

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. PENYAJIAN DATA

1. Gambaran umum

- a. Sejarah singkat dan profil dealer resmi Yamaha Surya Prima A. yani Banjarmasin.

Dealer resmi Yamaha CV.Surya Prima A. Yani Banjarmasin yang beralamat di Jl A Yani Km. 2 Rt 14 no 1 Kotamadya Banjarmasin, Banjarmasin timur 70233, tlp 2566618. Didirikan pada tanggal 7 des 1995 dan diresmikan oleh Presiden Direktur PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia Bapak Fumio Tamura dan Walikota Banjarmasin Bp H.Sadjoko Pada tahun 2009 sebagai bengkel resmi Yamaha, Dealer resmi Yamaha Surya Prima A Yani mendapatkan penghargaan Service Quality Word 2009 dengan category “*automotive 2w after sales service for achieving excellent total service quality satisfaction besed on costumers perception survey issi 2009*”

Dealer ini juga memiliki program pelatihan khusus yang di adakan bagi para generasi muda yang ingin berkarir di dunia otomotif sepeda motor dalam mengembangkan kemampuan dan mendalami skill selama 4,5 bulan tanpa dipungut biaya (gratis). Program ini khusus bagi para mekanik pemula seperti anak-anak SMK jurusan mesin. Yamaha memberikan kesempatan bagi para pemula dengan program rutin yang di adakan oleh sentral Yamaha seKalimantan Selatan tersebut adalah *Yamaha engineering school (YES) Banjarmasin*. Sampai

tahun 2016 ini sudah ada 5 angkatan yang telah sukses dilaksanakan dan ini akan terus berkelanjutan diadakan. Peserta dengan lulusan terbaik akan berkesempatan langsung bekerja diseluruh jaringan bengkel Yamaha.

Dealer resmi Yamaha Surya Prima A. Yani merupakan sentral Yamaha yang ada di Kalimantan Selatan. Dealer tersebut juga menjadi satu-satunya dealer yang ada di Kalimantan Selatan yang memiliki izin klaim terhadap garansi sepeda motor yang dipasarkan di Kalimantan Selatan. Dengan adanya dealer Yamaha ini, para konsumen yang memiliki kendaraan bermotor merk Yamaha di kota Banjarmasin dan sekitarnya bisa merasakan pelayanan service dengan peralatan yang serba canggih serta mekanik yang handal dan bisa mendapatkan (membeli) spare part yang asli/terjamin kualitasnya dari perusahaan resmi Yamaha, ditambah lagi dengan kondisi dealer yang nyaman dan aman dengan berbagai fasilitas seperti ruang tunggu yang bersih dan luas, ber ac, tv, wifi gratis, kursi dan meja yang bagus, area merokok, banyak majalah-majalah, air mineral gratis, tempatnya terpisah dari ruang service namun pelanggan masih dapat melihat secara langsung proses service yang dilakukan oleh para mekanik karena ruang tunggu dibatasi dengan kaca transfaran, ada tempat penitipan helm dan di depan dijaga oleh satpam empat orang yang bergiliran 24 jam agar terjamin keamanan di dealer tersebut sehingga pelanggan tidak bosan dan was-was saat menunggu kendaraannya diservice, bahkan ada konsumen yang menitipkan kendaraan saat belum selesai diservice karena ada kesibukan lain yang mendesak. Ada juga layanan service cepat tanpa menunggu antrian untuk item-item yang telah ditentukan oleh pihak dealer. Selain keunggulan dan kelebihan di atas ada lagi

salah satu kelebihan yang jarang ada pada bengkel bengkel lain, yaitu setelah selesai service kendaraan konsumen dicucikan terlebih dahulu baru kuncinya diserahkan kepada konsumen yang telah menyelesaikan proses administrasinya. Adapun bagi konsumen yang memiliki aktivitas yang padat dan tidak ingin menunggu antrian, pihak dialer memiliki solusi bagi mereka yaitu *bookingservice*. Konsumen yang ingin menyervice kendaraannya bisa menelpon terlebih dahulu kepada *service counter* untuk memesan nomor antrian agar saat datang ke dealer bisa langsung dikerjakan tanpa mengikuti nomor antrian yang ada.

Dealer Resmi Yamaha Surya Prima A.Yani memiliki beberapa cabang Di Banjarmasin. Salah satunya adalah yang jadi tempat konsentrasi penelitian saya ini, yaitu CV. Surya Prima Cabang Kayu Tangi Banjarmasin yang beralamatkan di Jl. Brigjend Hasan Basri 03 Banjarmasin. Cabang ini didirikan sejak tahun 2007 hingga sekarang.

Dari seluruh cabang yang ada di Banjarmasin, hanya CV. Surya Prima Cabang Kayu Tangi Banjarmasin yang selalu terbanyak setiap bulannya dalam penjualan sepeda motor untuk semua type/jenis motor. Karena kebijakan dari Shop Manager mewajibkan kepada tiap sales untuk mampu menjual minimal 5 buah sepeda motor dalam setiap bulannya. Yang nantinya akan mendapat bonus lebih dari Shop manager apabila mampu mencapai Target tersebut.¹

b. Visi, Misi, dan Tujuan

Visi CV. Surya Prima Cabang Banjarmasin

¹Hasil Observasi awal.tgl 5 januari, Ariyanti Adra (Sekretaris)

- menjadi perusahaan distributor sepeda motor, produk, dan jasa pendukungnya yang memiliki jaringan pemasaran terbesar di Indonesia
- menjadi perusahaan yang terpercaya, meliputi sumber daya manusia yang handal, sistem pengelolaan keuangan yang solid, dan infrastruktur yang tepat guna\

Misi CV. Surya Prima Cabang Banjarmasin

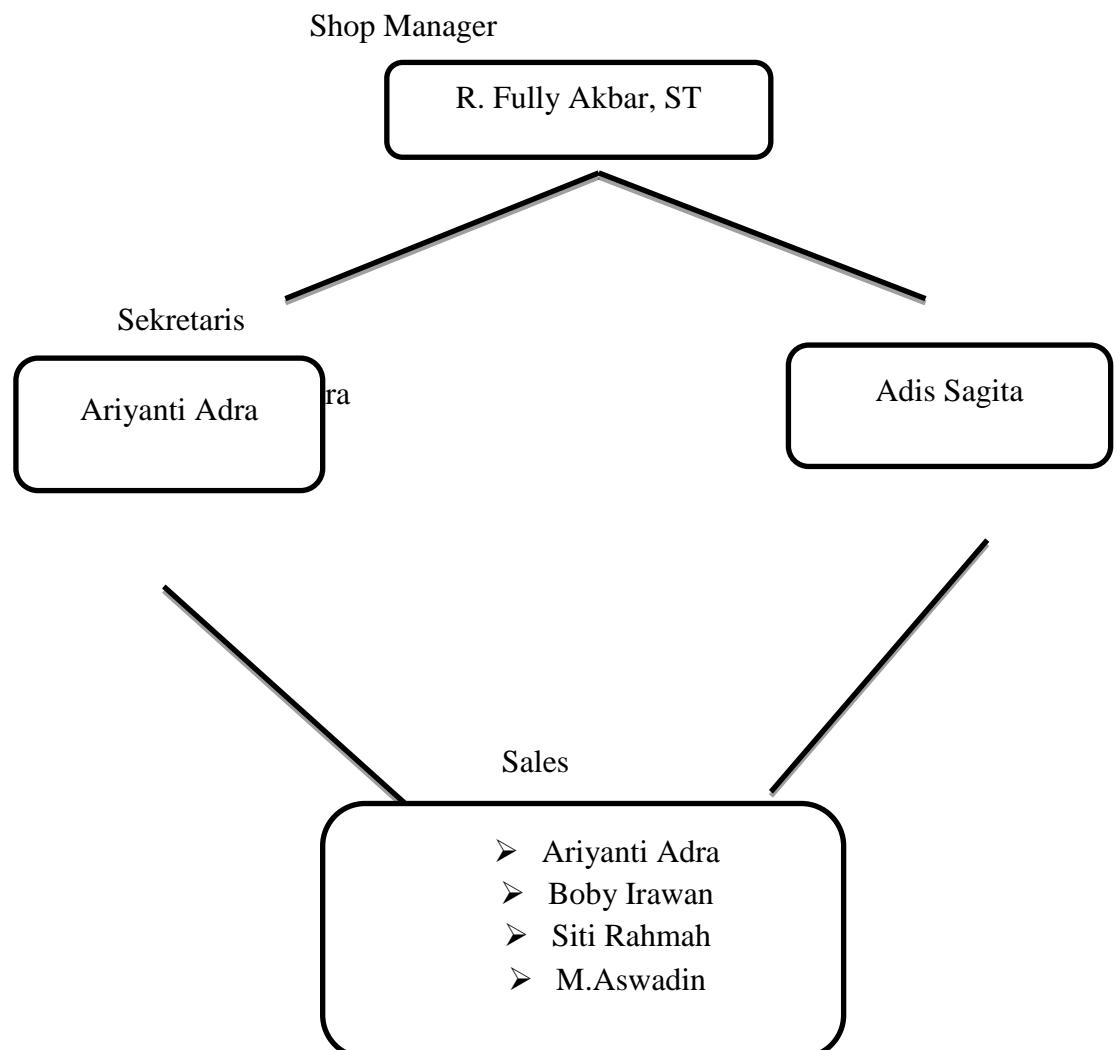
- Melakukan terobosan dan analisa untuk pengembangan bisnis dengan membentuk jaringan-jaringan (penjualan, perawatan, dan suku cadang) baru diseluruh Indonesia
- Memastikan terjadinya pertumbuhan penjualan dan pangsa pasar disetiap wilayah operasional.
- Melakukan strategi bisnis perusahaan yang didukung oleh strategi kebijakan yang optimal
- Mengembangkan dan menempatkan karyawan sesuai dengan tuntutan kompetensi jabatan sehingga memiliki kapasitas serta dapat menjalankan tugas-tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.
- Menerapkan standar operasional yang tepat guna, sebagai landasan kerja untuk menghasilkan kinerja yang optimal.
- Mengembangkan sistem infrastruktur, informasin tekhnologi serta sumber daya fisik yang tepat guna dan terintegrasi dengan departemen yang terkait, sesuai standar yang berlaku.
- Melakukan audit *internal control* secara periodik dan objektif.

Tujuan CV. Surya Prima Cabang Banjarmasin

- Kemajuan teknologi di dunia industri otomotif membuat perusahaan Yamaha meningkatkan strategi pemasaran yang baik. Yamaha selalu merancang strategi pemasaran untuk meningkatkan pembelian konsumen dapat bersaing dengan pabrikan sepeda motor lainnya dalam hal menjangkau pasar, kualitas hasil produksi, memenuhi kepuasan konsumen.

c. Struktur Organisasi CV. Surya Prima Cabang Banjarmasin

Gambar 1.2 : Struktur Organisasi



2. Hasil penelitian

a. Event

CV. Surya Prima Cabang Kayu Tangi Banjarmasin biasanya mengadakan event setiap 3 bulan, 6 bulan, dan 1 tahun sekali. Untuk yang event 3 bulan sekali contohnya seperti mengadakan gratis ganti oli secara bergantian perdaerah seperti ke Kayu tangi, Gambut, Anjir, Marabahan. Untuk event yang 6 Bulan sekali contohnya seperti mengadakan acara hiburan-hiburan music berhadiah. Dan untuk event yang 1 tahun sekali, ada diskon besar-besaran atau potongan harga setiap pembelian sepeda motor per tipe, serta potongan angsuran jika membeli pada saat event akhir tahun.

b. Batasan wilayah.

Untuk batasan wilayah dalam penjualan, itu sudah ditentukan oleh pusat Dealer Surya Prima A Yani. Contohnya seperti jaga stand ditempat – tempat yang telah ditentukan oleh pusat Yamaha secara bergiliran, karena cabang Yamaha dari sales lain juga banyak yang tersebar di daerah banjarmasin dan sekitarnya.

c. Bonus dalam pembelian.

Bonus dalam setiap pembelian 1 unit sepeda motor dengan berbagai tipe maupun jenis yaitu, jaket, helm, payung, dan kalender

d. Indikator sukses.

Menurut Shop Manager², indikator seorang sales bisa dikatakan sukses / berhasil yaitu :

²Bp. R Fully Akbar, ST

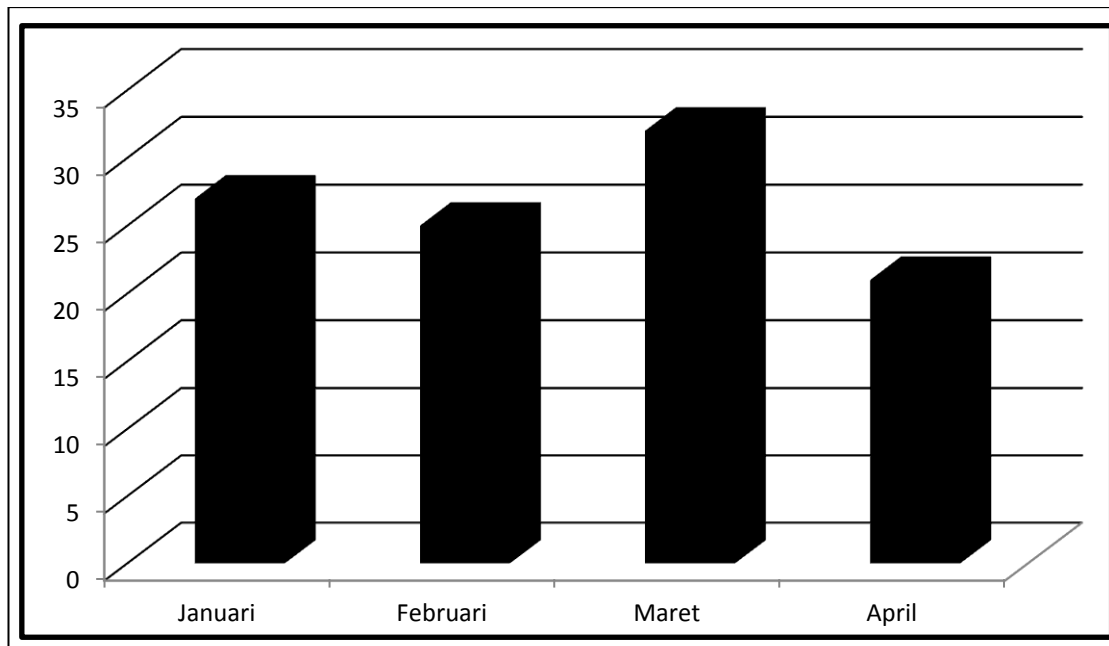
- Seorang sales mampu membuat trick / cara bagaimana mereka mampu mempromosikan sepeda motor sesuai target bahkan melebihi target yang telah diberikan.
- Dari segi loyalitasnya terhadap perusahaan, karena jika dilihat banyak sales yang berhenti dan tertarik bekerja sebagai sales sepeda motor lain.

Target yang diberikan oleh shop manager kepada para sales adalah 5 buah sepeda motor setiap bulannya. Di dalam target yang diberikan oleh shop manager tersebut, semua sales hanya dibebankan menjual sepeda motor sebanyak 5 buah tanpa memperhatikan tipe dan harga dari sepeda motor yang mereka jual tersebut. Artinya ketika para sales mampu menjual 5 buah sepeda motor dengan bermacam tipe perbulannya, maka mereka sudah di anggap memenuhi target penjualan.

e. Data Penjualan

Data yang diperoleh peneliti mengenai data penjualan dari bulan Januari 2016 s/d April 2016 adalah sebagai berikut :

- Januari 27 buah sepeda motor
- Februari 25 buah sepeda motor
- Maret 32 buah sepeda motor
- April 21 buah sepeda motor

Gambar 1.3 : Data Penjualan

Sumber : hasil penelitian (setelah di olah)

Berdasarkan data di atas, rincian penjualan dari masing masing sales adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2 Data Penjualan Per Sales

Nama Sales	Data penjualan			
	Januari	Februari	Maret	April
1. Ariyanti Adra	8	6	11	5
2. Bobby Irawan	6	7	9	6
3. Siti Rahmah	5	7	5	5
4. M. Aswadin	8	5	7	5

Sumber : hasil penelitian (setelah di olah)

Tabel 1.3 : Hasil Wawancara

No	Pertanyaan	Nama Sales			
		Ariyanti Adra	Boby Irawan	Siti Rahmah	M. Aswadin
1	Bagaimana Strategi pemasaran yang anda lakukan ketika memasarkan sepeda motor di perusahaan ini ?	” Menurut saya, strategi dalam memasarkan ini perlu. Cara saya dalam memasarkannya, kalau saya jaga stand, saya pastikan saya menjelaskan dengan jelas sampai mereka membelinya. Karena setiap minggu saya bekerja sebagai penyanyi sambil menawarkan kepada teman – teman artis, orkes, dan yang lainnya. Saya selalu membawa brosur yang sudah saya tok dengan nama dan no.Hp saya, sehingga kalau mereka tertarik dengan produk langsung menghubungi saya agar setiap pelanggan yang masuk itu atas	“Cara saya dalam memasarkan produk ini selalu dengan menyebar brosur. Saya juga menawarkan kepada teman-teman dan tetangga saya, karena teman-teman saya banyak dari kalangan mahasiswa. Dan juga ketika ada giliran jaga stand, saya berusaha berpenampilan menarik dan rapi agar para konsumen selain nyaman dengan pemandangan berbagai pilihan sepeda motor yang ada, namun mereka juga senang dengan sales yang rapi dengan penjelasan tentang keunggulan motor yang jelas”.	“Selain dengan berusaha menyebarkan brosur ketika jaga di stand, cara yang biasa saya lakukan adalah dengan menggunakan social media sebagai media promosi saya. Seperti di facebook, instagram dan BBM. Disitu saya memajang foto brosur dengan menyertakan no. hp saya.”	“Saya biasanya ketika diluar jam kerja, sering mendatangi tetangga disekitar rumah saya untuk membagikan brosur brosur dan juga ketika saya singgah kewarung untuk membeli sesuatu, sekalian saya memberi brosur.”

2	Kendala apa yang biasa anda hadapi dalam memasarkan sepeda motor ?	nama saya” “ Kalau untuk kendala pasti ada. Seperti konsumen yang membeli Sepeda motor tetapi mereka bukan berasal dari Banjarmasin. Karena konsumen yang berasal dari luar Banjarmasin tidak bisa membeli sepeda motor secara kredit terkecuali ada jaminan dari pihak keluarga yang tinggal di Banjarmasin. Kalau bukan dari Banjarmasin dan sekitarnya, maka dibatalkan transaksinya terkecuali membeli tunai. Terkadang semua sudah di urus, ketika tau dia bukan warga disini, maka transaksinya dibatalkan. Hanya itu kendalanya. Soalnya kalau	“Karena saya sales baru, jadi untuk sementara tidak ada kendala”	“Selama ini saya tidak terlalu mendapat kendala berarti ketika melakukan pekerjaan ini.”	“Mengenai kendala yang biasa saya hadapi adalah ketika ada pelanggan yang membandingkan produk yang saya tawarkan dengan produk sejenis yang berbeda merk. Disitu saya berusaha menjelaskannya tanpa menjatuhkan merk lain. Karena apabila ketahuan oleh perusahaan lain, akan mencemarkan nama perusahaan tempat saya bekerja.”
---	--	--	--	--	--

		ada masalah terutama bag. Keuangan, pihak dialer tidak bertanggung jawab atas itu, yang bertanggung jawab pihak <i>leasing</i> .”			
3	Apa yang biasa anda lakukan ketika menghadapi pelanggan yang cerewet ?	“Memang terkadang konsumen yang terlalu banyak Tanya dan ujung-ujungnya tidak jadi membeli. Saya hanya bisa sabar, karena bagaimanapun konsumen adalah raja yang perlu dilayani”.	“Untuk konsumen cerewet saya cuman bisa sabar menahan emosi agar menjaga nama baik perusahaan ini”.	“Cara yang biasa saya lakukan untuk menghadapi konsumen yaitu saya berusaha membuat sedikit lelucon kepada pelanggan tersebut, yang juga bisa membuat emosi saya sedikit mereda.”	“Selama ini Alhamdulillah saya belum pernah menemui konsumen yang cerewet. Dan semoga jangan sampai ditemukan lah”.
4	Apakah ada semacam bonus dari manager ketika anda mampu mencapai target penjualan ?	“Masalah bonus pasti ada, apalagi ketika mencapai target bahkan lebih. Bonus tersebut berupa uang/gajih.”	“Masalah bonus dari bos pasti ada, berupa tambahan gaji dari yang semestinya”	“Alhamdulillah ada, karena bonus itu lah saya biasanya bekerja lebih semangat lagi.”	“Oh , itu pasti. Itu juga yang membuat saya tambah semangat.”
5	Sepengalaman anda, apa saja yang biasa ditekankan oleh pelanggan ketika ingin membeli	“Yang biasa ditekankan oleh pelanggan pada saat akan membeli sepeda motor adalah tentang	“Selama saya menjadi sales, yang biasa ditekankan oleh konsumen adalah tentang iritnya sepeda motor	“Yah mengenai hal itu, sepengalaman saya yang paling ditekankan oleh konsumen adalah tentang	“Biasanya sih yang ditekankan itu mengenai irit bensin dengan kapasitas mesinnya.”

	sepeda motor ?	kelebihan sepeda motor merk Yamaha daripada merk yang lain. Terutama mengenai kekuatan dan keiritan bahan bakarnya”.	Yamaha.”	irit tidaknya sepeda motor Yamaha ini.”	
6	Bagaimana cara anda menjelaskan kepada pelanggan yang akan membeli sepeda motor ?	“Untuk menjelaskan tentang merk Yamaha, saya lebih menjelaskan tentang keunggulan seperti irit bensin, ramah lingkungan, dan sekarang ada sistem blue cor dan kata-kata lain yang lebih mengunggulkan produk ini agar konsumen merasa tertarik dan membeli”.	“Untuk menjelaskan kepada pelanggan, saya berusaha menekankan kepada konsumen tentang kelebihan sepeda motor Yamaha dengan berusaha tidak menjatuhkan produk lain.”	“Saya biasanya menekan bahwa produk Yamaha ini inovatif dan tampilannya keren”.	“Saya berusaha menjelaskan tentang kelebihan – kelebihan sepeda motor Yamaha ini. Seperti irit bahan bakar, tampilannya inovatif, dan ketika ingin dijual kembali, harganya tidak akan terlalu jatuh.”

Sumber : hasil wawancara pada tanggal 24 mei 2016 di Dialer Resmi Yamaha CV. Surya Prima Cabang Banjarmasin (setelah di olah)

B. ANALISIS DATA

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dan telah ditemukan penyajian data, maka analisis data yang menjadi pokok dalam pembahasan adalah menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian ini:

1. Analisis terhadap strategi pemasaran sales dalam memasarkan sepeda motor Yamaha di CV. Surya Prima Unit Kayu Tangi Banjarmasin.

a. Pengertian Strategi

Henry Mintzberg mendefinisikan strategi “ *strategy is a unified, comprehensive, and integrated plan designed to ensure that the basic objectives of the enterprise are achieved.*” Dapat diartikan bahwa strategi menurut Henry Mintzberg adalah rencana yang terintegrasi dan dirancang terhadap suatu objek. Strategi yang baik harus dirancang secara sistematis dan mempunyai tujuan yang jelas, sehingga dapat diaplikasikan secara jelas pula. Hal ini diungkapkan oleh F. Robert Dwyer dalam bukunya *Business Marketing, Connecting, Strategy, Relationship, and Learning*, yaitu “*a strategy has to develop the detailed aims and action plans for the functional areas.*”

Strategi yang digunakan oleh pihak dialer Resmi Yamaha CV. Surya Prima Cabang Banjarmasin adalah membebaskan kepada seluruh sales nya untuk berkreasi didalam memasarkan sepeda motornya. Karena dari pihak dialer sendiri tidak memberi buku panduan ataupun pelatihan kepada para salesnya tentang bagaimana seharusnya sales bekerja dilapangan. Walaupun demikian halnya, seluruh sales mampu memenuhi target penjualan yang diwajibkan kepada mereka. Ini mungkin bisa dijadikan referensi bagi perusahaan lain yang juga menggeluti dibidang yang sama. Karena dengan membebaskan para sales tersebut, mereka bisa lebih mengembangkan kreativitas mereka sendiri didalam memasarkan sepeda motor.

Strategi yang digunakan para sales di dialer Resmi Yamaha CV. Surya Prima Unit Kayu Tangi Banjarmasin adalah sebagai berikut :

1. Menggunakan pekerjaan sampingan sebagai media untuk melakukan promosi.

Para sales disini dituntut untuk bisa berpikir lebih keras bagaimana caranya agar mereka dapat memenuhi target penjualan yang diberikan oleh shop manager. Salah satu cara yang mereka lakukan untuk bisa memenuhi target tersebut adalah dengan menggunakan pekerjaan sampingan sebagai media untuk berpromosi. Seperti salah satu sales yang bernama ariyanti adra. Dia adalah seorang penyanyi dangdut di daerah Banjarmasin. Jadi ketika dia mendapat undangan untuk bernyanyi, disitu dia memanfaatkan juga sebagai media berpromosi kepada teman-teman satu profesi, panitia acara, juga kepada masyarakat yang hadir untuk menonton acara hiburan tersebut.

2. Mengutamakan penampilan yang bersih dan menarik.

Tidak dapat dipungkiri, bahwa penampilan yang bersih dan menarik bisa menjadi suatu nilai tambah bagi para sales ketika berkomunikasi dengan pelanggan. Karena pelanggan akan merasa nyaman ketika berhadapan dengan para sales yang bersih, rapi, dan juga wangi.

3. Menggunakan media sosial sebagai media promosi

Kemajuan dibidang teknologi juga bisa mereka jadikan peluang untuk melakukan promosi. Di antaranya adalah dengan berpromosi melalui media sosial. Media sosial itu sendiri saat ini sudah menjadi sebuah kebutuhan bagi masyarakat. Tidak hanya kalangan remaja, dewasa pun juga tidak ketinggalan untuk mengakses media sosial ini. Contohnya : *facebook, instagram, BBM*.

b. Hal-hal yang harus dikuasai oleh sales

Beberapa hal yang harus dikuasai oleh tenaga penjual / Sales person adalah (1) product knowledge, (2) price policy, (3) human relation. Pengertian dari ketiga hal di atas adalah, pengetahuan tentang produk, kebijaksanaan harga jual, dan hubungan manusia.

Melihat apa yang didapatkan penulis dilapangan tentang hal – hal apa saja yang harus dimiliki para sales, sales dialer CV.Surya Prima Cabang Banjarmasin hampir menguasai hal-hal apa saja yang harus dimiliki oleh para sales dalam memasarkan sepeda motornya. Seperti ketika para konsumen akan membeli sepeda motor, mereka berusaha untuk menjelaskan kepada konsumen tersebut apa – apa saja kekuarangan dan kelebihan dari sepeda motor yang mereka jual. Dan mengenai harga dari produk sepeda motor ini, para sales tidak berhak untuk menurunkan harga dari sepeda motor tersebut. Karena harganya telah ditentukan oleh pihak manajemen dan bersifat tetap. Begitupun juga tentang hubungan antara sales dengan konsumen. Mereka berusaha untuk bisa lebih akrab dengan para sales. Seperti memperbaiki penampilan, cara bicara, dan berusaha untuk tidak mengeluarkan emosi ketika menghadapi para konsumen yang cerewet.

c. Fungsi dan tugas sales

Fungsi dan Tugas dari Sales itu pun sudah sepenuhnya dikuasai oleh para sales di Dialer CV. Surya Prima Cabang Banjarmasin. Karena mereka sendiri ketika menghadapi para konsumen, berusaha semaksimal mungkin untuk memuaskan apa yang menjadi kebutuhan para konsumen. Seperti berusaha melayani apa keinginan para konsumen, berpenampilan menarik agar para

konsumen tidak merasa bosan dengan sales itu, dan ketika menjelaskan tentang kelebihan dan kekurangan dari produk yang mereka jual.

d. Konsep pemasaran

Mengenai konsep pemasaran, konsep inti dari pemasaran yaitu :

- 1) Kebutuhan, Keinginan, Permintaan.
- 2) Produk
- 3) Nilai, Kepuasan dan Mutu
- 4) Pertukaran, Transaksi, dan Hubungan
- 5) Pasar

Melihat konsep inti dari pemasaran di atas, para Sales di Dialer Resmi Yamaha CV. Surya Prima Cabang Banjarmasin ini lebih menekankan di bidang pertukaran, transaksi, hubungan dan pasar. Karena mereka sifatnya hanya untuk menjual produk.

e. Strategi pemasaran dalam islam.

Ada empat karakteristik syariah marketing yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar diantaranya:

- 1) *Teistis (rabbaniyyah)*
- 2) *Etis (akhlaqiyyah)*
- 3) *Realistis (al-waqiyyah)*
- 4) *Humanistis (insaniyyah)*

Berdasarkan data yang penulis dapat di lapangan dan menyesuaikan dengan teori tentang strategi pemasaran dalam islam, para sales di dialer resmi Yamaha CV.surya prima cabang Banjarmasin sudah bisa dikategorikan sebagai

seorang marketer syariah. Karena setiap kali ada pelanggan yang akan membeli sepeda motor, mereka berusaha untuk berkata jujur tentang apa saja kelebihan dan kekurangan dari produk mereka tanpa ada yang ditutupi. Dan juga mengenai penampilan ketika bekerja. Mereka berusaha semampunya untuk tampil rapi, sopan, dan menarik. Karena itu bisa menjadi suatu nilai tambah di mata pelanggan yang akan membeli sepeda motor di tempat mereka bekerja.

f. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Berikut ini uraian selengkapnya faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku konsumen.

1) Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup obyek secara fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan ide. Sedangkan produk yang berhubungan dengan jasa merupakan segala aktivitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

2) Promosi

Promosi yaitu kegiatan dari pemasaran maupun penjualan dalam rangka untuk meninformasikan dan mendorong permintaan konsumen terhadap produk atau jasa dari suatu perusahaan dengan mempengaruhi konsumen supaya membeli produk atau jasa yang dijual oleh perusahaan.

The concept of promotion is the gathering, of efforts to promote a certain product or service to potential clients, costumers, and users. the nature of activities normally is direct, targeting the efforts directly toward clients, customer, or end users. Focus on the activities advertising, be in print, electronic media. Less emphasize with in most cases in many companies, will be put into below the line activities such as sampling and event or organizer.

Promosi merupakan salah satu dari unsur bauran komunikasi pemasaran yang dapat dilakukan oleh pemasar, melalui promosi dapat menawarkan konsumen suatu persuasi untuk segera mengambil keputusan membeli suatu produk hanya dengan membuat produk yang bernilai dan juga promosi dapat menjadikan konsumen yang tidak mengenal suatu produk untuk mencobanya, dan membujuknya untuk membeli.

3) Harga

Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, pengertian yang lebih luas harga adalah jumlah uang yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Refrensi lain menyebutkan bahwa harga (*price*) is the amount of money paid by a buyer to a seller for a particular product of service.

Harga biasanya ditetapkan oleh tawar-menawar antara pembeli dan penjual. Penjual akan meminta harga yang lebih tinggi dari pada yang mereka harapkan untuk mereka terima, dan pembeli akan menawar lebih rendah daripada yang mereka harapkan untuk mereka bayar. Lewat tawar menawar tersebut akan mencapai harga yang dapat diterima.

4) Pelayanan

Nitisemitomemberikan definisi pelayanan adalah aktifitas yang mendukung kelancaran pemasaran produk dari perusahaan kepada konsumen yang tidak bisa dipisahkan dari semua aktifitas pemasaran, karena penilaian konsumen biasanya akan berakhir pada proses pelayanan terutama ketika produk diterima konsumen.

Menurut pengertian di atas, bahwa pelayanan adalah sesuatu yang terpenting dalam ilmu pemasaran, di mana strategi pemasaran yang dilaksanakan perusahaan harus didukung dengan pelayanan yang baik pula, karena pelayanan dapat tercipta pada saat konsumen mulai menawarkan produk dan pada saat terjadi transaksi penjualan. Oleh karena itu, perusahaan dalam merekrut dan mempertahankan konsumen atau pelanggan harus mengedepankan kualitas pelayanan, karena secara empiris, kebanyakan konsumen lebih tertarik pada suatu perusahaan disebabkan pelayanan yang diterima dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen di atas, para sales di Dialer CV. Surya prima cabang Banjarmasin sudah memaksimalkan segala hal yang diperlukan untuk dapat menarik minat para pelanggan. Seperti dengan mengadakan event event, memberikan diskon potongan harga uang muka, dan juga memaksimalkan pelayanan service ketika ada pelanggan yang datang ke dialer ataupun stand stand yang didirikan. Semua itu dilakukan tujuan utamanya adalah untuk mempengaruhi konsumen, sehingga mereka menjadi tertarik dengan produk yang para sales ini jual.

g. Perilaku konsumen menurut ekonomi Islam.

Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan atau keindahan diperbolehkan asal tidak berlebihan, yaitu tidak melebihi batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melebihi batas-batas makanan yang diharamkan. Sesuai dengan firman Allah SWT QS. Al-Isra ayat 27, sebagai berikut:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۝

Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

Ayat di atas menjelaskan bahwa ada pengeluaran yang tidak sesuai atau berlebihan karena seseorang membelanjakan semua hartanya tidak dalam kebaikan, yang disebut boros. Orang-orang yang boros itu sama sifatnya dengan setan. Mereka berdua sama melakukan hal-hal yang batil dan tidak pada tempatnya, sifat boros ini dapat mengantarkan kepada kekufuran.

Mengonsumsi barang maupun jasa harus sesuai dengan rasionalitas konsumen yang akan memuaskan konsumsinya sesuai dengan kemampuan barang dan jasa yang dikonsumsi serta kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut. Dengan demikian kepuasan dan perilaku konsumen dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut:

1) Nilai guna (*utility*) barang dan jasa yang dikonsumsi. Kemampuan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kemampuan

konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Daya beli dari *income* konsumen dan ketersediaan barang dipasar.

- 2) Kecenderungan Konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi menyangkut pengalaman masa lalu, budaya, selera, serta nilai-nilai yang dianut seperti agama, adat istiadat.

Ketika seorang pelanggan membeli sebuah sepeda motor di Dialer resmi Yamaha CV. Surya Prima Cabang Banjarmasin, berdasarkan teori perilaku konsumen ekonomi islam di atas, maka haruslah mengutamakan kebutuhan dari pada hanya untuk pemenuhan kepuasan diri. Yang mana hal itu bisa dikategorikan sebagai orang yang boros ketika dia membelanjakan hartanya dengan berlebihan hanya untuk mengikuti trend zaman sekarang.

2. Analisis terhadap kendala apa saja yang dihadapi sales dalam memasarkan sepeda motor di Dialer Resmi Yamaha CV. Surya Prima Unit Kayu Tangi Banjarmasin ?

Semua usaha Sales Dialer Resmi Yamaha CV. Surya Prima Cabang Banjarmasin dalam memasarkan produk sepeda motor dirasa sudah maksimal. Namun tidak dapat dipungkiri kalau selalu ada kendala yang dihadapi. Di antara kendala yang biasa dihadapi oleh para sales di Dialer Resmi Yamaha CV. Surya Prima Cabang Banjarmasin ini adalah :

- a. Sulitnya menghadapi pelanggan yang terlalu banyak pertanyaan ketika akan membeli produk sepeda motor.

Ketika ada pelanggan yang datang ingin membeli sepeda motor, tentunya orang pertama yang menjadi tempat mereka bertanya tentang produk yang dijual

ini adalah para sales. Para sales dituntut untuk bisa melayani para pelanggan tersebut dengan sepenuh hati. Terkadang para pelanggan ada yang terlalu banyak mengajukan pertanyaan kepada para sales dan tentunya hal itu juga bisa memancing emosi para sales. Apalagi ketika para sales sudah susah payah menjelaskan kepada pelanggan, ternyata pelanggan tersebut tidak jadi untuk membeli.

- b. Pelanggan suka membanding – bandingkan produk yang para sales jual dengan produk lain sejenis.

Pada saat proses tanya jawab antara pelanggan dan sales, pelanggan biasanya suka membanding – bandingkan produk yang para sales ini jual dengan produk lain sejenisnya. Disini para sales dituntut harus mampu menjelaskan kepada tentang kelebihan produk yang mereka jual kepada pelanggan tanpa menjatuhkan produk lain yang disebutkan oleh pelanggan.

- c. Pembatalan transaksi jual beli.

Dalam hal ini, pembatalan transaksi bisa terjadi apabila ada pelanggan yang datang kedialer untuk membeli sepeda motor secara kredit, namun dia bukan warga Banjarmasin, terkecuali ada jaminan dari pihak keluarga yang berada dibanjarmasin. Terkadang pada saat semua prosedur sudah di urus, ketika pihak dialer mengetahui bahwa pelanggan tersebut bukan warga Banjarmasin, maka dengan terpaksa transaksinya di batalkan. Namun hal ini tidak berlaku apabila pelanggan tersebut ingin membeli sepeda motor secara tunai.