

4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Sarinah Motor Pare merupakan toko suku cadang kendaraan khususnya mobil yang terletak di Kota Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Sarinah Motor Pare didirikan pemiliknya yang bernama Istoyo bersama dengan saudara-saudaranya. Sarinah motor Pare didirikan untuk menjawab kebutuhan warga Kota Pare dan sekitarnya akan suku cadang kendaraan baik mobil penumpang, mobil *pickup*, dan *truck*. Sarinah Motor Pare berdiri sejak tahun 1987 dan bergerak dalam bidang penjualan suku cadang kendaraan mobil dan jasa perbaikan kendaraan.

Sarinah Motor Pare berlokasi di Jalan Hos Cokroaminoto 82 Pare. Sarinah Motor Pare memiliki lokasi dekat dengan Pasar Induk Kabupaten Kediri dan Terminal Bus Pare. Sarinah Motor Pare selain menjual suku cadang kendaraan juga menyediakan jasa perbaikan kendaraan. Sarinah Motor Pare menjual berbagai macam suku cadang dari segala merek mobil seperti Toyota, Daihatsu, Isuzu, Mitsubishi, Nissan, Honda, Mazda, dan Hyundai. Suku cadang yang disediakan juga bermacam-macam meliputi ban, oli, aki, *shock arbsorber*, komponen mesin, aksesoris, dan elemen kaki-kaki. Masing-masing jenis suku cadang tersedia beberapa pilihan merek, contohnya untuk ban tersedia beberapa merek seperti Bridgestone, Michelin, Dunlop, Gt-radial, Hankook, dan Achilles. Sedangkan oli tersedia beberapa pilihan merek seperti Shell, Castrol, Pertamina, Deltalube, Top1, TMO, Motul, dan Repsol. Selain itu Sarinah Motor Pare juga melayani jasa perbaikan seperti jasa pemasangan ban, *spooring*, *balancing*, servis kaki-kaki, *tune up*, dan ganti oli. Pengintegrasian toko suku cadang dengan bengkel perbaikan dilakukan untuk menjawab kebutuhan pelanggan yang semakin meningkat baik suku cadang kendaraan dan jasa perbaikan kendaraan. Selain itu bertujuan untuk memberikan kemudahan pada pelanggan dengan adanya konektivitas antara toko dan bengkel.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

VISI

Visi dari Sarinah Motor Pare adalah menjadi perusahaan terbaik dan terlengkap yang menyediakan suku cadang mobil dan jasa perbaikan di area Kota Pare dan sekitarnya¹.

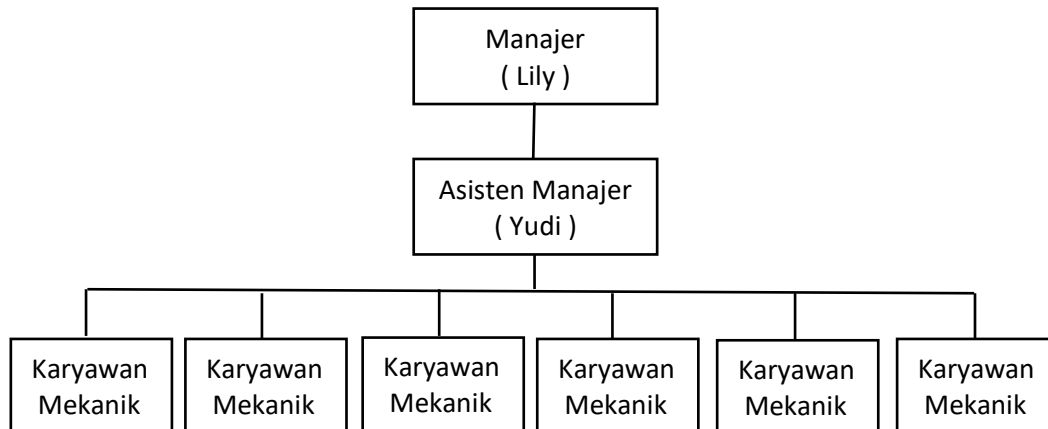
MISI

1. Menyediakan suku cadang mobil yang lengkap, murah, dan berkualitas.
2. Memberikan pelayanan terbaik dan sepenuh hati kepada konsumen.
3. Memaksimalkan konektivitas penjualan produk dan jasa untuk memberikan pelayanan *one stop service* kepada konsumen.

4.1.3 Data Perusahaan

Nama Perusahaan : Sarinah Motor Pare
Bidang Usaha : Suku cadang mobil dan jasa perbaikan
Jumlah Karyawan : 6 Orang
Alamat : Jalan Hos Cokroaminoto 82 Pare
Nomor Telepon : (0354) 390996

4.1.4 Struktur Organisasi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Sarinah Motor Pare

¹ Lily, Wawancara, 5 Mei 2023 pukul 12.30 di Sarinah Motor Pare.

4.1.5 Job Description

Job description atau deskripsi pekerjaan merupakan pembagian tugas dan tanggung jawab pihak-pihak yang terlibat di Sarinah Motor Pare. Manajer Sarinah Motor Pare yaitu Lily bertanggung-jawab mengkoordinasikan mekanik dan karyawan ketika melayani pelanggan. Selain itu manajer Sarinah Motor Pare juga bertanggung-jawab untuk melayani pelanggan dan segala urusan keuangan. Asisten Manajer Sarinah Motor Pare yaitu Yudi bertugas untuk membantu pekerjaan manajer. Asisten manajer memiliki tugas yang hampir sama dengan manajer yaitu bertanggung-jawab mengkoordinasikan mekanik karyawan, melayani pelanggan, serta urusan pengadaan barang. Selanjutnya Karyawan (mekanik) Sarinah Motor Pare memiliki tanggung-jawab untuk melakukan servis kendaraan pelanggan termasuk memindahkan mobil dan melakukan *test drive* sebelum dan sesudah diservis, dan menyiapkan barang ketika ada pelanggan yang membutuhkan suku cadang, dan *loading* barang ketika ada barang datang.

4.1.6 Hasil Uji Triangulasi

Berdasarkan hasil wawancara dengan para narasumber (Lily, Yudi, Gimin, Elham, Sriyono, dan Duling) mengenai bauran pemasaran dan metode STPD terdapat kesesuaian dari hasil jawaban para narasumber. Hasil wawancara mengenai bauran pemasaran yang meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik) terdapat kesesuaian jawaban dari masing-masing narasumber seperti terlampir pada lampiran 11. Dari hasil wawancara mengenai bauran pemasaran terdapat kesesuaian jawaban dari narasumber Lily, Yudi, Gimin, Elham, dan Sriyono mengenai produk yang dijual, jasa servis yang ditawarkan, harga produk dan jasa, lokasi toko, metode periklanan, metode promosi penjualan, karyawan, proses pelayanan, dan fasilitas penunjang yang ada di Sarinah Motor Pare. Sedangkan untuk metode STPD yang meliputi segmentasi pasar (*market segmentation*), penetapan target pasar (*market targeting*), diferensiasi (*differentiation*), dan penentuan posisi (*positioning*) terdapat kesesuaian jawaban narasumber Lily dan Yudi yang meliputi jenis kendaraan yang dilayani, asal pelanggan, pelanggan yang menjadi target, kesan yang ingin diberikan, dan keunggulan Sarinah Motor Pare. Dari hasil wawancara yang menunjukkan kesesuaian jawaban dari para narasumber sehingga hasil wawancara dinyatakan valid.

4.2 Analisis Bauran Pemasaran

4.2.1 Product (Produk)






Sarinah Motor Pare selain menjual suku cadang kendaraan juga melayani jasa perbaikan kendaraan. Sarinah Motor Pare menyediakan suku cadang untuk berbagai macam merek mobil seperti Toyota, Daihatsu, Isuzu, Mitsubishi, Nissan, Honda, Mazda, dan Hyundai. Sarinah Motor Pare menjual berbagai macam suku cadang yaitu ban, oli, aki, *shock absorber*, elemen kaki-kaki, dan aksesoris. Masing-masing jenis suku cadang Sarinah Motor Pare menyediakan beberapa pilihan merek. Untuk produk Ban disediakan berapa pilihan merek yaitu Bridgestone, Michelin, Dunlop, Gt-radial, Hankook, Achilles. Untuk masing-masing merek ban biasanya juga terbagi dalam beberapa tipe yang dibedakan berdasarkan kualitas dan fungsi peruntukan ban, seperti contohnya *bridgestone* terdapat beberapa tipe yaitu Turanza (tipe premium), Ecopia (tipe ramah lingkungan), Techno (tipe ekonomis), Techno Sport (tipe untuk mobil semi sport), Duravis (tipe untuk mobil pickup), Dueler (tipe untuk mobil SUV).



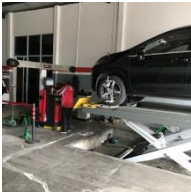




Untuk produk oli juga disediakan beberapa pilihan merek dan untuk masing-masing merek juga tersedia dalam beberapa tingkat keenceran atau yang lebih sering disebut SAE. Contohnya oli merek Shell terdapat beberapa macam yaitu Helix HX-3 (20w-50), Helix HX-5 (15w-40), Helix HX-6 (10w-40), Helix HX-7 (5w-40), Helix HX-8 (5w-30), Helix Ultra (0w-20). Oli dengan SAE paling kental 20w-50 diperuntukan untuk mobil-mobil lama sebelum tahun 2000-an seperti panther, kijang. Sedangkan untuk mobil-mobil diatas tahun 2000-an disarankan untuk menggunakan oli dengan SAE minimal 10w-40. Lalu untuk mobil-mobil terbaru dan LCGC (*low cost green car*) seperti mobil agya, calya, brio disarankan untuk menggunakan oli dengan SAE 5w-30 atau 0w-20. Untuk produk aki juga disediakan beberapa pilihan merek, tipe ukuran, dan jenis. Contohnya untuk aki merek GS tersedia jenis aki basah dan aki kering, selain itu terdapat bermacam-macam tipe ukuran yang disesuaikan dengan jenis mobil. Untuk produk *shock absorber* dan elemen kaki-kaki tersedia dalam beberapa pilihan merek dan kualitas.

Sarinah Motor Pare juga melayani jasa perbaikan kendaraan yaitu jasa pemasangan ban, *spooring*, *balancing*, servis kaki-kaki, *tune up*, dan ganti oli. Jasa servis yang dilayani di Sarinah Motor Pare lebih difokuskan yang berkaitan dengan ban dan perbaikan ringan hingga sedang yang tidak memakan waktu terlalu lama. Jenis layanan servis yang disediakan disesuaikan dengan suku cadang yang disediakan di Sarinah Motor Pare sehingga dapat memberikan pelayanan *one stop service* kepada pelanggan. Contohnya pelanggan yang membeli ban dapat memasang ban sekaligus *balancing* dan *spooring*. Selain itu juga tersedia elemen kaki-kaki dan jasa servis apabila ditemukan kerusakan pada elemen kaki-kaki mobil pelanggan.

Tabel 4.1

Daftar Produk Suku Cadang dan Jasa Perbaikan di Sarinah Motor Pare

Kategori	Variasi Produk	Foto Produk	Variasi Merek	Keterangan
Produk Suku Cadang	Ban		Bridgestone	Produk ban premium
			Michelin	Produk ban premium
			Dunlop	Produk ban menengah
			Gt-radial	Produk ban menengah
			Hankook	Produk ban menengah
			Achilles	Produk ban menengah
	Oli		Shell	Setiap merek tersedia dalam beberapa tingkat kekentalan (SAE). 20w-50, 15w-40, 10w-40, 5w-40, 5w-30, 0w-20.
			Castrol	
			Top1	
			TMO	
			Deltalube	
			Pertamina	
			Motul	
			Repsol	
	Aki		GS	Setiap merek tersedia dalam beberapa ukuran dan tipe aki basah dan aki kering.
			Incoe	
			Worldstar	
			Yuasa	
	Shock Arbsorber		IKYBI	Produk premium
			KYB Excel-G	Produk premium
			OEM	Produk standar pabrikan
Trivindo			Produk menengah	
Elemen Kaki-kaki (Balljoint, Rackend, Tierod, Link Stabilizer)		555	Produk premium	
		OEM	Produk standar pabrikan	
		Heiker	Produk menengah	
		Bdax	Produk menengah	
		Optimal	Produk menengah	

Kategori	Variasi Produk	Foto Produk	Variasi Merek	Keterangan
	Aksesoris (Spion, Stoplamp, Talang air, Coverspion)		-	-
Jasa Perbaikan	Pemasangan Ban		-	Proses memasang ban ke velg menggunakan mesin <i>tire changer</i> .
	<i>Spoooring</i>		-	Proses mensejajarkan roda kendaraan menggunakan mesin <i>spoooring</i> .
	<i>Balancing</i>		-	Proses menyeimbangkan roda dan velg menggunakan mesin <i>balancing</i> .
	Service Kaki-kaki		-	Proses perbaikan dan penggantian elemen kaki-kaki mobil.
	<i>Tune up</i>		-	Proses <i>tune up</i> merupakan perawatan rutin untuk menjaga performa mobil.
	Ganti Oli		-	Proses penggantian oli mobil.

4.2.2 Price (Harga)

Sarinah Motor Pare dalam menetapkan harga suku cadang maupun servis kendaraan memperhatikan beberapa hal. Salah satu cara dalam menetapkan harga Sarinah Motor Pare menggunakan *cost based pricing* yaitu penetapan harga berdasarkan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan. Dalam menetapkan harga suku cadang Sarinah Motor Pare memperhatikan biaya-biaya yang telah dikeluarkan perusahaan seperti harga beli suku cadang, ongkos pengiriman barang, biaya operasional seperti gaji karyawan dan listrik. Sedangkan dalam menetapkan harga servis kendaraan Sarinah Motor Pare memperhatikan biaya seperti biaya penyusutan peralatan seperti mesin *tire changer*, *balancing*, dan *spooring* serta biaya operasional meliputi gaji karyawan dan listrik. Penetapan harga berdasarkan *cost based pricing* digunakan Sarinah Motor Pare sebagai harga batas bawah dalam menjual produk. Harga batas bawah adalah harga jual minimal agar perusahaan tidak mengalami kerugian.

Selain itu dalam menentukan harga suku cadang maupun jasa servis kendaraan Sarinah Motor Pare juga memperhatikan harga pasar dan kompetitor lain. Survei terhadap kompetitor lain berguna untuk mengetahui harga pasar sebuah produk suku cadang maupun jasa servis. Survei ini bertujuan agar suku cadang maupun jasa servis yang ditawarkan Sarinah Motor Pare tidak lebih mahal dari kompetitor lain. Informasi mengenai harga suku cadang dan jasa servis yang ditawarkan oleh kompetitor dapat diperoleh dari informasi yang diberikan oleh pelanggan maupun melalui media sosial milik kompetitor. Penetapan harga berdasarkan harga pasar digunakan Sarinah Motor Pare sebagai harga batas atas dalam menjual produk. Harga batas atas adalah harga jual maksimal agar harga yang ditawarkan tidak lebih mahal dibandingkan harga pasar atau kompetitor.

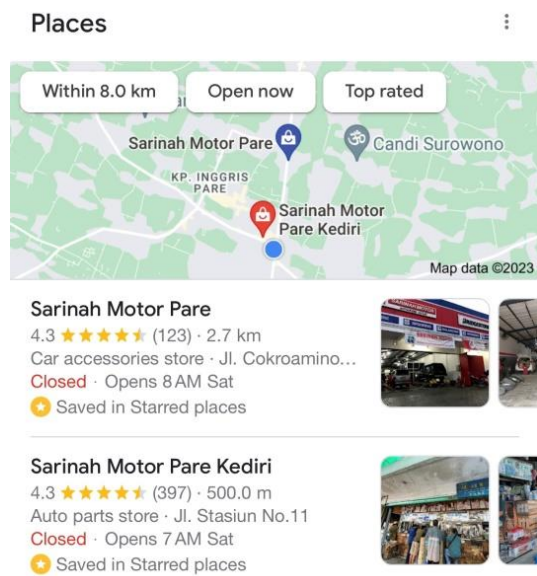
4.2.3 Place (Tempat)

Sarinah Motor Pare berlokasi di Kota Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Sarinah Motor Pare yang berlokasi di Jalan Hos Cokroaminoto 82 Pare berada di tepi jalan besar provinsi yang merupakan jalan yang dapat dilalui oleh kendaraan-kendaraan dari luar kota yang menuju ke Kota Pare. Sarinah Motor Pare berlokasi dekat dengan fasilitas umum diantaranya berada di depan Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU), berjarak 100 m dari Pasar Induk Kabupaten Kediri, 100 m dari Terminal Bus Pare, dan berjarak \pm 2km dari pusat Kota Pare. Kondisi ini memudahkan semua jenis kendaraan baik roda 2, roda 4 atau lebih seperti mobil penumpang, mobil *pickup*, *truck* untuk menjangkau lokasi Sarinah Motor Pare.

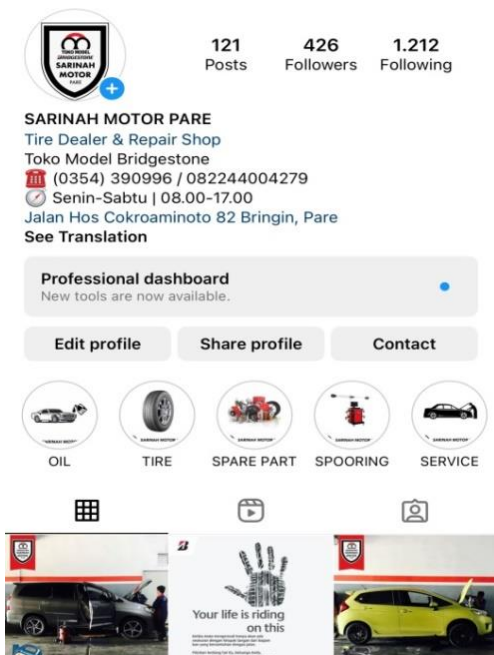
Selain itu informasi mengenai lokasi Sarinah Motor Pare dapat dengan mudah ditemukan pelanggan di *Google Maps* dan media sosial *Instagram* perusahaan.



Gambar 4.2 Lokasi Sarinah Motor Pare Jalan Hos Cokroaminoto 82 Pare



Gambar 4.3 Lokasi Sarinah Motor Pare di *Google Maps*



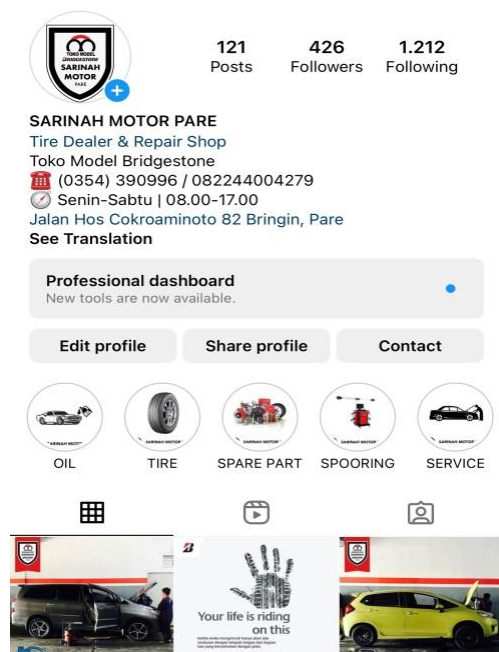
Gambar 4.4 Lokasi Sarinah Motor Pare di media sosial *Instagram*

4.2.4 *Promotion (Promosi)*

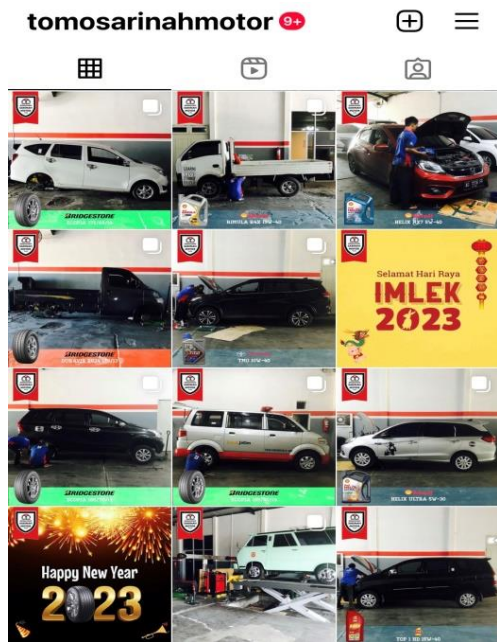
Promosi bertujuan menyampaikan keunggulan produk yang ditawarkan ke pelanggan sehingga menarik pelanggan untuk membelinya. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pusphita el al. (2020) membahas tentang strategi pemasaran yang diterapkan di CV. Budi Motor Banjarmasin meliputi *personal selling* (penawaran produk), periklanan (melalui *XBanner*), promosi (melalui sosial media dan brosur), dan pemberian potongan harga. Dari beberapa alat promosi yang dikemukakan Kotler & Armstrong (2008), menurut hasil wawancara saat ini Sarinah Motor Pare cenderung menggunakan dua macam alat promosi yaitu periklanan dan promosi penjualan. Sarinah Motor Pare melakukan promosi iklan melalui media sosial *instagram* dan media cetak berupa kartu nama, spanduk, dan kalender. Promosi Iklan melalui media sosial *instagram* dapat dilihat pada akun @tomosarinahmotor yang secara rutin meng-*upload story* maupun *post* tentang produk suku cadang yang dijual dan kegiatan servis kendaraan. Periklanan melalui media sosial *instagram* diharapkan dapat menjangkau pelanggan baru yang belum tahu atau belum pernah ke Sarinah Motor Pare. Selain itu Sarinah Motor Pare juga melakukan promosi iklan melalui kartu nama dan kalender yang dibagikan ke pelanggan-pelanggan yang membeli suku cadang dan beberapa rumah makan di area Kota Pare dan sekitarnya. Pembagian kartu nama kepada pelanggan diharapkan dapat memudahkan pelanggan mengetahui kontak Sarinah Motor Pare baik nomor telepon atau

whatsapp, juga layanan apa yang disediakan oleh Sarinah Motor Pare. Pembagian kalender ke pelanggan atau rumah makan biasanya dilakukan pada bulan desember sampai bulan januari yang bertepatan dengan momen pergantian tahun. Kalender Sarinah Motor Pare yang terpasang di rumah pelanggan atau di tempat-tempat makan diharapkan dapat mengingatkan pelanggan dengan Sarinah Motor Pare. Selain itu Sarinah Motor Pare juga memasang spanduk di depan toko yang berisi macam-macam suku cadang yang dijual dan jasa servis yang dilayani di Sarinah Motor Pare.

Menurut peneliti metode periklanan melalui media sosial selain menggunakan *instagram* yang sudah dilakukan saat ini dapat juga dilakukan menggunakan media sosial lain seperti *whatsapp*. Periklanan melalui media sosial *whatsapp* dapat berupa informasi promosi yang sedang berjalan saat ini atau berupa pengingat waktu servis kepada pelanggan yang sudah pernah ke Sarinah Motor Pare. Pengingat waktu servis bertujuan untuk mengingatkan pelanggan untuk melakukan servis berkala seperti ganti oli atau *tune up*. Pengingat waktu servis melalui *whatsapp* tentu harus didukung dengan sistem pencatatan pelanggan meliputi data pelanggan, nomor telepon, dan riwayat servis. Selain itu media *whatsapp* cukup efektif karena banyak digunakan oleh masyarakat umum dan sangat mudah untuk bertukar informasi baik percakapan atau informasi berupa gambar atau video.



Gambar 4.5 Profil *Instagram* Sarinah Motor Pare



Gambar 4.6 Post Instagram Sarinah Motor Pare



Gambar 4.7 Promosi kartu nama Sarinah Motor Pare



Gambar 4.8 Promosi kalender Sarinah Motor Pare

Sumber : Dokumentasi Sarinah Motor Pare

Selain melakukan promosi iklan Sarinah Motor Pare juga melakukan promosi penjualan. Promosi penjualan di Sarinah Motor Pare biasanya dilakukan sepanjang tahun dan berubah setiap tiga bulan sekali. Promosi penjualan biasa dilakukan dengan memberikan potongan harga berupa *voucher* dan memberikan souvenir gratis. Pemberian potongan harga di Sarinah Motor Pare dilakukan setiap pembelian produk ban *bridgestone* minimal 2 ban akan mendapat *voucher* diskon Rp 50.000,-. *Voucher* diskon tersebut dapat digunakan untuk biaya jasa seperti pemasangan ban, *sporing*, *balancing*, *tune up* atau servis komponen kaki-kaki kendaraan. Selain itu promosi penjualan juga berupa pemberian souvenir gratis seperti tas, topi, kaos, payung setiap pembelian produk ban *bridgestone*. Promosi penjualan ini dinilai dapat meningkatkan minat beli pelanggan yang awalnya hanya membeli satu ban akan termotivasi membeli dua ban atau lebih. Selain itu pemberian promosi *souvenir* atau *voucher* diskon diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap Sarinah Motor Pare.



Gambar 4.9 Promosi *voucher* diskon setiap pembelian ban Bridgestone dengan syarat pembelian dua buah ban Bridgestone

Sumber : Dokumentasi Sarinah Motor Pare



Gambar 4.10 Promosi *souvenir* gratis setiap pembelian ban Bridgestone yang diberikan oleh Lily menggunakan baju putih kepada pelanggan menggunakan baju krem

Sumber : Dokumentasi Sarinah Motor Pare

4.2.5 *People* (Orang)

Karyawan memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan kesan dan kepuasan pelanggan pada perusahaan. Untuk memastikan kepuasan pelanggan Sarinah Motor Pare melakukan beberapa upaya dalam memilih karyawan yang tepat mulai dari proses seleksi karyawan baru hingga proses *training* baik karyawan baru dan karyawan lama. Selain itu karyawan Sarinah Motor Pare dibimbing untuk selalu bersikap sopan ketika berinteraksi

dengan pelanggan. Semua karyawan Sarinah Motor Pare juga menggunakan seragam dan sepatu selama bekerja untuk menambah kesan yang baik di mata pelanggan.

Proses perekrutan karyawan baru dimulai dengan membuat info lowongan kerja melalui media sosial *instagram* dan melalui spanduk yang dipasang di depan toko. Pelamar kerja yang berminat datang langsung ke Sarinah Motor Pare dengan membawa berkas yang meliputi kartu identitas dan *curriculum vitae* serta membuat janji wawancara. Selanjutnya pelamar kerja melakukan wawancara dengan Manajer Sarinah Motor Pare dan Manajer Sarinah Motor Pare akan melakukan seleksi terhadap para pelamar kerja sesuai kriteria karyawan yang dibutuhkan. Setelah tahapan seleksi selesai manajer akan menghubungi karyawan yang terpilih untuk datang dan mengikuti proses *training*.

Proses *training* karyawan baru dilakukan oleh manajer dan karyawan senior. Proses *training* bertujuan untuk memperkenalkan karyawan baru dengan tugas dan kewajiban yang harus dikerjakan serta lingkungan kerja baik peralatan kerja dan karyawan lain. Proses *training* selain diterapkan untuk karyawan baru juga dilakukan untuk semua karyawan. Proses *training* ini biasanya dilakukan satu tahun sekali dan dilakukan oleh pihak luar seperti dari PT Bridgestone Tire Indonesia. *Training* ini berguna untuk menambah pengetahuan produk dan pengalaman baik mekanik, karyawan, dan bagian *reception*.

Untuk meningkatkan kinerja dan kualitas karyawan Sarinah Motor Pare selalu dilakukan evaluasi ketika menerima saran atau keluhan dari pelanggan. Manajer toko akan melakukan evaluasi dan berdiskusi dengan karyawan yang bersangkutan untuk membahas keluhan dari pelanggan, dengan harapan karyawan dapat memperbaiki kinerjanya. Selain itu untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan selain gaji pokok perusahaan juga memberi insentif kepada karyawan berupa tunjangan hari raya dan bonus. Bonus terdiri dari dua macam yaitu bonus kinerja dan bonus kehadiran. Bonus kinerja diberikan kepada karyawan yang bekerja dengan giat, sedangkan bonus kehadiran diberikan kepada karyawan yang datang tepat waktu dan tidak bolos.

Dari hasil wawancara dengan Gimin selaku pelanggan diungkapkan bahwa kualitas pelayanan dari karyawan Sarinah Motor Pare sudah cukup baik, namun gimin memberikan masukan kepada Sarinah Motor Pare untuk menambah jumlah karyawan karena berdasarkan pengalamannya pada saat toko ramai pembeli durasi pelayanan menjadi lebih lama². Penambahan karyawan diharapkan dapat menjaga kualitas pelayanan tetap prima disaat kondisi toko normal ataupun ramai.

² Gimin, Wawancara, 6 Mei 2023 pukul 11.00 di Sarinah motor Pare



Gambar 4.11 Karyawan Sarinah Motor Pare menggunakan seragam ketika bekerja

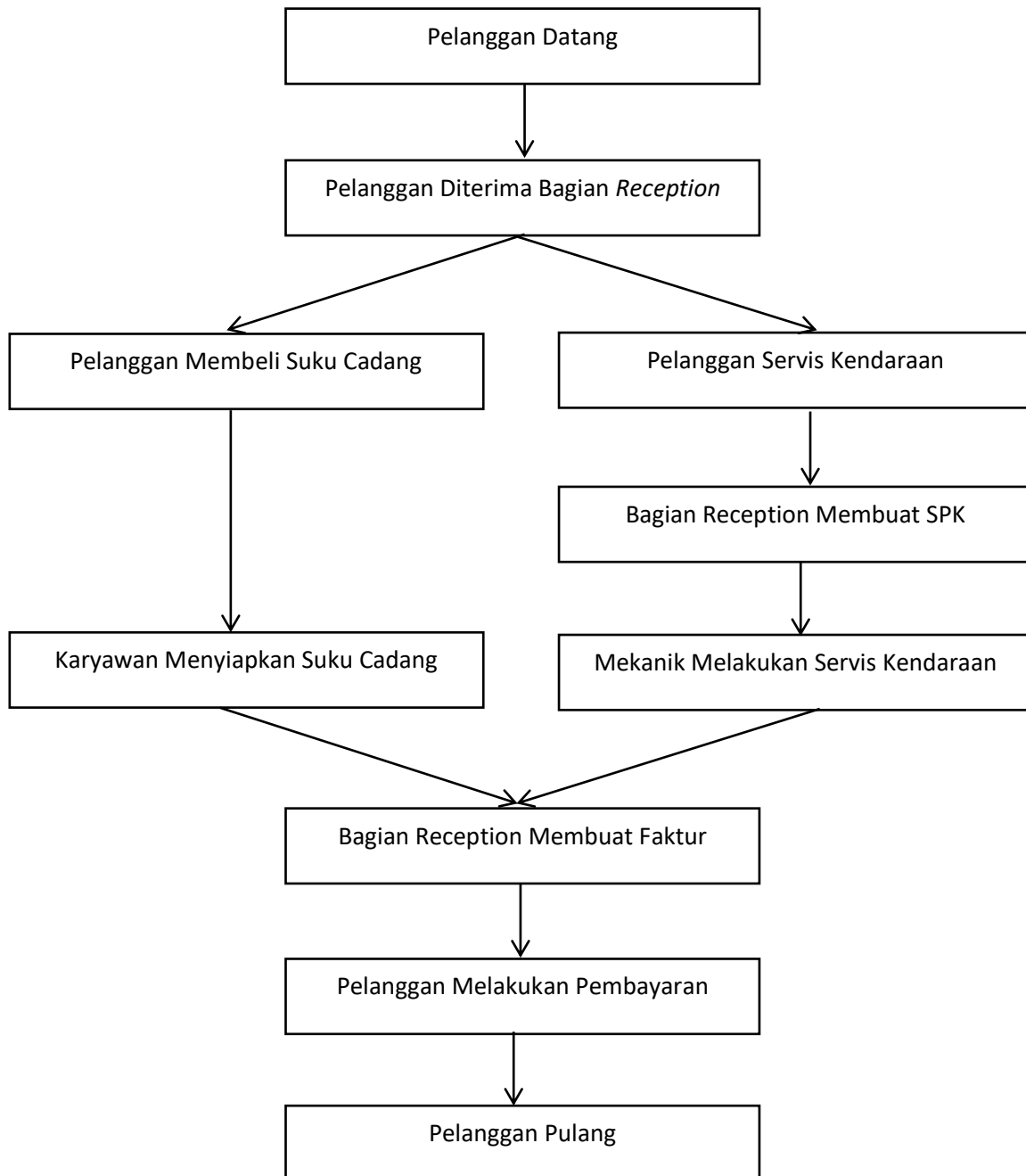
4.2.6 *Process (Proses)*

Proses merupakan mekanisme atau alur penerimaan pelanggan mulai dari pelanggan bertanya tentang produk hingga pelanggan melakukan pembelian. Saat pelanggan datang ke Sarinah Motor Pare akan diarahkan menuju ke bagian *reception*, bagian *reception* akan bertanya dan mencatat kebutuhan pelanggan. Apabila pelanggan ingin membeli suku cadang bagian *reception* akan menginformasikan ke pelanggan mengenai beberapa pilihan merek dan harga suku cadang yang tersedia. Setelah pelanggan menentukan pilihan bagian *reception* akan menginformasikan ke karyawan untuk segera menyiapkan suku cadang yang dibutuhkan pelanggan. Sedangkan apabila pelanggan akan melakukan servis kendaraan bagian *reception* akan menjelaskan mengenai jasa servis yang tersedia. Setelah itu bagian *reception* akan menjelaskan estimasi harga dan estimasi lama pengerjaan servis. Setelah pelanggan menyetujui item pekerjaan servis bagian *reception* akan membuat surat perintah kerja (SPK) yang berisi identitas pelanggan, nomor kendaraan, dan detail pekerjaan servis yang akan dilakukan. Setelah surat perintah kerja dibuat bagian *reception* akan menunjuk salah satu mekanik untuk menangani servis kendaraan tersebut. Sembari menunggu kendaraan yang sedang dikerjakan oleh mekanik pelanggan diarahkan untuk menunggu di ruang tunggu. Setelah suku cadang siap atau servis kendaraan selesai dikerjakan bagian *reception* akan membuat faktur dan mengarahkan pelanggan untuk melakukan pembayaran.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Gimin dan Sriyono selaku pelanggan dan bengkel mitra alur pelayanan di Sarinah Motor Pare sudah cukup baik³. Alur pelayanan yang tepat akan membuat pelayanan menjadi lebih efektif dan memudahkan pelanggan dalam membeli suku

³ Gimin, Wawancara, 6 Mei 2023 pukul 11.00 di Sarinah motor Pare

cadang atau menggunakan jasa servis. Selain itu untuk mempersingkat durasi pelayanan dapat didukung oleh sistem pendataan dan penataan barang yang baik. Sedangkan untuk mempercepat durasi servis kendaraan dapat dengan penggunaan peralatan atau mesin yang canggih sehingga proses servis dapat lebih cepat dan baik hasilnya.



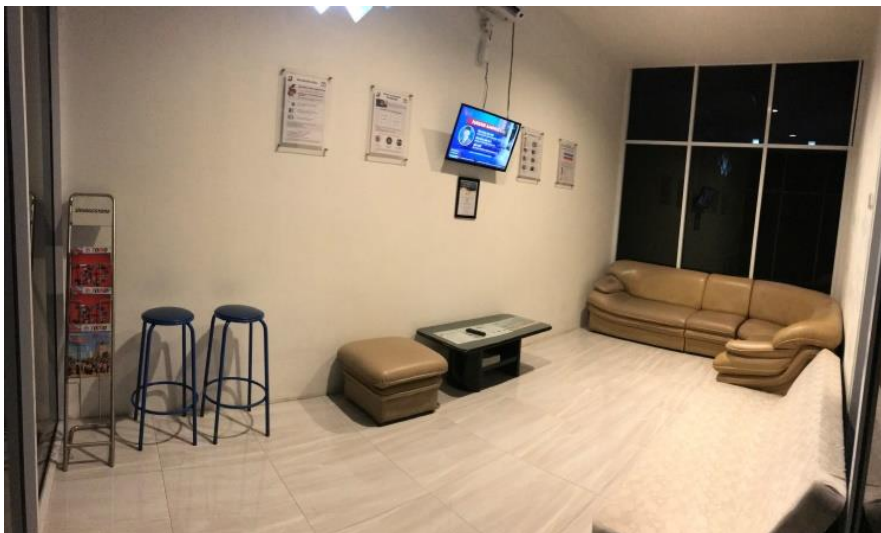
Gambar 4.12 Alur penerimaan pelanggan di Sarinah Motor Pare

Sumber : Wawancara ⁴

⁴ Lily, Wawancara, 5 Mei 2023 pukul 12.30 di Sarinah Motor Pare.

4.2.7 Physical Evidence (Bukti Fisik)

Bukti fisik adalah bukti nyata tentang kualitas dan keunggulan produk yang ditawarkan perusahaan. Bukti ini menjadi nilai unggul perusahaan dan menentukan keputusan pelanggan dalam membeli produk tersebut. Dalam hal ini Sarinah Motor Pare menyediakan ruang tunggu yang nyaman untuk pelanggan dan menggunakan peralatan yang memadai dan canggih dalam melayani jasa perbaikan. Untuk menambah kenyamanan pelanggan yang membeli suku cadang maupun yang sedang memperbaiki kendaraan Sarinah Motor Pare menyediakan ruang tunggu yang dilengkapi sofa, televisi, pendingin ruangan (AC), *wifi*, dan majalah. Ruang tunggu yang nyaman diharapkan dapat membuat pelanggan nyaman dan tidak merasa bosan dalam menunggu. Selain itu juga disediakan *wifi* yang dapat digunakan pelanggan untuk bermain *smartphone* atau membuka media sosial. Ruang tunggu di Sarinah Motor Pare memiliki ukuran 3mx6m yang dapat menampung sekitar 10 orang. Selain itu Sarinah Motor Pare menyediakan minuman dingin yang dapat dibeli oleh pelanggan, minuman dingin yang dijual diantaranya air mineral dan teh botol. Minuman dingin ini diletakan di dalam kulkas *showcase* yang berada di dekat meja kasir. Selain itu untuk menambah kenyamanan pelanggan dalam menunggu Sarinah Motor Pare menyediakan toilet yang cukup bersih yang dapat digunakan oleh pelanggan. Toilet di Sarinah Motor Pare berjumlah satu buah dimana pelanggan pria atau wanita dan karyawan menggunakan toilet yang sama.



Gambar 4.13 Fasilitas ruang tunggu di Sarinah Motor Pare yang tersedia sofa,AC,televisi,dan majalah



Gambar 4.14 Kulkas *showcase* berisi minuman dingin yang dapat dibeli pelanggan



Gambar 4.15 Fasilitas toilet untuk pelanggan dan karyawan di Sarinah Motor Pare

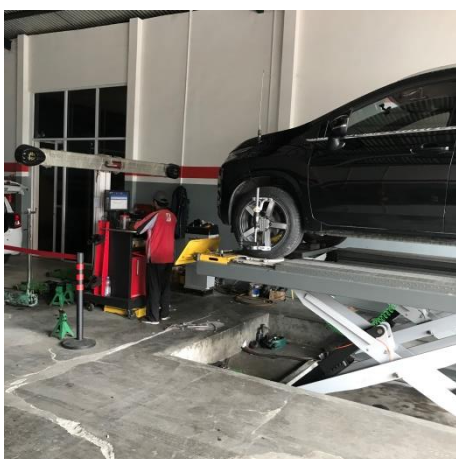
Sedangkan dalam melayani jasa perbaikan Sarinah Motor Pare menggunakan peralatan yang memadai dan canggih untuk menjamin kepuasan pelanggan. Dalam melayani penggantian ban mobil Sarinah Motor Pare menggunakan dua buah mesin *tire changer* dengan merek *sice* dan *heshbon*. Penggunaan dua buah mesin *tire changer* berfungsi agar proses penggantian ban bisa lebih cepat dan velg tidak tergores. Sedangkan untuk *balancing* dan *sporing* Sarinah Motor menggunakan dua buah mesin *balancing* dan satu buah mesin *sporing* dengan merek *johnbean*. Proses *balancing* berfungsi untuk menyeimbangkan ban dan velg agar seimbang dan tidak menimbulkan getaran waktu digunakan berkendara. Sedangkan proses *sporing* berfungsi untuk mensejajarkan roda kendaraan sehingga kendaraan lebih stabil dan ban lebih awet. Untuk menjamin keakuratan dari mesin yang digunakan seperti mesin *balancing* dan mesin *sporing* Sarinah Motor Pare melakukan kalibrasi alat secara berkala yang dilakukan setiap tiga bulan sekali.



Gambar 4.16 Penggantian ban menggunakan mesin *Tire Changer*



Gambar 4.17 Proses *balancing* ban menggunakan mesin *balancing* untuk menyeimbangkan roda kendaraan.



Gambar 4.18 Proses *sporing* menggunakan mesin *sporing* untuk mensejajarkan roda kendaraan

Berdasarkan uraian diatas pemasaran Sarinah Motor Pare saat ini telah menerapkan bauran pemasaran 7P yang meliputi *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik). Produk yang disediakan di Sarinah Motor Pare meliputi berbagai macam suku cadang meliputi ban, oli, aki, *shock arbsorber*, elemen kaki-kaki, dan aksesoris dengan beberapa variasi merek dan harga. Sedangkan dalam menentukan harga Sarinah Motor mempertimbangkan *cost based price*, harga pasar, dan harga kompetitor. Dalam penentuan lokasi Sarinah Motor Pare mempertimbangkan lokasi yang strategis meliputi lokasi di tepi jalan raya, dekat dengan pusat kota, dan fasilitas umum seperti pasar. Sedangkan dalam bauran promosi Sarinah Motor Pare lebih mengandalkan periklanan dan promosi penjualan, periklanan dilakukan melalui media sosial *instagram*, spanduk, kalender, dan kartu nama. Sedangkan promosi penjualan melalui *voucher* diskon dan pemberian *souvenir* gratis seperti kaos, topi, tas, dan payung setiap pembelian ban. Selanjutnya bauran proses di Sarinah Motor Pare dilakukan melalui proses rekrutmen dan *training* karyawan serta pemberian bonus untuk meningkatkan kinerja karyawan. Selanjutnya bauran proses dilakukan dengan menerapkan alur pelayanan pelanggan dari pelanggan datang hingga pelanggan selesai dilayani. Bauran bukti fisik telah dilakukan dengan menyediakan ruang tunggu yang nyaman, toilet, minuman dingin yang dapat dibeli oleh pelanggan, dan penggunaan peralatan atau mesin yang canggih dan memadai dalam melayani pelanggan.

4.3 Analisis STPD

4.3.1 Segmentasi Pasar (*Market Segmentation*)

Segmentasi pasar adalah membagi pelanggan kedalam beberapa kelompok berdasarkan kebutuhan, karakteristik, dan perilaku yang berbeda-beda. Segmentasi pasar bertujuan untuk mengetahui target pasar yang akan dilayani sebelum menyusun strategi pemasaran yang tepat. Segmentasi pasar pelanggan dapat dibagi berdasarkan empat hal yaitu geografis, demografis, psikografis, dan perilaku utama. Berdasarkan hasil wawancara Sarinah Motor Pare belum pernah melakukan segmentasi pasar.

Segmentasi geografis membagi pelanggan menjadi bagian geografis yang berbeda seperti negara, kota, kabupaten, atau wilayah tertentu. Sarinah Motor Pare memiliki lokasi di Kota Pare Kabupaten Kediri, Kota Pare berbatasan dengan beberapa kecamatan seperti kecamatan kandangan, kecamatan kepung, kecamatan puncu, kecamatan guruh, kecamatan plemahan, kecamatan kunjang, dan kecamatan wates. Sehingga segmen pasar Sarinah Motor

Pare berasal dari penduduk Kota Pare dan beberapa kecamatan di sekitar Kota Pare. Selain itu karena lokasi Sarinah Motor Pare berada dekat fasilitas umum seperti terminal bus dan pasar tradisional meliputi pasar pamenang dan pasar induk kabupaten Kediri, maka pedagang pasar dan pengunjung pasar yang memiliki kendaraan mobil juga menjadi segmen pasar Sarinah Motor Pare.

Segmentasi demografis adalah membagi pelanggan berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, dan pendidikan. Sarinah Motor Pare yang memiliki usaha di bidang penjualan suku cadang mobil dan jasa servis kendaraan memiliki pelanggan yaitu pemilik mobil yang tentunya dalam kategori usia dewasa baik jenis kelamin pria ataupun wanita dengan latar belakang pekerjaan dan pendapatan yang berbeda-beda.

Segmentasi psikografis adalah membagi pelanggan berdasarkan kelas sosial, gaya hidup, atau karakteristik kepribadian. Sarinah Motor Pare dalam menjual suku cadang kendaraan mempersiapkan beberapa pilihan harga dan kualitas untuk masing-masing produk. Adanya pilihan harga dan kualitas produk bertujuan agar Sarinah Motor Pare dapat melayani pelanggan dari berbagai kelas sosial. Contohnya dalam menjual ban mobil Sarinah Motor Pare mempersiapkan beberapa pilihan merek dengan kualitas dan harga berbeda, merek Bridgestone dan Michelin yang merupakan produk premium dengan harga cukup tinggi, dan merek Dunlop, Gt-radial, Hankook, dan Achilles yang merupakan produk standar dengan harga yang lebih terjangkau.

Segmentasi perilaku adalah membagi pelanggan berdasarkan pengetahuan, sikap, penggunaan, dan tanggapan terhadap produk yang ditawarkan. Segmentasi perilaku bertujuan untuk mengetahui kebiasaan pelanggan dalam membeli produk. Contohnya pelanggan mobil angkutan pasar seperti *pickup* memiliki kecenderungan membeli ban yang memiliki tingkat kekuatan dan keawetan yang tinggi sehingga Sarinah Motor Pare harus mempersiapkan produk ban yang diinginkan seperti *bridgestone* dan *micelin*. Selain itu mobil angkutan pasar memiliki keterbatasan waktu sehingga mereka cenderung tergesa-gesa dan meminta didahulukan waktu membeli suku cadang atau melakukan servis, Oleh karena itu Sarinah Motor Pare harus mempertimbangkan durasi pelayanan dan dapat memberikan prioritas pada pelanggan mobil angkutan pasar.

4.3.2 Penetapan Target Pasar (*Market Targeting*)

Penetapan target adalah tahapan setelah perusahaan melakukan segmentasi pasar. Perusahaan akan mengevaluasi masing-masing segmen dengan memperhatikan tiga faktor

yaitu ukuran dan pertumbuhan segmen, daya tarik struktural segmen, dan tujuan serta sumber daya perusahaan. Setelah itu perusahaan akan memutuskan berapa banyak dan jenis segmen pelanggan apa yang akan mereka layani. Berdasarkan hasil wawancara Sarinah Motor Pare memiliki target pasar tanpa diferensiasi atau tidak membidik segmen pasar tertentu⁵. Sesuai visi dan misinya yaitu menjadi toko suku cadang dan jasa perbaikan terbaik dan terlengkap Sarinah Motor Pare menargetkan seluruh pemilik mobil di area Kota Pare dan sekitarnya tanpa membedakan latar belakang seperti usia, pendidikan, jenis kelamin, jenis pekerjaan, pendapatan, dan kelas sosial. Sarinah Motor Pare memiliki keinginan dapat melayani semua kebutuhan pemilik mobil baik suku cadang dan jasa perbaikan hanya cukup di satu tempat “one stop service”⁶.

4.3.3 Diferensiasi & Penentuan Posisi (*Differentiation & Positioning*)

Setelah perusahaan menentukan target pasar tahap selanjutnya adalah menentukan posisi produk dan diferensiasi pada produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Penentuan posisi produk berguna untuk mengetahui kesan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan dibandingkan dengan produk pesaing. Selain itu perusahaan perlu menciptakan variasi pada produk yang menjadi keunggulan dan pembeda dengan produk lain. Berdasarkan hasil wawancara, Manajemen memiliki keinginan Sarinah Motor Pare dipandang sebagai toko suku cadang mobil yang terbaik dan terlengkap di area Kota Pare dan sekitarnya yang menyediakan berbagai macam kebutuhan mobil baik suku cadang dan jasa perbaikannya. Manajemen ingin menanamkan satu kesan pada pemilik mobil yaitu apapun kebutuhannya hanya Sarinah Motor Pare jawabannya. Sarinah Motor Pare memiliki keunggulan dibandingkan kompetitornya yaitu produk suku cadang mobil yang dijual lebih murah, lengkap dan bervariasi. Selain itu Sarinah Motor Pare merupakan satu-satunya toko suku cadang yang terintegrasi dengan bengkel yang menyediakan jasa perbaikan mobil. Adanya integrasi antara toko suku cadang dan bengkel dapat memudahkan pemilik mobil yang membutuhkan penggantian suku cadang kendaraannya, sehingga pelanggan tidak perlu berpindah-pindah dari toko suku cadang ke bengkel perbaikan.

⁵ Yudi, Wawancara, 5 Mei 2023 pukul 13.10 di Sarinah Motor Pare.

⁶ Lily, Wawancara, 5 Mei 2023 pukul 12.30 di Sarinah Motor Pare.

4.4 Analisis SWOT

Tabel 4.2

Matriks SWOT Sarinah Motor Pare

	<p>Strength</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi strategis dekat dengan pusat kota dan pasar. 2. Menyediakan suku cadang yang lengkap. 3. Terintegrasi dengan bengkel perbaikan. 4. terdapat ruang tunggu yang nyaman. 	<p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan kadang-kadang lama saat ramai.
<p>Opportunity</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah mobil di Kota Pare semakin banyak. 2. Kebutuhan suku cadang dan jasa perbaikan semakin banyak. 	<p>Strategi SO (Strength- Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi suku cadang dan jasa servis yang ditawarkan sehingga lebih dikenal. (S1-S3, O1-O2) 2. Menambah variasi produk suku cadang dan jasa mengikuti perkembangan variasi mobil yang ada. (S2-S3, O1) 	<p>Strategi WO (Weakness - Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah jumlah karyawan dan mekanik sehingga pelayanan lebih cepat. (W1, O1-O2) 2. Melakukan perluasan area kerja sehingga dapat menampung pelanggan lebih banyak lagi. (W1, O1-O2)
<p>Threats</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Toko suku cadang dan bengkel perbaikan sejenis di Kota Pare semakin banyak. 	<p>Strategi ST (Strength - Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah variasi suku cadang dan menjaga stok tetap lengkap. (S2, T1) 2. Menjaga harga dan kualitas suku cadang dan jasa perbaikan kendaraan. 	<p>Strategi WT (Weakness - Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan jumlah dan kualitas karyawan dan mekanik melalui <i>training</i> sehingga dapat melayani lebih cepat dan lebih baik. (W1, T1)

	(S2-S3, T1)	
--	-------------	--

Dari Matriks SWOT diatas menunjukkan bahwa terdapat beberapa strategi yang dapat digunakan oleh Sarinah Motor Pare yaitu:

1. Meningkatkan variasi produk suku cadang kendaraan. Sarinah Motor Pare harus semakin berkembang mengikuti perkembangan merek mobil yang semakin bervariasi meliputi macam produk suku cadang dan variasi pilihan merek yang semakin banyak.
2. Menjaga stok suku cadang, baik ketersediaan barang dan variasi merek yang lengkap.
3. Meningkatkan promosi tentang suku cadang dan jasa servis yang ditawarkan sehingga lebih banyak orang yang mengetahui tentang produk dan jasa yang disediakan di Sarinah Motor Pare. Promosi produk dapat dilakukan melalui media sosial *instagram* dan media sosial lain seperti *whatsapp* dan melalui promosi penjualan berupa *voucher* potongan harga dan souvenir gratis. Adanya promosi akan meningkatkan minat pelanggan dalam membeli produk.
4. Menjaga harga jual produk tetap kompetitif dan menjaga kualitas produk suku cadang dan jasa servis tetap baik. Harga produk yang kompetitif dan kualitas produk yang konsisten akan menjadi nilai unggul dibanding kompetitor dan menjamin kepuasan pelanggan.
5. Meningkatkan kualitas karyawan dan mekanik dengan melakukan *training* untuk menambah pengetahuan dan pengalaman karyawan dan mekanik. Sumber daya manusia yang terlatih akan berdampak pada kualitas pelayanan yang lebih baik dan durasi pelayanan yang lebih cepat. Pelayanan yang efektif akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.
6. Meningkatkan jumlah karyawan dan mekanik sehingga dapat melayani pelanggan lebih banyak dan lebih cepat lagi.
7. Melakukan perluasan area kerja agar dapat menampung pelanggan lebih banyak lagi.

Dari tujuh strategi diatas yang dapat digunakan oleh Sarinah Motor Pare strategi nomor 1-6 penting untuk dilakukan. Strategi nomor 1-5 dapat diterapkan secara langsung oleh Sarinah Motor Pare karena tidak membutuhkan waktu yang lama dan tidak membutuhkan dana yang besar. Sedangkan strategi nomor 6 yaitu menambah jumlah karyawan juga penting dilakukan namun membutuhkan waktu yang lebih lama untuk proses rekrutmen dan membutuhkan pertimbangan yang lebih matang berkaitan tentang peningkatan *cost* perusahaan. Strategi nomor 7 yaitu perluasan area kerja dapat juga dilakukan namun

tergolong strategi jangka panjang dan tidak terlalu mendesak karena membutuhkan waktu yang lama dan biaya yang besar untuk pengadaan lahan.

4.5 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian maka implikasi manajerial yang dapat diterapkan di Sarinah Motor Pare yaitu sebagai berikut:

- a. Diharapkan Sarinah Motor Pare dapat semakin meningkatkan variasi produk suku cadang meliputi jenis produk dan pilihan merek. Hal tersebut sejalan dengan jenis suku cadang yang semakin berkembang mengikuti variasi mobil yang semakin banyak terutama dengan adanya mobil-mobil keluaran terbaru yang memiliki suku cadang yang berbeda dengan mobil-mobil keluaran sebelumnya. Selain itu Sarinah Motor Pare perlu memperhatikan ketersediaan stok suku cadang dan pilihan merek sehingga tetap lengkap ketika ada pelanggan yang membeli.
- b. Diharapkan Sarinah Motor Pare semakin meningkatkan promosi melalui metode yang sudah digunakan maupun melalui metode yang belum digunakan. Sarinah Motor Pare dapat melakukan kegiatan promosi melalui media *whatsapp* baik dengan menawarkan promosi produk atau mengirimkan notifikasi servis kepada pelanggan yang sudah pernah datang. Media *whatsapp* cukup efektif digunakan karena banyak digunakan oleh masyarakat dan dapat memudahkan komunikasi antara pelanggan dan Sarinah Motor Pare seperti untuk bertanya tentang suku cadang.
- c. Diharapkan Sarinah Motor Pare dapat menjaga harga jual yang ditawarkan ke pelanggan tetap kompetitif dan sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Selain itu kualitas produk suku cadang dan kualitas servis harus tetap konsisten. Hal ini dapat dilakukan Sarinah Motor Pare dengan mendengarkan kritik dan saran dari pelanggan. Apabila ditemukan masalah pada suku cadang yang dijual harus segera diatasi dengan mengevaluasi merek yang bermasalah atau mengganti dengan merek lain. Sedangkan apabila terdapat masalah pada kualitas servis dapat diatasi dengan peningkatan kualitas karyawan dengan *training*.
- d. Semakin banyaknya pelanggan yang sejalan dengan semakin banyaknya jumlah kendaraan dan kebutuhan suku cadang, Sarinah Motor Pare diharapkan dapat membuat rencana jangka panjang meliputi penambahan karyawan atau mekanik dan memperluas lokasi kerja bisa dengan memperbesar atau membuka cabang di lokasi yang baru.