan sebagainya.

1) Pameran

Marketing Daler Wira Toyota Outlet Tanjung sering mengadakan pameran-pameran produk seperti Minggu Pagi, Pasar-Pasar, Pasar Ramadhan atau event-event tertentu yang mana Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung bekerja sama dengan pihak yang bersangkutan.

2) Diskon

Diskon diberikan pada saat tertentu kepada pembeli yang datang langsung ke *marketing* Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung .

3) **Hadiah**

Hadiah diberikan secara cuma-cuma kepada pembeli di saat-saat tertentu seperti mendapatkan Sarung Jok, karpet atau variasi-variasi mobil.

4) **Biaya pengiriman**

Biaya pengiriman dari Banjarmasin ke Tanjung dibebaskan atau tidak dibebankan kepada pembeli, dengan harga sama seperti dibrosur atau sama dengan harga Dealer Cabang Banjarmasin.

2. Responden Kedua

Nama : Hairil Ansyari
 Umur : 33 Tahun
 Pendidikan : S1 Manajemen
 Pekerjaan/Jabatan : *Marketing*
 Alamat : Mabu'un Raya

3. Responden Ketiga

Nama : Wahyudi
 Umur : 32 Tahun
 Pendidikan : S1 Manajemen
 Pekerjaan/Jabatan : *Marketing*

Alamat : Belimbing Raya

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan kepada responden di atas diperoleh jawaban, yaitu bentuk promosi yang dilakukan oleh *Marketing Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung* yang diketahui melalui periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, dan pemasaran langsung.

Mengenai kendala yang dialami oleh dealer atau pun bagian *marketing* adalah banyaknya pesaing dealer-dealer mobil yang berada di Tanjung. Bahkan ada dealer yang menjual jenis merk mobil serupa pun ada di kota tersebut.

Menurut mereka alat-alat promosi yang dilakukan oleh mereka sangat efektif, karena promosi yang mereka lakukan selama ini bisa membuat konsumen tahu kelebihan dan kekurangan dari mobil itu, apalagi kita langsung bertatap muka dengan konsumen itu lebih memudahkan mereka untuk menjelaskan kepada konsumen.

C. ANALISIS DATA

Promosi adalah informasi komunikasi antara penjual dan pembeli yang potensial untuk mempengaruhi tingkah laku. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dengan berusaha menarik calon konsumen yang baru.

Berdasarkan data yang telah disajikan, maka dapat diketahui secara jelas tentang strategi promosi yang dilakukan oleh *marketing* Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung dalam meningkatkan penjualan perumahan.

1. Strategi Promosi Yang Dilakukan Oleh *Marketing* Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung

a. Periklanan

Periklanan adalah bentuk promosi non personal yang merupakan sarana untuk mempengaruhi dan merangsang masyarakat dengan menggunakan sabagai alat media dalam usaha untuk mendapatkan perhatian dan kesan dari masyarakat sebagai *audience* sasaran. Periklanan sangat diperlukan dalam mengkomunikasikan pesan tertentu agar proses pelaksanaannya dapat dipahami oleh masyarakat.

1) Surat Kabar

Surat kabar adalah salah satu media cetak yang paling sering digunakan dalam promosi untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk-produk mobil, potongan harga, dan lain sebagainya yang bersangkutan dengan promosi.

Surat kabar ini memiliki kelebihan sifat yang fleksibel, harga yang relatif lebih murah dan dapat dinikmati lebih lama. Meskipun melalui surat kabar, tidak semua orang mengetahui dengan jelas bagaimana cara pembelian mobil. Oleh karena itu maka *marketing* Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung harus melakukan promosi dengan menggunakan alat promosi yang lain.

Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung tidak lagi menggunakan koran lokal daerah tersebut karena tidak efektif. Mereka memakai koran Banjarmasin post dan itu pun dari Dealer Banjarmasin yang menyediakan. Jadi di dalam iklan yang di pajang pada koran tersebut juga dibuat outlet-outlet yang tersedia beserta alamat-alamat outletnya.

2) Brosur

Brosur merupakan bentuk promosi tertulis yang dilakukan oleh pihak *marketing* Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung. Melalui brosur, secara tidak langsung, *marketing* Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung telah menjelaskan kepada konsumen mengenai alamat dealer, tipe-tipe mobil, berikut rincian harga mobil, dan syarat-syarat dan sistem pembayaran serta sejumlah dokumen yang harus disiapkan oleh pembeli.

Brosur yang disebarakan juga sudah sesuai dengan syarat sebuah pesan harus mampu membangkitkan perhatian (*attention*), menarik (*interest*), membangkitkan semangat (*desire*), dan yang menghasilkan tindakan (*action*).

3) Spanduk

Spanduk merupakan salah satu media iklan yang *efektif* menjangkau semua elemen masyarakat. Iklan dengan menggunakan spanduk ini memiliki kelebihan yang sifat pesannya permanen, tahan lama, dapat dilihat dari jarak jauh dan masyarakat dapat

mengatur tempo dalam membacanya. Kelebihan inilah yang membuat beriklan dengan spanduk yang efektif.

Apalagi spanduk dirancang sedemikian rupa agar menarik perhatian masyarakat dengan tujuan agar mereka menangkap pesan tertulis yang disampaikan.

Dealer Wira Toyota sangat jarang memakai spanduk sebagai alat promosi mereka. Mereka cuman memakai spanduk kecil, dan hanya di pasang di depan kantor outlet atau di saat pameran berlangsung.

4) Internet

Internet merupakan promosi pemasaran secara online melalui internet. Internet bisa dipakai untuk semua aspek, baik untuk perusahaan. Pihak *marketing* Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung menggunakan promosi melalui internet seperti, Facebook, instagram dan lain-lain. Dimana konsumen bisa melihat jenis-jenis mobil. Ketika mereka tertarik untuk memiliki mobil toyota bisa datang langsung ke dealer Wira Toyota Outlet Tanjung.

b. Promosi Penjualan

Sesuai dengan pengertian promosi penjualan menurut Nickels: promosi penjualan adalah kegiatan-kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan, yang mendorong *efektifitas* pembelian konsumen dan pedagang dengan menggunakan alat-alat peragaan, pameran, demonstrasi, dan sebagainya.

Melalui kegiatan pameran, *marketing* Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung bisa menjelaskan langsung kepada pengunjung tentang hal-hal yang menyangkut produk-produk jasanya, seperti jenis mobil, muatan penumpang berapa serta fitur-fitur lain yang ada di dalam mobil tersebut, harga mobil, angsuran mobil, uang muka, serta bonus yang didapat oleh pembeli.

Sehingga dengan itu calon pembeli sudah mengetahui gambaran tentang mobil-mobil. Jadi ketika mereka tertarik untuk memiliki mobil, mereka bisa menghubungi langsung kantor pemasaran Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung dan langsung datang ke dealer.

Selain pameran *marketing* Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung juga melakukan berbagai macam jenis promosi lainnya seperti memberikan hadiah berupa variasi-variasi, potongan uang muka, serta biaya pengiriman mobil gratis dari Banjarmasin ke Tanjung dengan harga yang sama dengan brosur.

Promosi ini dilakukan agar mempermudah pembeli. Jadi pembeli tidak harus ke Banjarmasin untuk mengurus berbagai macam keperluannya cukup di dealer Outlet saja mereka sudah bisa mendapatkan mobil.

c. Pemasaran langsung

Pemasaran langsung adalah komunikasi langsung dengan konsumen perorangan yang menjadi sasaran, untuk memperoleh tanggapan yang segera. Biasanya Dealer Wira Toyota Menggunakan media Sosial serta alat penghubung lainnya dalam promosi ini. Sehingga mereka bisa

langsung melihat bagaimana reaksi konsumen serta mereka bisa mendapatkan tanggapan langsung dari konsumen.

d. Penjualan Perseorangan (*personal selling*)

Menurut William G. Nickels, Penjualan perseorangan (*personal selling*) adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau memertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

Berdasarkan hasil wawancara bahwa promosi ini salah satu jenis promosi yang dominan karena para *marketing* dapat langsung menjelaskan bertatap muka dengan konsumen tentang jenis-jenis mobil dan mereka dapat langsung melihat reaksi dan tanggapan dari calon pembeli.

Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung sudah melakukan macam-macam promosi antaranya periklanan, *personal selling*, pemasaran langsung, dan promosi penjualan. Namun dari sekian banyak media atau kiat-kiat promosi yang seperti apa yang cocok untuk digunakan oleh perusahaan.

Semua media tersebut membantu perusahaan dalam hal memasarkan mobil sesuai dengan fungsinya masing-masing, namun alat promosi yang terlihat berdampak digunakan Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung untuk menarik jumlah penjualan adalah dengan cara *personal selling* atau pameran.

Alat-alat promosi ini berbeda dengan periklanan karena menggunakan orang atau individu dalam pelaksanaannya. Dengan demikian promosi ini dapat dapat lebih *fleksibel* dibanding alat-alat promosi lainnya.

Dalam promosi ini tidak hanya pihak karyawan yang berperan tapi pimpinan pun ikut berperan aktif guna memajukan perusahaan, bahkan masyarakat pun ikut serta dalam memasarkan rumah tersebut dengan imbalan yang akan didapat apabila dia mampu mendapatkan pembeli.

Dalam promosi pihak perusahaan berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin baik bagi orang yang datang langsung ke kantor pemasaran, ataupun orang yang hanya bertanya melalui telepon.

Pada promosi ini mencakup hubungan yang hidup, langsung dan interaktif antara dua orang atau lebih masing-masing pihak dapat melihat kebutuhan dan karakteristik pihak lain secara lebih dekat dan segera melakukan penyesuaian. Hal tersebut membuat calon nasabah merasa berkewajiban untuk mendengarkan pembicaraan dan penjelasan dari pihak Dealer. Dalam menjelaskan kepada calon konsumen pihak *marketing* berusaha menjelaskan sebisa mungkin agar bisa dimengerti.

Dengan demikian penulis dapat menyimpulkan bahwa pihak *marketing* Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung lebih menekankan kepada media promosi *personal selling* dan *sales promotion*, perusahaan akan bisa lebih berkembang, namun tidak hanya media promosi ini saja yang digunakan, perusahaan juga memerlukan media promosi lainnya untuk bisa membantu memasarkan produk mereka dan mengenalkan Dealer mereka. Tetapi perusahaan harus bisa menggunakan media-media promosi itu sesuai dengan anggaran yang disediakan oleh dealer.

2. Dampak strategi Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Penjualan Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung

Promosi adalah salah satu cara untuk meningkatkan penjualan, karena dari promosi yang dilakukan seseorang mengetahui produk yang ditawarkan. Begitu juga yang dilakukan oleh pihak *marketing* Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung dalam melakukan promosi agar dikenal oleh masyarakat luas.

Pihak *marketing* Dealer Wira Toyota Outle Tanjung menggunakan berbagai bentuk-bentuk promosi untuk meningkatkan jumlah penjualan mobil Toyota pada Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung. Diantaranya periklanan, *personal selling*, pemasaran langsung dan promosi penjualan.

Tetapi tidak semua promosi mampu meningkatkan jumlah penjualan mobil secara *signifikani*. Karena setiap promosi pasti ada kelemahan dan kekuatannya. Berikut ini data jumlah penjualan mobil Toyota pada Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung pada Tahun 2016.

No	Bulan	Jumlah yang terjuan (unit)
1	Janauari	9
2	Februari	5
3	Maret	5
4	April	8
5	Mei	5
6	Juni	13
7	Juli	3
8	Agustus	3

9	September	2
10	Oktober	4
11	November	11
12	Desember	8

Dilihat dari tabel di atas, jumlah peningkatan penjualan mobil toyota pada Dealer Wira Toyota terjadi kenaikan dan penurunan pada setiap bulannya. Contoh seperti pada bulan April dan bulan Mei terjadi penurunan penjualan mobil pada bulan April jumlah mobil yang terjual 8 Unit dan pada bulan Mei 5 unit. Sedangkan pada bulan Juni terjadi kenaikan penjualan pada bulan sebelumnya sebanyak 13 Unit. Penyebab dari turun naiknya penjualan mobil adalah faktor ekonomi masyarakat setempat dan juga persaingan antara dealer.

Dalam menjalankan promosinya *marketing* Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung selalu berusaha menginformasikan apa adanya mengenai jenis-jenis mobil, spesifikasi mobil, fasilitas bonus yang didapat, uang muka serta angsuran mobilnya serta hal apapun yang ditanyakan konsumen berkenaan dengan jenis-jenis mobil maka pihak *marketing* berusaha menjelaskan dengan baik dan benar sesuai dengan keadaan yang sebenarnya tanpa harus membohongi konsumen.

Walaupun terjadi kenaikan dan penurunan penjualan mobil setiap bulannya itu bukan karena pihak *marketing* mengendorkan promosi. Malahan pihak *marketing* semakin gencar melakukan promosi. Karena di daerah

tersebut terdapat beberapa dealer mobil bahkan ada dealer mobil yang menjual mobil sejenis.

Karena itu pihak *marketing* Dealer Wira Toyota Outlet Tanjung berkerja keras untuk melakukan promosi. Karena semakin banyak volume penjualan mobil maka semakin banyak pula pemasukan dana. Sehingga dapat menunjang sarana operasional dan promosi yang dilakukan oleh *marketing*.

Oleh karena itu perlunya prinsip kerja dari pihak *Marketing* Dealer dalam operasional kegiatannya perlu menerangkan prinsip kerja profesional dan transparan. Dengan begitu akan menimbulkan kepercayaan dari masyarakat dan juga memberikan kepuasan bagi konsumen, dalam artian apa yang diberikan oleh pihak *Marketing* baik itu dalam penyampaian promosi dan keputusan itu harus benar-benar dilakukan dengan baik.

