

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

Pada mulanya asal usul berdirinya Showroom Ridho Putra Motor didirikan oleh Pak Riduansyah selaku owner yang pada saat itu bekerja di PT. Pertamina selama beberapa waktu. Lalu kemudian, beliau ingin mencoba hal baru dalam pekerjaannya dengan maksud ingin menambah penghasilan. Atas hal tersebut, pada tahun 2011 beliau melakukan suatu gagasan dengan menjual mobil menggunakan modal seadanya yang disiapkan sendiri. Pak Riduansyah awalnya menjual 1 sampai dengan 2 buah mobil di rumahnya dengan niat coba-coba, lalu hal tersebut berlanjut secara terus menerus dengan modal awal yang tidak terlalu banyak. Selain itu, penjualan yang dilakukan pak Riduansyah ternyata memiliki banyak peminat dan keuntungan yang beliau dapatkan melebihi ekspektasi awal. Yang awalnya dengan bermodalkan beberapa mobil saja dan transaksi hanya dilakukan dirumah sendiri yaitu di jalan A.YANI 2, kemudian setelah mendapatkan untung yang lumayan banyak dari hasil penjualan mobil selama 2 tahun, di Tahun 2013 secara resmi didirikanlah Showroom Ridho Putra Motor di jalan Kec. Kertak Hanyar Banjar hingga sekarang dengan mempunyai 4 orang karyawan tetap. Showroom Ridho Putra Motor memberikann pelayanan yang cukup mumpuni serta hanya menjual mobil-mobil berkualitas dalam hal body dan mesin serta dengan harga yang cukup terjangkau. Sebelum menjual produk mobil yang ada, Showroom Ridho Putra Motor melakukan pengecekan secara menyeluruh baik pada bagian body maupun mesin-mesinnya. Sebelum menjual produknya,

showroom tersebut juga selalu memperbaiki jika ada kerusakan atau kekurangan pada setiap mobil. Selain itu, Showroom Ridho Putra Motor juga mengizinkan calon pembeli untuk membawa seorang ahli mobil agar dapat menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen dengan mengecek sendiri mengenai kondisi mobil. Showroom Ridho Putra Motor memberikan berbagai pelayanan yang akan memuaskan hati konsumen bahkan showroom tersebut selalu memoles body dari setiap unit mobil sebelum dijual agar tampak seperti baru dengan menggunakan ketuk magic yang ada di Showroom Ridho Putra Motor. Hal itu tentu terlihat sangat menggiurkan dan akan membuat konsumen merasa puas atas pelayanan yang disediakan oleh showroom ini. Namun, meskipun menyediakan berbagai macam pelayanan yang dapat menarik minat pembeli, penjualan pada Showroom Ridho Putra Motor masih kalah di pasaran jika dibandingkan dengan penjualan dari showroom lain. Padahal pada kenyataannya Showroom Ridho Putra Motor memberikan penawaran serta pelayanan yang sangat bagus dengan harga murah dan terjangkau seseorang sudah dapat membawa satu unit mobil yang berkualitas. Hal inilah yang menyebabkan peneliti dengan segala kerendahan hati tertarik untuk melakukan penelitian terhadap showroom ini dengan harapan atas penelitian yang telah peneliti lakukan akan dapat meningkatkan penjualan yang ada pada Showroom Ridho Putra Motor dengan mencari letak permasalahan serta memberikan solusi demi kemajuan Showroom ini.

Adapun data yang sudah terkumpul sebagai berikut

Informan 1

Nama : Riduansyah

Umur : 40

Lama Bekerja : 8 Tahun

Bapak Riduansyah adalah pemilik Showroom Ridho Putra Motor, beliau membuka showroom mulai jam 11 siang sampai jam 4 sore, dalam penjualan mobilnya membeli dari orang yang menjual mobilnya kemudian sebelum dijual kembali dipoles dipercantik dan mobil siap pakai kepada konsumen, barang yang dijual sangat beliau jaga dan mobil harus bagus demi menjaga image showroom karena jika bisa saja konsumen setelah membeli kemudian menyebarkan ke sanak keluarganya kemudian keluarganya yang lain membeli ditempat kami lagi, tanpa bunga tanpa denda tetapi misalkan dicicil yang harganya lebih dari cash tapi mau dicicil berapa pun ketemunya ya diharga perjanjian awal, tempat di pinggir jalan jadi orang orang yang lewat dijalan sangat sering melihat showroom kami dan tidak perlu repot repot lagi memasarkan karena rejeki tidak kemana, dulu laris manis apalagi ketika idul fitri, tapi setelah corona sampai sekarang satu bulan dua buah mobil saja laku sudah syukur.

Informan 2

Nama : Hairiyandi Swastika

Umur : 27

Lama Bekerja : 5 Tahun

Bapak Hairiyandi sebagai tangan kanan pak Riduansyah, yang ketika pak Riduansyah lagi berurusan diluar maka beliau lah yang menghandle semuanya berurusan dengan pembeli pengecekan mobil dan

lain lain, mobil yang paling laris biasanya jenis avanza xenia dan city car yang dibawah 200 juta, dulu juga pernah menjual ke sosial media seperti olx tapi sekarang sudah tidak mengurus olx lagi karna lagi sibuk dan sekarang menaruh lapak di olx bayar, disisi lain juga sangat banyak saingan yang membuat pilihan konsumen membeli mobil memiliki banyak pertimbangan, walaupun produk bagus dan mantap tapi ketika orang lain sudah lebih dulu keShowroom lain ya maugimana lagi, semua mobil yang ditaroh dilapak showroom semuanya kinclong dan memanjakan mata mesin bagus karena kami sudah memastikan mobil bukan bekas tabrak dan bekas banjir,

Informan 3

Nama : Tajudin Noor

Umur : 35

Lama bekerja : 5 Tahun

Bapak Tajudin Noor sering menemani bos dan yandi ketika ingin mengecek mobil dan membeli mobil karena beliau ahli dan mengecek apakah mobil tersebut masih layak pakai dan masih layak ketika dijual kembali ke konsumen, beliau juga terkadang menghadapi pembeli jika pembeli bertanya Tanya mengenai plus minusnya mobil yang ingin dibeli oleh konsumen.

Pada Showroom Ridho Putra Motor ini, transaksi mobil bisa dilakukan dengan cara cash ataupun kredit. Berikut dibawah ini akan peneliti uraikan jenis pembayaran yang dilakukan oleh Showroom Ridho Putra Motor.

1). Pembayaran Secara Cash

Dalam pembayaran secara cash yang diberlakukan oleh Showroom Ridho Putra Motor, sebelum melakukan transaksi konsumen dapat melihat dan memeriksa mobil yang diinginkan mulai dari body luar mobil sampai dengan komponen mesin. Selain itu, konsumen juga dipersilahkan memeriksa surat-surat mobil tersebut. Dalam menawarkan mobilnya, Showroom Ridho Putra Motor mengedepankan asas keterbukaan dan transparansi kepada konsumen mengenai keadaan mobil yang akan dijual. Setelah pembeli sudah memutuskan untuk membeli satu unit mobil yang diinginkan, pembeli dan juga pihak showroom dapat melakukan tawar menawar atau negosiasi harga sampai bertemu dengan kesepakatan harga yang dirasa pas dan sesuai dengan keadaan serta tipe mobil. Setelah ditemukan kesepakatan harga, pembeli dapat melakukan transaksi kepada pihak showroom secara tunai dan setelah itu pembeli dapat membawa mobil tersebut. Selain memberikan pelayanan yang ramah, pihak showroom Ridho Putra Motor juga menawarkan balik nama kepemilikan mobil tetapi ada biaya tambahan yang harus dibayar oleh pembeli sesuai kesepakatan yang dilakukan antara pembeli dengan pihak showroom. Namun, apabila pembeli tidak ingin mengeluarkan biaya tambahan dan hendak mengurus surat kepemilikan mobil secara pribadi maka pihak showroom tidak keberatan dan menuruti keinginan pembeli tersebut.

2). Pembayaran secara kredit.

Dalam pembayaran secara kredit, proses pengecekan barang dilakukan sama seperti pada pembayaran secara cash. Namun, terdapat beberapa

perbedaan dalam hal persyaratan dan transaksi pembayaran mobil. Pada pembayaran secara kredit, pembeli harus mencantumkan KTP dan Kartu Keluarga (KK) sebagai syarat dari pembelian mobil dengan cara kredit atau dicicil. Showroom Ridho Putra Motor juga menerapkan kredit tanpa adanya unsur riba serta bunganya yang cepat. Dengan kata lain, apabila dimisalkan konsumen membeli satu unit mobil seharga 100 juta rupiah, lalu pembeli memutuskan untuk melakukan pembayaran secara kredit maka atas dasar kesepakatan antara pembeli dan pihak showroom jumlah uang yang harus dibayarkan oleh pembeli adalah senilai 120 juta rupiah yang dibayarkan secara berangsur setiap bulannya. Dari harga 120 juta tersebut pembeli dapat menyerahkan DP atau tanda jadi sebesar 50 juta rupiah dan sisa dari pembelian mobil tersebut adalah sebanyak 70 juta rupiah dan dapat dibayar secara angsur setiap bulannya oleh pembeli tanpa adanya denda atau bunga meskipun pembeli telat membayar. Namun, meskipun tidak ada bunga dan denda biasanya konsumen pada Showroom Ridho Putra Motor melakukan pembayaran dengan tepat waktu.

Berdasarkan atas penelitian yang telah peneliti lakukan pada Showroom Ridho Putra Motor, tidak ada pembeli yang merasa diberatkan dalam hal transaksi pembayaran baik itu pembayaran secara cash maupun kredit karena tidak adanya sistem riba dan bunga yang terlalu besar pada Showroom ini. Seiring dengan berkembangnya zaman, bisnis penjualan mobil bekas yang dilakukan khususnya di Indonesia mempunyai tingkat persaingan usaha yang cukup tinggi. Oleh karena itu, dalam bisnis ini sebuah showroom penjualan mobil bekas perlu melakukan perbaikan dan mengembangkan strategi penjualan menjadi lebih kreatif serta lebih

pro aktif lagi dalam memasarkan produk produknya agar minat pembeli tidak menurun. Untuk melakukan hal tersebut, diperlukan langkah-langkah yang harus dilakukan diantaranya yaitu:

- 1) Harga mobil yang dijual fokus pada nilai Rp. 50 juta sampai Rp. 200 juta dan khusus untuk jenis mobil yang dikategorikan fast moving di pasaran.
- 2) Kualitas mobil yang dijual harus dalam kondisi prima sehingga kepuasan konsumen dapat terjaga dengan baik.
- 3) Menjaga hubungan baik dengan baik penyedia barang (makelar)
- 4) Melakukan kerjasama dengan pihak-pihak leasing company untuk membantu penjualan secara kredit apabila ada konsumen yang membeli mobil secara kredit
- 5) Setiap bisnis mempunyai tingkat resiko yang berbeda-beda, namun untuk menjaga agar kelangsungan usaha dapat berjalan dengan baik dan berkembang diperlukan beberapa langkah untuk meminimalkan resiko khususnya dibidang usaha jual beli mobil bekas yaitu Resiko BPKB palsu langkah yang dilakukan yaitu melakukan cek fisik mobil di Samsat setempat, Resiko Nilai Inventory terlalu tinggi ditawarkan langkah yang dilakukan yaitu dengan melakukan cross checking ke sesama pedagang minimal 3 pedagang agar dalam pengambilan keputusan membeli barang tidak terlalu tinggi dan profit margin dapat lebih baik dan Resiko kondisi barang kurang baik langkah yang dilakukan yaitu mengajak pihak bengkel rekanan untuk melakukan taksasi biaya perbaikan agar lebih akurat terhadap biaya yang dikeluarkan apabila dilihat dengan kemampuan sendiri masih diragukan.

B. Analisis Data

a. Strategi Marketing yang diterapkan pada Showroom Ridho Putra Motor.

Showroom Ridho Putra Motor telah merencanakan semua Strategi Marketing dari awal menjalankan usaha untuk mencapai kesuksesan dalam berbisnis. Showroom Ridho Putra Motor selalu menjaga kualitas barang dagang dan menjaga harga jual agar konsumen tidak beralih ke showroom jual-beli mobil bekas yang lain. Dengan kualitas barang dagang yang baik dan harga jual yang rendah, konsumen akan mereferensikan kepada kerabat dekatnya untuk membeli mobil bekas di Showroom Ridho Putra Motor. Hal itu merupakan salah satu kelebihan yang dimiliki oleh Showroom Ridho Putra Motor yang mana Showroom tersebut menyediakan unit-unit mobil yang berkualitas dengan harga yang tergolong terjangkau serta dapat dilakukan negosiasi tawar-menawar sampai konsumen merasa puas dan tidak keberatan terhadap harga yang ditawarkan. Dengan tidak adanya unsur riba ataupun bunga yang cukup tinggi merupakan suatu hal yang sangat menguntungkan bagi para pembeli khususnya pembeli di kalangan menengah kebawah.

Tidak dapat dipungkiri bahwa mobil memang sangat diperlukan oleh setiap orang baik untuk pemakaian pribadi maupun pemakaian untuk melakukan usaha seperti ojek online atau travel antar kota. Khususnya di daerah Kalimantan Selatan semakin banyak orang-orang yang membangun bisnis travel antar kota serta antar provinsi seiring dengan semakin bertambahnya jumlah mahasiswa yang berkuliah di kota Banjarmasin yang

merupakan salah satu kota pencipta mahasiswa-mahasiswa unggul. Berdasarkan faktanya pengusaha travel tersebut cenderung memilih untuk membeli mobil-mobil bekas yang berkualitas untuk menambah unit mobil pada bisnisnya.

Oleh karena itulah Showroom mobil bekas sangat diperlukan oleh masyarakat yang tidak mampu untuk membeli mobil baru yang berasal dari pabriknya langsung karena memiliki perbedaan harga yang cukup jauh dengan mobil yang sudah pernah dipakai atau mobil bekas. Berdasarkan kenyataan itu, dengan adanya showroom mobil bekas sangat membantu kebutuhan masyarakat.

Strategi Marketing (Pemasaran) dapat dikatakan telah dilakukan oleh Showroom Ridho Putra Motor dalam upaya untuk meningkatkan volume penjualan dan merupakan kegiatan penting dalam berbisnis Showroom jual-beli mobil bekas. Menurut Oentoro, Strategi Pemasaran adalah pengambilan keputusan-keputusan tentang biaya pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Keberhasilan strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran perusahaan (Oentoro, 2012, hal:22). Strategi Marketing merupakan sebuah konsep penting di dalam pemasaran modern yang terdiri dari segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan, untuk mempengaruhi permintaan terhadap suatu produk. Variabel yang digunakan dikenal dengan 4P yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion* (Kotler dan Armstrong, 2012, hal:47). Setelah hasil wawancara dengan pemilik dan karyawan Showroom

Ridho Putra Motor lebih jelasnya mengenai strategi marketingnya dengan wawancara sebagai berikut.

a) Strategi *Product*

Produk adalah merupakan titik sentral dari kegiatan marketing. Semua kegiatan lainnya digunakan untuk menunjang pemasaran produk. Satu hal yang perlu diingat ialah bagaimana pun hebatnya usaha promosi distribusi dan harga yang baik jika tidak diikuti oleh produk yang bermutu dan disenangi oleh konsumen maka kegiatan *marketing* ini tidak akan berhasil. Oleh sebab itu perlu diteliti produk apa yang anda pasarkan bagaimana selera konsumen masa kini perlu mendapat perhatian yang serius (Tjiptono, 2015, hal:98).

Dalam Hal Mobil Bekas Bagaimana yang berkualitas yaitu dengan Indikasi

1) Periksa riwayat service

Dalam dunia otomotif, hal ini dinamakan service record, jika mobil memiliki jadwal rutin untuk servic, maka dapat dipastikan mobil tersebut memiliki kondisi yang baik dan layak jalan. Dengan melakukan pengecekan riwayat service dapat mengetahui dengan jelas apakah mobil tersebut dirawat secara berkala atau tidak.

2) Interior dan Aksesoris

Pemeriksaan interior mobil mulai dari *dashboard*, kulit jok, karpet alas kaki, audio, hingga lampu kabin. Pastikan semua hal tersebut berfungsi dengan baik termasuk AC yang memiliki udara dingin serta fitur keselamatan seperti sabuk pengaman, rem tangan, hingga lampu hazard.

3) Body kendaraan

Hal terpenting lainnya dari tips membeli mobil bekas adalah memeriksa keutuhan bodi mobil, pemeriksaan ini meliputi beberapa bagian utama mobil seperti panel pintu, kap mesin, kaca mobil, dan juga cat mobil. Jika mobil memiliki bodi asli, struktur rangka utama dan cat mobil tidak ada perubahan yang berarti, sedangkan jika pernah mengalami perombakan maka akan ada perubahan warna cat dan beberapa bagian yang tidak sama. Kemudian pastikan juga chasis mobil bekas tersebut dalam keadaan yang baik, dan tidak berkarat.

4) Kondisi Mesin

Setelah melakukan pemeriksaan pada bodi dan interior, hal yang jangan terlewat adalah melakukan inspeksi pada kondisi mesin mobil bekas. Ini merupakan tips membeli mobil bekas yang sangat vital sekali. Buka kap mesin mobil dan menyalakan mobil yang akan dibeli, perhatikan semua komponen mobil dan suara mesin, jika ada komponen yang bergetar tidak semestinya, maka akan menimbulkan suara lain saat mobil dinyalakan. Periksa secara menyeluruh, apakah ada kebocoran oli pada blok mesin atau komponen lainnya. Setelah itu lakukanlah *test drive* jika *showroom* atau penjual meminta calon pembeli untuk mencoba mobil tersebut. Saat *test drive* ini perhatikan dengan baik, mulai dari laju kendaraan, tarikan gas, kondisi rem, transmisi, hingga kaki atau per

mobil, dengan begitu bisa menilai mobil bekas tersebut masih nyaman atau tidak.

5) Dokumen Lengkap

Dalam membeli mobil bekas, hal yang tidak boleh terlewat adalah memeriksa kelengkapan dokumen kendaraan tersebut, pastikan mobil incaran memiliki kelengkapan surat-surat yang baik dan benar, cek nomor rangka motor, nomor mesin, cocokkan dengan Surat Tanda Nomor Kendaraan (STNK), dan BPKB. Pastikan juga nomor rangka dan nomor mesin sesuai dengan yang tertera dalam STNK dan BPKB.(Lifepay, 2021)

Hal ini dapat dilihat dari Showroom Ridho Putra Motor yang telah menjual produk mobil yang memprioritaskan produk buatan jepang dan korea untuk memenuhi keinginan konsumen, Showroom Ridho Putra Motor juga selalu memberikan kualitas terbaik kepada produknya untuk tetap menjaga posisi pasar dan supaya tidak kalah oleh para pesaingnya. Karena inti dari sebuah Showroom jual-beli mobil bekas terletak pada produk apa yang mereka jual dan bagaimana kualitas produknya, hal tersebut yang akan membuat konsumen tertarik untuk membeli mobil karena kebutuhannya tersedia.

Bapak Riduansyah pemilik Showroom Ridho Putra Motor menyatakan bahwa : “ Mobil yang kami jual ni ori semuanyaa dijamin dan juga misalnya mu nada kerusakan pasti kami repair dulu supaya nyaman konsumen menerima barangnya jadi pasaribu (pemakaian rasa baru) dan kami juga

takkan menjual mobil yang bekas banjir atau bekas tabrakan karena kami juga sangat hati hati sebelum mendapatkan mobil bekas yang nantinya akan dijual, dan kami juga percantik jika ada lecet dengan ketuk magic sendiri di manarap dan itu juga menekan biaya agar lebih efisien, dalam hal kilometer apapun kd kami main akan dan kami otak atik, surat aman lengkap kd betaha bodong atau mobil palsu lah intinya asli real bahkan sampai balik nama atau mutasi kami bisa kami uruskan dengan kesepakatan bersama, apa adanya karena kejujuran lebih utama dan kasihan juga orang misalkan kebeli mobil malah dapat yang mengadi ngadi jadi yang penting produk mantap siap bungkus”.

Penulis pun sangat sepekat karena belum lama ini penulis juga membeli mobil di Showroom dan memang mobilnya mantap dan sangat worth it.

b) Strategi *Price*

Masalah kebijakan harga turut menentukan keberhasilan pemasaran produk. Kebijaksanaan harga dapat dilakukan pada setiap level lembaga yaitu kebijaksanaan harga oleh produsen, grosir dan retailer. Harga disini bukan berarti harga yang murah saja ataupun harga tinggi akan tetapi yang dimaksudkan adalah harga yang tepat. Bagaimana menentukan harga yang tepat sangat bergantung kepada berbagai faktor misalnya faktor harga pokok barang, kualitas barang, daya beli masyarakat, keadaan persaingan, konsumen yang dituju dan sebagainya (Tjiptono, 2015, hal:152).

Dan dalam menentukan harga dalam mobil bekas ada 4 Hal yaitu :

1). Cari tahu depresiasi harga dari model tersebut

Mobil adalah salah satu contoh barang konsumsi yang

harganya selalu turun dari tahun ke tahun. Bahasa ekonominya disebut sebagai depresiasi harga. Pengecualian terjadi pada beberapa kasus. Misalnya saja supercar yang diproduksi sangat terbatas atau model sangat ikonik dengan kapasitas produksi yang sangat jomplang dengan permintaan. Contoh gampang dari anomali di atas, yang sedang terjadi saat ini di Indonesia, adalah Suzuki Jimny. Harga sekennya malah dijual lebih mahal oleh pedagang mobil bekas. Hampir semua model produksi massal lainnya mengalami depresiasi. Model-model dari merek Jepang umumnya mengalami depresiasi harga paling kecil untuk pasar Tanah Air, karena sejauh ini kendaraan keluaran mereka paling digemari konsumen dalam negeri. Pada tahun pertama, depresiasinya antara 10-15 persen. Lalu, pada tahun berikutnya penyusutan antara 5-10 persen. Tapi patut diketahui bahwa, rumus ini tidaklah ajek. Persentase depresiasi amat dipengaruhi oleh seberapa laris model itu di pasar mobil baru. Semakin tidak laris, semakin besar potensi depresiasinya meskipun berasal dari merek ‘Negeri Matahari Terbit’. Apalagi kalau model yang ingin dijual sudah didiskontinu.

2). Cek Kisaran Harganya di Pasaran

Para konsumen di pasar mobil bekas kabarnya relatif lebih sensitif terhadap perbedaan harga, daripada para pembeli mobil baru. Karena itu, adanya selisih harga dengan harga pasaran memunculkan potensi kendaraan seken Anda kalah saing dengan barang dagangan dari penjual lain. Cek kisaran harga dari model yang Anda ingin jual,

untuk tahun rakitan yang sama. Catat pula kisaran harga termurah dan tertingginya. Telisik, apakah unit dengan harga termurah punya kondisi yang baik dan siap langsung pakai atau ada kekurangan-kekurangan di berbagai aspek, seperti lecet bodi, perlu perbaikan teknis, maupun status pajak yang mati. Patut pula diketahui kalau harga mobil yang terlampau murah dibandingkan harga pasar dapat dicurigai punya problem yang cukup banyak.

3). Sadari Kondisi Mobil

Kondisi mobil seken yang bakal dijual juga amat menentukan pemosisian harganya. Karena itulah, sadari betul kondisi mobil Anda sebelum memasang banderol. Semakin banyak atau rumit problem yang dimiliki, semakin kecil harga yang bisa Anda patok. Beruntung jika kondisi kendaraan Anda prima, rutin menjalani servis berkala di bengkel resmi, punya jarak tempuh wajar atau relatif rendah, serta tidak mengalami tabrakan atau banjir sama sekali, karena harga jual kembalinya semakin maksimal.

4). Kondisi Perekonomian dan Kebijakan Pemerintah

Terakhir, Anda perlu melihat kondisi perekonomian maupun kebijakan pemerintah. Soalnya, aspek ini bisa mendukung pemberian harga jual kembali yang maksimal atau malah sebaliknya. Contohnya, saat pandemi Covid-19 sekarang ini, ketika daya beli konsumen menurun karena lebih mementingkan hal-hal yang vital atau menabung terlebih dahulu. Pemerintah pun sedang memberikan insentif Pajak Penjualan Barang Mewah (PPnBM) untuk beragam

mobil baru rakitan lokal, baik yang berkapasitas mesin 1.500 cc ke bawah atau 1.501-2.500 cc. Sebagai dampaknya, harga seken dari model-model yang menikmati insentif akhirnya drop. (Krisnamusi : 2021)

Penetapan harga untuk mobil Showroom Ridho Putra Motor relatif tergantung situasi dan kondisi tetapi tetap diharga pasaran bahkan lebih murah dibanding pasaran walaupun beda tipis tapi itu juga lumayan untuk pembeli. Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Riduansyah dan Hairiyandi menyatakan bahwa :

“Meandaki harga tidak belarang larang intinya disesuaikan dengan harga beli mobil kemudian menjualnya tidak beda jauh banget, dan itu juga dihitung biaya respirasi dan lain lain, semuanya disesuaikan dengan keadaan mobil, bila mobilnya masih kilometer rendah kemudian ada tambahan modifikasi itu bisa saja disesuaikan dengan harga yang pas, tidak bisa di bagi rata sama berataan harga lawan di lain lain, tapi intinya ada rupa ada harga dan intinya sesuai lah tidak membuat nyesek ketika membeli, nego nego cocok langsung bungkus aman”

Hairiyandi juga menambahkan bahwa :

“ Harga tetap berpatokan dengan pasaran hanya saja bedanya mungkin jika mobil bekas apa adanya saja ya harganya bisa lebih murah tapi karna ada perawatan perbaikan pemolesan membuat harganya pas lah dengan kondisi, misalkan aki nya mau habis ya diganti dan itu juga diberitahu ke pembeli bahwa akinya baru bisa di cek dan itu menjadi nilai jual juga, tapi tetap saja cuan yang jelas berapa persen keuntungannya dari

tiap penjualan ya itu tergantung kondisi tidak semua rata persennya sebagaimana mobilnya dan bagaimana penawaran konsumen sepakat dan yang terpenting sama sama ridho”.

c) Strategi *Place*

Penentuan lokasi atau tempat merupakan salah satu komponen yang sangat penting dan harus dipertimbangkan dengan baik oleh setiap pelaku usaha. Lokasi yang dipilih harus berada di tempat yang strategis untuk mencapai jangkauan pasar penjualan atau volume penjualan setiap bulannya. Memiliki lokasi yang strategis akan memudahkan untuk mencapai target pemasaran (Tjiptono, 2015, hal:153).

Dimana pengusaha Showroom jual-beli mobil bekas harus memiliki lokasi yang strategis untuk mendapatkan konsumen dan lokasi yang nyaman untuk meningkatkan volume penjualan mobil bekas.

Bagaimana Strategi *Place* pada Showroom Ridho Putra Motor dapat dilihat dari hasil wawancara dibawah ini:

“ Tempatnya ni pas banar ditengah tengah jadi handak keluar kota nyaman kedalam kota nyaman jua, pal 12 pas ditengah jalan jadi nyaman banar memasuk akan mengeluarkan mobil jalan luas lapang dan lakas urang dapat lokasi sini intinya sip sudah urang urang nyaman mendatangnya kd padat jalannya kada macet juga”

Dari sini bahwa tempat Showroom Ridho Putra Motor cukup strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat, tempatnya stabil tenang dan tempatnya eksis di pinggir jalan raya mudah dilihat.

d) Strategi *Promotion*

Tujuan utama dari promosi Menurut Tjiptono (2015, hal:221-222) adalah “Menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran“. Ada 3 (tiga) tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

a) Menginformasikan (*informing*), dapat berupa:

- (1). Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru.
- (2). Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk.
- (3). Menyampaikan perubahan harga kepada pasar.
- (4). Menjelaskan cara kerja suatu produk.
- (5). Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan.
- (6). Meluruskan kesan yang keliru.
- (7). Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli.
- (8). Membangun citra perusahaan.

b) Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk:

- (1). Membentuk pilihan merek.
- (2). Mengalihkan pilihan merek ke merek tertentu.
- (3). Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk.
- (4). Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga.
- (5). Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga (*salesman*)

c) Mengingat (*reminding*), dapat terdiri atas:

- (1).Mengingatkan pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat.
- (2).Mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan.
- (3).Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan.
- (4).Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

Dan bagaimana Strategi Promotion yang ada di Showroom Ridho Putra Motor dapat dilihat dari pernyataan wawancara dibawah ini dengan pak Ridwan dan Hairiyandi

“Mun mempromosi akan lewat brosur atau internet tidak ada am masih tapi ada semalam dulu memakai olx tapi wahini sekarang bayar sudah jadi kada masang sana lagi, iklan koran dahulu tapi wahini koran kada tepakai lagi sudah jadi seadanya ai “

Pernyataan wawancara dengan Hairiyandi

“Soal promosi kami sepertinya dari mulut kemulut dan dari keluarga sanak keluarga mempromosikan ke orang orang terdekat teman tapi harusnya meulah jejaring social atau instagram atau website gasan supaya urang nyaman melihat barang tapi Alhamdulillah sampai ini kd teulah ulah karena aku hauran jua masih banyak yang di urus “

Dari Strategi Promotion menurut penulis sepertinya masih belum memuaskan untuk menjangkau pasar, jangkauan Dunia Digital pun tidak meluas dan membuat orang lain sulit mendapatkan informasi mobil apa

saja yang ada di tawarkan berapa saja harganya karena konsumen sekarang biasanya mengetahui produk menevaluasi dari Dunia maya dulu sebelum ke Dunia nyata.

b. Strategi Marketing Jual Beli Mobil Bekas Di Showroom Ridho Putra Motor Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam

Perbedaan antara Strategi Marketing dengan Strategi Marketing Syariah yaitu dalam hal *Product, Price, Place* dan *Promotion* menggunakan Prinsip-prinsip pemasaran Islam ada beberapa macam diantaranya adalah:

a. Berlaku adil

Menerapkan perilaku adil dalam menjalankan sebuah usaha sangatlah penting. Seorang pemilik atau pemimpin sebuah bisnis harus mampu bersikap adil agar dapat menciptakan sebuah bisnis yang sukses baik di dunia maupun di akhirat.

b. Menjaga Kualitas Produk

Sebagai seorang yang memiliki sebuah bisnis di bidang muamalah, pemilik usaha harus menjaga kualitas produk yang dijualnya agar pembeli dapat merasakan kualitas produk tersebut.

c. Sadar dengan Perkembangan Zaman

Tidak dapat dipungkiri saat zaman semakin bertambah, maka perkembangan dalam kegiatan transaksi jual-beli suatu barang juga semakin berubah. Oleh karena itu, sebagai pebisnis harus mampu menyesuaikan dan mengikuti perkembangan pasar perniagaan tanpa

melanggar aturan *fiqih muamalah* jual beli yang sudah ditetapkan oleh agama Islam.

d. Jujur dalam Mengukur Kualitas dan Kuantitas

Seorang muslim diajarkan untuk selalu bersikap jujur dalam memberikan keterangan atas suatu barang yang dijualnya. Tidak boleh ada yang dikurangi atau dilebih lebihkan tentang kualitas dan kuantitas suatu barang.

e. *Khiyar* dalam Jual Beli

Dalam menjalankan sebuah bisnis, memasarkan suatu barang menjadi hal yang paling utama yang harus dilakukan oleh seorang pebisnis. Pada dasarnya, di dalam Islam pebisnis sudah diajarkan bahwa pembeli adalah seorang raja yang harus dilayani dengan baik. Oleh sebab itu, pebisnis harus memberikan yang terbaik dalam memberikan pelayanan kepada pembeli.

f. Fungsi dan Manfaat

Fungsi dan manfaat merupakan komponen paling penting yang harus diperhatikan seorang pebisnis. Pebisnis harus menjual suatu produk yang memiliki fungsi dan manfaat bagi seorang pembeli. Islam melarang untuk memperjual belikan suatu barang yang tidak memberikan kebermanfaatan bagi umat manusia.

g. Memasarkan Barang dengan Ikhlas dan Tulus

Memasarkan produk harus dilakukan dengan perasaan yang tulus dan ikhlas dengan mengharapkan ridho Allah SWT. Dengan bersikap ikhlas dan tulus *Insyallah* Allah SWT akan mempermudah

segala urusan manusia dimuka bumi dan memberikan rezeki yang berlimpah.

h. Amanah

Seorang pebisnis wajib memiliki sikap amanah dalam memasarkan produk jualannya. Pebisnis harus bisa menjaga kepercayaan seorang pelanggan dan memberikan keterangan tentang kualitas suatu produk dengan apa adanya tanpa adanya kebohongan.

i. Berusaha atau Ikhtiar

Ikhtiar merupakan hal yang harus dilakukan oleh pebisnis. Seorang pebisnis harus selalu berusaha atau berikhtiar untuk memasarkan produknya. Islam melarang manusia untuk berputus asa karena apabila terus berusaha atas sesuatu maka perlahan-lahan Allah SWT akan memudahkan jalan baginya.

j. Adanya Keterbukaan pada Pelanggan

Dalam memasarkan suatu produk, pebisnis harus menerapkan prinsip keterbukaan tentang kualitas barang serta kekurangan yang ada pada produk tersebut.

k. Tidak Memasukkan Riba

Ini merupakan salah satu prinsip marketing syariah yang harus dijadikan landasan oleh setiap pebisnis. Riba merupakan perbuatan yang dilarang oleh agama Islam. Seorang pebisnis harus berpegang teguh pada prinsip ekonomi syariah yang benar.(Asnan Muhammad : 2017)

Syariah marketing merupakan sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan nilai dari suatu inisiator kepada *stakeholders-nya*, yang dalam keseluruhan prosesnya dengan akad dan prinsip-prinsip *muamalah* (bisnis) dalam Islam. Definisi di atas berdasarkan pada salah satu ketentuan dalam berbisnis Islam yang tertuang dalam kaidah fiqh yang mengatakan, “*Almuslimûna,,alâ syurûthihim illa syarthan h arrama h alâlan aw ah alla harâman*” yang artinya kaum muslim terikat dengan kesepakatan-kesepakatan bisnis yang mereka buat, kecuali kesepakatan yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram. Selain itu, kaidah fiqh lain mengatakan “*Alashlufil-mu’âmalah al-ibâh ah illâ ayyadulla dalî lun “alâ tahrî mihâ*” yang artinya pada dasarnya semua bentuk muamalah (bisnis) boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Seorang muslim yang menjalankan usaha jual beli dalam mengatur strategi penjualan perlu memerhatikan dengan serius mengenai strategi pemasaran dari sisi Islam agar transaksi jual beli yang dilakukan mendapat ridho Allah SWT karena melakukan perbuatan jual-beli yang sesuai dengan syari’at Islam. Dalam pemasaran syariah,seluruh proses mulai dari proses penciptaan, penawaran, maupun perubahan nilai (*value*) tidak boleh mengandung hal-hal yang bertentangan dengan prinsip *muamalah* agama Islam. Strategi pemasaran dalam Islam merupakan suatu bentuk jual-beli atau muamalah yang dibenarkan dalam Islam selama dalam segala proses transaksi selalu terpelihara dari hal-hal yang dilarang oleh ketentuan syariah (Hafidhunnudin dan Tanjung, 2003, hal:3).

Marketing syariah diartikan sebagai suatu disiplin unit bisnis strategis yang diarahkan kepada suatu proses dimana terdapat perubahan nilai serta penawaran dari satu penggagas kepada bagian yang lain dalam keseluruhannya sesuai dengan prinsip-prinsip kegiatan muamalah dalam Islam (Miftah, 2015, hal:16).

Dalam memenuhi tujuan ini, seorang pemasar muslim harus memastikan bahwa semua aspek kegiatan pemasaran, seperti perencanaan barang dan jasa, harga dan strategi distribusi, seperti halnya teknik promosi yang digunakan, haruslah sesuai dengan tuntunan Al-Quran dan as-Sunnah. Berkaitan dengan *marketing*, maka penerapan dalam syariah akan merujuk pada konsep dasar kaidah fiqih yakni "*Al-ashlu fil-muamalah al-ibahah illa ayyadulla dalilun 'ala tahrimiha*" (pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya) (Kartayaja, 2006, hal:175). Berikut adalah *marketing* dalam perspektif syariah, yakni *product, price, place, dan promotion*.

a) *Product*

Dalam unsur *marketing* syariah ada salah satu unsur yang disebut produk. Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk digunakan oleh konsumen dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Produk merupakan unsur penting dalam suatu *marketing* syariah, dimana baik buruknya suatu produk pada konsumen membawa pengaruh bagi kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang. Produk

sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Ada tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk menurut syariah:

- 1) Produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak/ kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik,
- 2) Produk yang diperjual-belikan adalah produk yang halal
- 3) Dalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan.

Dalam artian bahwa produk mobil mobil yang dijual di Showroom Ridho Putra Motor haruslah barang yang halal tidak rusak atau ada unsur tipu sebagaimana hasil wawancara dengan pak Riduan dan Hairiyandi

“ Ya itu tadi kd harapan kami menjual mobil hasil curian atau bodong atau kreditan nunggak di leasing kdd dan juga kdd unsur tipu ori berataan segitu am mobilnya kilometer kdd kami otak atik kdd dikurang kurangi misalnya kd percaya juga boleh bawa ahli montir untuk mengecek satu satu barangnya karena sebelum kami menjual pun sdh kami cek dengan ahli montir kami”

Hairiyandi pun menambahkan

“ Memang fakta aman terjamin karena mungkin misalkan anda beli dengan perorang atau orang yg individu atau showroom nakal bisa saja stnk dengan kode mesinnya beda, bisa juga mesinnya diganti bisa juga yang ori ori nya di ganti kw atau kilometernya diturunkan agar terlihat sperti baru, nah produk yg kami jual tidak ada yg seperti itu aman “

Dari hasil wawancara di atas bahwa Produk Yang dijual Showroom Ridho Putra Motor Halal aman no tipu barang asli bukan tipuan di otak atik dan tidak ada unsur menipu.

b) *Price*

Penetapan harga dalam perspektif syariah, tidaklah terlalu rumit, dasar penetapan harga tertumpu pada besaran nilai atau harga suatu produk yang tidak boleh ditetapkan dengan berlipat-lipat besarnya, setelah dikurangi dengan biaya produksi (Nurcholifah, 2014, hal:79).

Dalam setiap keputusan yang diambil seorang marketer Islami harus dilandasi dengan keadilan ekonomi dan kemaslahatan. Sikap keadilan ekonomi merupakan sikap untuk membuat setiap individu mendapatkan haknya sesuai kontribusi masing-masing kepada masyarakat serta setiap individu harus bebas dari eksploitasi individu lainnya, sehingga Islam mengharamkan segala bentuk hal yang merugikan bagi orang lainnya (Kartajaya dan Sula, 2006, hal:14). Hal ini dijelaskan dalam Firman Allah SWT:

(4) وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُسْتَدِينًا

Artinya : *“Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi”*

(Q.S. Asy-Syuara:183)

Dalam hal ini Showroom Ridho Putra Motor apakah dalam menerapkan harga sesuai dengan marketing syariah berdasarkan wawancara dengan pak Riduansyah dan Hairiyandi

“ Harganya ya kada melarangi dan kada naik pada pasarannya bahkan hampir tipis dibawah pasaran, umpama urang meandaki 137 juta aku meandaki 135-136juta tapi intinya dilihat juga dengan kondisi mobilnya pulang, tanpa riba tanpa bunga tanpa denda apalagi sudah, umpanya mau mencicil bisa juga akad dulu fix nya berapa dp nya berapa, intinya mun jadi cash 100 juta tapi becicil 120 juta hndk cicil kayakapaja intinya ketemunya pasti 120 juta, lambat bayar ayuha asal bayar asalkan jangan bukah ja, tapi Alhamdulillah rata rata urang yang mencicil talakas lunas pada perjanjian awal”

Hairiyandi Menambahkan

“ Yang terpenting kami menjual harganya tidak menipu dan konsumen tidak merasa rugi membelinya karena produk berbanding lurus dengan harga begitupun sebaliknya ada harga ada rupa “

Dari hasil wawancara pernyataan tersebut bahwa Showroom Ridho Putra Motor sesuai dengan landasan Islam aman tidak merugikan konsumen tidak mencekik atau membuat konsumen menderita akan tetapi disini saling menguntungkan si Pemilik mendapatkan

keuntungannya dan Pembeli mendapatkan apa yang di inginkan dengan senang hati.

c) *Place*

Tempat/saluran distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi untuk digunakan atau dikonsumsi oleh pelanggan atau pengguna bisnis. Dalam menentukan *place* atau saluran distribusi, perusahaan Islami harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan target market, sehingga dapat efektif dan efisien. Sehingga pada intinya, dalam menentukan *marketing* harus didasari pada prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran (Rokhman, 2016, hal:101).

Bahwa tempatnya tidak illegal tidak tertutup lokasinya juga terbuka dan tidak mengandung tempat kejahatan sebagaimana pernyataan wawancara dengan Pak Riduansyah dan Tajuddin

“ Kami ni selalu bayar pajak juga nya ada Showroom yang andakannya didalam dalam supaya bebas pajak nah itu illegal, amun ini di jalan raya sama sekali kayapa kd ketahuan pemerintah jadi intinya tempatnya legal aman pinggir jalan kd memungkinkan gasan pelaku kejahatan dan lain lain “

Tajuddin menambahkan

“ Luas memudahkan masuk keluar mobil pembeli nyaman mendatangi dan juga adil kami mudah melihat dan menjangkau konsumen konsumen pun mudah melihat dan menjangkau kami “

Berdasarkan hasil wawancara bahwa Lokasi Showroom Ridho Putra Motor halal membayar pajak dan legal, serta tempatnya pun tidak melanggar perinsip syariah.

d) *Promotion*

Di dalam konsep *marketing* Islami bahwasanya dalam melakukan suatu pemasaran, baik barang maupun jasa, tidaklah bebas nilai. Sebagai seorang khalifah di muka bumi, manusia juga dituntut untuk menjaga kesejahteraan masyarakat secara umum, dengan berdagang menggunakan cara yang halal dan di ridhoi oleh Allah Subhanahu wata'ala.

Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo mengatakan bahwa dalam bisnis Islami sangat mengedepankan adanya konsep rahmat dan ridha, baik dari penjual pembeli, sampai dari Allah SWT. Dengan demikian, aktivitas pemasaran harus didasari pada etika dalam pemasarannya. Beberapa kiat dan etika Rasulullah SAW dalam membangun citra dagangannya adalah:

- 1) Penampilan dagang Rasulullah SAW adalah tidak membohongi pelanggan, baik menyangkut besaran (kuantitas) maupun kualitas
- 2) Pelayanan pelanggan yang tidak sanggup membayar kontan hendaknya diberi tempo untuk melunasinya, selanjutnya pengampunan (bila memungkinkan) hendaknya diberikan jika ia benar dan sanggup membayarnya

- 3) Persuasi menjauhi sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang.
- 4) Pemasaran hanya dengan kesepakatan bersama. Dengan suatu usulan dan penerimaan, penjualan akan sempurna

Produk sudah diciptakan, harga sudah ditetapkan, dan tempat sudah tersedia artinya produk siap untuk dijual. Agar masyarakat atau nasabah tahu kehadiran produk ini maka dilakukan dengan sarana promosi. Promosi merupakan cara langsung atau tidak langsung untuk mempengaruhi konsumen agar lebih suka membeli suatu merk barang tertentu. Termasuk kegiatan promosi adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan, dan publisitas. *Promotion* adalah bentuk *persuasif* langsung melalui penggunaan berbagai intensif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan (Tjiptono, 2015, hal:229).

Berdasarkan wawancara dengan Pak Riduansyah dan Hairiyandi

“ ya kami apa adanya aja memadahkan produk sesuai dengan produknya tidak belelabih atau mengarang ngarang tentang bagaimana keadaan mobil, kalau oke siap suka bungkus, yang datang nukar biasanya kawannya kawannya atau keluarga kawannya atau dingsanaknya yg sudah pernah beli di sini juga, jadi seperti kaya bebawaan, kena inya memadahi kekawannya kah pulang misalkan mencari mobil disini jarnya, amun aku mengisahkan tidak ada

belelabih am tentang keadaan mobilnya mun bagus ya dasar bujur bagus, intinya saling memaklumi saling miridhoi ikhlas oke sip bungkus “

Hairiyandi pun menambahkan

“ Ya seperti yang dikatakan paman duan tadi yang terpenting kami mempromosikan dengan cara yang halal dan tidak mengada ngada, yang jelas kami akan memberikan informasi produk persis dengan apa yang ada diproduk tersebut dari a b c d yang kami sampaikan persis dengan keadaan produk a b c sampai d nya, jadi nyaman juga kami tidak terbuang pender karena sesuai apa yang kami info kan kepada calon calon pembeli “

Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa Showroom Ridho Putra Motor sesuai dengan prinsip syariah mengedepankan kemaslahatan tidak ada tipu menipu dan berlebihan dalam hal menginformasikan produk dengan sumpah sumpah dan lain lain, intinya kejujuran yang paling utama dan meraih rahmat dan ridho kesepakatan bersama tanpa ada hati yang tersakiti.

Berdasarkan atas penelitian yang peneliti lakukan, Showroom Ridho Putra Motor telah menerapkan teknik strategi marketing jual beli mobil bekas yang cukup bagus yaitu menerapkan teknik *strategi marketing* diantaranya yaitu *Price* harga yang tepat, *Place* Tempat yang strategis, *Product* barang mobil yang berkualitas serta mutu dijamin siap pakai,

Namun, menurut peneliti Showroom Ridho Putra Motor kurang dalam hal *Promotion*, yaitu mempromosikan produknya, menurut mereka orang lain yang lewat dipinggir jalan saja sudah cukup mengetahui tentang adanya showroom jual beli mobil bekas milik mereka dan para pembeli akan datang dan tertarik sekalipun showroom tersebut tidak melakukan promosi secara *online* melalui media sosial. Sedangkan, menurut penulis perlu adanya membangun *image* kemasyarakatan dan tidak hanya secara *offline* tapi juga secara *online*, contohnya seperti mengadakan acara maulid nabi dengan disponsori oleh Showroom Ridho Putra Motor dan juga bisa membuat akun social media. Dalam menjalankan akun bisnis melalui media sosial, Showroom Ridho Putra Motor harus mengurus social media secara tekun dan ulet. Selain itu, showroom tersebut bisa membangun sebuah kerja sama dengan pihak olx sekalipun memerlukan biaya tambahan untuk promosi tersebut seperti iklan tetapi akan sebanding dengan hasil penjualan, jangkauan terhadap konsumen pun menjadi semakin luas berkat promosi yang dilakukan oleh showroom tersebut.

Dalam menjalankan suatu bisnis jual beli penting untuk mengatur sebuah strategi pemasaran yang baik demi mencapai volume penjualan yang diinginkan. Showroom Ridho Putra Motor telah memiliki beberapa kelebihan yang cukup untuk menarik konsumen. Hanya saja, karena pada era globalisasi sekarang perekonomian yang dipasarkan secara manual akan kalah dengan pemasaran secara *online* melalui media sosial. Oleh karena itu sangat penting bagi sebuah bisnis jual beli untuk menjualkan produknya melalui jejaring media sosial. Untuk masalah harga,

pada Showroom Ridho Putra Motor telah memasang harga yang sesuai dengan standar pasaran serta melakukan pengecekan mobil secara menyeluruh sebelum mobil tersebut dijual dan sampai ke tangan pembeli. Atas dasar tersebut, dapat disimpulkan bahwa turunnya omzet penjualan mobil bekas pada Showroom Ridho Putra Motor adalah karena kurangnya promosi baik itu promosi secara *offline* seperti menyebarkan brosur maupun promosi secara *online* dengan cara membuat akun media sosial khusus untuk memasarkan produknya.