

## Strategi Pemasaran Jasa Pelayanan Servis Pada Bengkel Teguh Motor Di Dusun Kablukan

**Putri Krisnawati**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka Purwodadi-Grobogan

e-mail: putrikrisnawati9@gmail.com

### **Abstract**

*Motorcycle repair shop is one of the motorcycle repair businesses that provides service to meet the needs required by motorcycle users. Using a service marketing strategy that plays an important role in increasing consumer interest in the Teguh Motor workshop. The purpose of this study is to optimize marketing strategies to increase the number of customers at Teguh Motor Workshop. Where the workshop business must have a marketing strategy to increase more customers. The type of research used is research with a qualitative method using a descriptive approach with a marketing strategy through a marketing mix. The data analysis technique used is a marketing strategy through a marketing mix. The results of the study determine that the marketing strategy at Teguh Motor Workshop is located in a very strategic location that can be reached by consumers. By providing quality goods and friendly and honest services that make customers comfortable using the service at Teguh Motor Workshop.*

**Keywords :** *marketing strategy, consumer interest, marketing mix*

### **Abstrak**

Bengkel motor adalah salah satu usaha reparasi motor yang melayani jasa servis untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh pengguna sepeda motor. Menggunakan strategi pemasaran jasa servis yang berperan penting terhadap peningkatan minat konsumen terhadap Bengkel Teguh Motor. Tujuan dari penelitian ini adalah mengoptimalkan strategi pemasaran Dalam meningkatkan jumlah pelanggan di Bengkel Teguh Motor. Di mana usaha bengkel tersebut harus memiliki strategi pemasaran untuk meningkatkan pelanggan yang lebih banyak. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian dengan metode kualitatif menggunakan pendekatan deskriptif dengan strategi pemasaran melalui bauran pemasaran. Teknik analisis data yang digunakan adalah strategi pemasaran melalui bauran pemasaran. Hasil dari penelitian tersebut menentukan bahwa strategi pemasaran pada Bengkel Teguh Motor yang berada di lokasi yang sangat strategis yang dapat dijangkau konsumen. Dengan memberikan kualitas barang dan pelayanan yang ramah dan jujur yang membuat pelanggan nyaman untuk menggunakan jasa pelayanan servis pada Bengkel Teguh Motor.

**Kata Kunci :** *strategi pemasaran, minat konsumen, bauran pemasaran*

## **1. PENDAHULUAN**

Bengkel motor adalah salah satu usaha otomotif di bidang pelayanan jasa servis roda dua yang diperlukan oleh pengguna sepeda motor di Indonesia. Bengkel motor bukan lagi sekedar tempat reparasi motor, tetapi juga tempat pelayanan jasa servis untuk memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Tanpa adanya bengkel, seorang pengguna sepeda motor akan kesulitan untuk memperbaiki kendaraannya dan melakukan perawatan. Dengan adanya bengkel motor di setiap daerah pun tidak menjamin kemudahan bagi pengguna sepeda motor, karena tidak ada informasi yang tepat bagi konsumen mengenai stok dan persediaan onderdil seperti oli, ban, onderdil dan sebagainya. Sebab dengan perkembangan dunia otomotif, khususnya sepeda motor yang mengalami peningkatan dan persaingan dalam layanan servis dan penjualan onderdil (Nafisa., Yaskun, & Efendi, (2022). Dengan banyaknya usaha bengkel motor di berbagai daerah membuat persaingan pada usaha bengkel motor, bersaing dalam memberikan pelayanan jasa servis dan pembelian onderdil yang sesuai dengan minat konsumen. Di perlukannya strategi pemasaran untuk meningkatkan minat konsumen untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Oleh karena itu, strategi pemasaran jasa berperan penting untuk menarik minat konsumen.

Minat konsumen adalah aspek psikologis yang memiliki dampak besar terhadap perilaku dan minat konsumen untuk menunjukkan motivasi kepada seseorang untuk melakukannya (Alviana & Asra, (2024). Oleh karena itu, minat konsumen memiliki dampak besar terhadap strategi pemasaran yang ada pada bengkel motor. Dengan banyaknya minat konsumen di perlukan strategi pemasaran untuk meningkatkan pelanggan yang datang ke Bengkel Teguh Motor untuk memperbaiki dan

membeli onderdil yang dibutuhkan. Bengkel Teguh Motor lokasinya di desa tetapi banyak persaingan usaha yang sama, walaupun banyak persaingan bengkel tersebut tetap ramai pelanggan. Bengkel motor akan lebih ramai pelanggan pada saat musim panen. Karena di saat seperti itu orang-orang akan melakukan perbaikan pada sepeda motornya.

Strategi pemasaran perlu di terapkan pada usaha bengkel motor untuk meningkatkan minat konsumen baru dan mempertahankan pelanggan lama. Syahira dan Anggraini, (2024) menjelaskan Strategi pemasaran adalah teknik bisnis yang menjelaskan kebutuhan dan permintaan pelanggan untuk melayani kebutuhan barang pada usaha bengkel motor. Dewi dan Fransiska, (2023), juga menjelaskan bahwa Strategi Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang teratur yang bisa dilakukan oleh suatu usaha untuk memperoleh target dan tujuan usaha jangka panjang. Haziza dan Udayana, (2023), menjelaskan Pemasaran adalah rencana perusahaan yang berdampak pada aktivitas perusahaan pada pasar sasaran. Oleh karena itu, strategi pemasaran dapat membantu Bengkel Teguh Motor untuk meningkatkan daya saing dari usaha bengkel lainnya. Dengan menggunakan strategi dapat meningkatkan penjualan produk, barang ataupun jasa yang dimilikinya.

Strategi pemasaran bengkel Teguh motor untuk melayani dan memuaskan pelanggan atau konsumen melalui bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan bukti fisik dapat meningkatkan minat konsumen. Bauran pemasaran adalah alat untuk pemasar di berbagai program pemasaran yang perlu dipertimbangkan supaya implementasi strategi pemasaran dapat berjalan dengan sukses (Lupiyoadi dalam Langga, (2021). Dengan bauran pemasaran bisa meningkatkan minat konsumen yang membuat bengkel menjadi ramai pelanggan. Sebuah usaha akan berhasil dengan keuntungan yang diraih bila menjalankan bauran pemasaran dengan baik. Keberhasilan suatu usaha akan berhasil dengan strategi pemasaran yang tepat dan memberikan kepuasan kepada pelanggan atau konsumen. Dapat disimpulkan bahwa dengan bauran pemasaran bengkel Teguh motor dapat menciptakan tujuan yang diinginkan.

Penelitian ini menjelaskan strategi pemasaran jasa pelayanan servis terhadap minat konsumen pada usaha bengkel motor. Kasus yang ingin diteliti yaitu meneliti usaha Bengkel Teguh Motor di Dusun Kablukan. Strategi yang ingin diambil dari penelitian ini untuk menghadapi persaingan usaha dalam meningkatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan saat ini.

## **2. METODE PENELITIAN**

### **a. Pengumpulan data**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian dilakukan langsung di lapangan untuk mengumpulkan data penelitian. Pengumpulan data penelitian di lakukan langsung pada Bengkel Teguh Motor di Dusun Kablukan Jalan Kapten Rusdiyat 2 KM Danyang. Dengan memperoleh data dari responden yang ada di bengkel untuk data penelitian lebih lanjut. Dengan metode kualitatif bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang ada dalam meningkatkan minat konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama dengan strategi pemasaran jasa pelayanan servis pada Bengkel Teguh Motor.

### **b. Alat Uji**

Alat uji pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi untuk mendapat informasi penelitian.

#### **1. Wawancara**

Wawancara adalah salah satu teknik yang digunakan untuk memberikan pertanyaan kepada responden (Fiantika, dkk.(2022). Wawancara dilakukan untuk mengetahui latar belakang dan mengidentifikasi pada usaha Bengkel Teguh Motor. Dengan wawancara untuk mengetahui bagaimana melayani pelanggan dengan keluhan yang di alami.

#### **2. Observasi**

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan langsung di lapangan (Fiantika, dkk. (2022). Observasi dilakukan untuk melihat kejadian yang terjadi di lapangan dengan mendatangi langsung Bengkel Teguh Motor. Dengan mengamati secara langsung agar bisa tahu bagaimana interaksi antara pemilik bengkel dan karyawan dengan pelanggan yang ada di Bengkel Teguh Motor. Interaksi pelanggan dengan baik akan meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan pelayan servis.

### c. Analisis data

Data yang dianalisis secara sistematis untuk memahami subjek yang diteliti. Dengan data primer di dapat dari wawancara dan observasi pada pelanggan, sedangkan data sekunder di dapat dari berbagai sumber penelitian. Analisis data yang digunakan adalah bauran pemasaran. Strategi pemasaran melalui bauran pemasaran yaitu produk, harga, tempat dan promosi yang sesuai akan meningkatkan minat konsumen terhadap pelayanan yang diberikan pada bengkel. Memberikan pelayanan yang baik, ramah dan jujur akan meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan layanan servis di bengkel. Dengan begitu akan meningkatkan minat konsumen baru dan mempertahankan konsumen lama.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bengkel Teguh Motor adalah salah satu bengkel motor yang berada di Dusun Kablukan di Jalan Kapten Rusdiyati 2 KM Kablukan-Danyang Kecamatan Purwodadi Kabupaten Grobogan. Bengkel Teguh Motor memiliki 2 karyawan mekanik yang memiliki pengalaman yang baik di bidangnya. Bengkel Teguh Motor tidak hanya melayani servis sepeda motor saja tetapi juga melayani tambal ban dan memperbaiki barang elektronik lain seperti mesin pemotong rumput dan semprot hama. Bengkel Teguh Motor juga melayani pembelian onderdil motor seperti oli, ban luar dan dalam, lampu, minyak pelumas dan sebagainya. Bengkel Teguh motor cukup ramai peminatnya di bandingkan pesaing bengkel lainnya yang ada di Dusun Kablukan. Sebab bengkel Teguh motor dalam melayani konsumen mengandalkan kejujuran untuk menarik minat konsumen dalam melakukan servis dan pembelian onderdil. Bengkel Teguh motor memberikan fasilitas free wifi untuk memberikan kenyamanan pelanggan pada saat menunggu motor di perbaiki agar tidak bosan menunggunya. Memiliki tempat dan penataan barang yang rapi dan bersih membuat keindahan bengkel agar pelanggan khususnya anak-anak muda zaman sekarang yang suka kerapian dan keindahan agar merasa nyaman berada di bengkel (Farisi dkk (2024)). Dengan begitu bisa meningkatkan pelanggan lebih banyak lagi.

Setiap usaha apa pun pasti membutuhkan strategi untuk mencapai tujuan yang di inginkan, salah satunya pada usaha bengkel motor yang ingin bengkelnya ramai dengan pelanggan. Sebab strategi sangat penting dalam sebuah usaha. Strategi yang digunakan untuk menarik minat konsumen dan agar usaha tetap ramai pelanggan dibutuhkannya strategi untuk menghadapi persaingan. Persaingan usaha yang banyak harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan servis motor, kebersihan dan kerapian dengan baik. Strategi yang digunakan oleh usaha bengkel Teguh motor terhadap minat konsumen dengan melalui bauran pemasaran (7P) yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik.

### 1. Produk

Produk yang disediakan oleh bengkel Teguh motor yaitu oli, ban luar dan dalam, lampu, minyak pelumas, onderdil dan sebagainya. Produk yang disediakan dengan kualitas yang baik sesuai yang pelanggan inginkan. Dengan pemberian kualitas barang yang baik membuat konsumen puas dengan barang yang di berikan. Sebab dengan kepuasan pelanggan dengan memberikan kualitas barang yang baik membuat pelanggan senang.

### 2. Harga

Harga adalah penentuan uang yang diberikan untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang berikan(Safitri, (2023)). Harga yang di tetapkan oleh bengkel Teguh motor cukup terjangkau dalam pemberian harga untuk pelayanan servis dan pembelian onderdil. Penentuan harga tersebut diberikan dengan mengamati harga pasar untuk menetapkan harga. Dengan harga yang telah ditawarkan dan di tetapkan oleh bengkel dapat bersaing dengan bengkel yang lainnya, karena barang yang di jual berasal dari agen yang mensupliyer barang ke bengkel sehingga mendapatkan harga yang terjangkau dan dapat di jual kembali dengan harga yang pantas dan sesuai. Dengan harga yang terjangkau dapat menarik pelanggan untuk membeli onderdil di Bengkel Teguh Motor.

### 3. Tempat

Tempat adalah bagian penting dalam strategi pemasaran untuk mendirikan suatu usaha (Safitri, (2023)). Seperti tempat usaha Bengkel Teguh Motor yang berada di tempat yang strategis dan mudah dijangkau. Dengan pemilihan lokasi yang strategis dengan diberikan sentuhan penataan tempat dan barang yang baik dan rapi akan menimbulkan kesan positif bagi pelanggan yang dapat berpengaruh terhadap perkembangan Bengkel Teguh Motor. Dengan penataan tempat yang terlihat indah dan rapi membuat konsumen merasa nyaman untuk datang ke bengkel terutama anak-anak muda yang sering memodifikasi motornya. Dengan lokasi yang strategis memudahkan konsumen dan anak-anak muda untuk menjangkaunya.

#### 4. Promosi

Promosi adalah rencana kegiatan pengiklanan, promosi penjualan dan berhubungan langsung dengan masyarakat untuk melakukan komunikasi langsung pada pelanggan untuk memberitahu usaha yang dimiliki (Safitri, (2023)). Promosi yang dilakukan oleh bengkel Teguh motor menggunakan media sosial lewat whatsapp dan dari mulut ke mulut. Dengan menggunakan media sosial whatsapp membuat konsumen mengetahui usaha bengkel Teguh motor yang melayani jasa servis motor dan pembelian onderdil. Mempromosikan dengan baik dan menarik membuat minat konsumen bertambah untuk menggunakan jasa servis yang diberikan Bengkel Teguh Motor. Dengan memberikan ulasan yang baik dan sesuai kenyataan yang terjadi di lokasi membuat menarik minat konsumen untuk datang ke bengkel.

#### 5. Orang

Bengkel Teguh Motor memberikan pelayanan ramah, banyak senyum dan cepat dalam menghadapi pertanyaan yang dikeluhkan oleh pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang baik adalah faktor terpenting bagi pelanggan untuk melakukan pembelian onderdil dan servis sepeda motor di bengkel.

#### 6. Proses

Bengkel Teguh Motor memberikan proses pelayanan servis dengan rapi dan penuh dengan ketelitian yang dapat memuaskan pelanggan. Proses yang dilakukan untuk menarik minat konsumen agar menggunakan jasa servis di bengkel.

#### 7. Bukti fisik

Bukti fisik yang ada di Bengkel Teguh Motor adalah memiliki tempat yang bersih dan rapi untuk menarik minat konsumen yang baru atau yang lama untuk datang. Dengan keadaan bengkel yang bersih dan rapi membuat nyaman pelanggan yang ada di bengkel.

Dengan menggunakan strategi pemasaran 7P bengkel Teguh motor dapat menciptakan keunggulan dalam pelayanan jasa servis sepeda motor untuk menarik minat konsumen yang baru dan konsumen lama. Dengan cara memberikan pelayanan yang ramah dan jujur kepada konsumen yang datang langsung untuk melakukan servis sepeda motornya. Memberikan kualitas barang onderdil yang baik, pelayanan servis yang ramah dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Dengan harga yang terjangkau dan standar untuk semua kalangan. Sehingga membuat minat konsumen untuk menggunakan jasa pelayanan servis dengan tidak mengawatirkan harga dan pelayanan yang diberikan untuk menarik konsumen.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut

- a. Bengkel Teguh Motor adalah suatu usaha otomotif roda dua yang melayani jasa servis dan penjualan onderdil. Strategi pemasaran dipakai oleh Bengkel Teguh Motor dengan mempertahankan usaha dalam persaingan antar usaha yang sama. Dengan memberikan barang-barang onderdil yang berkualitas, harga yang terjangkau, lokasi usaha yang strategis mudah dijangkau oleh pelanggan atau konsumen dan dengan promosi melalui media sosial whatsapp dan melalui mulut ke mulut.

- b. Memberikan kualitas pelayanan servis dengan ramah dan baik kepada konsumen, agar konsumen tidak kecewa saat dilayani oleh karyawannya. Menjual barang-barang onderdil yang baik supaya konsumen puas dengan kualitas barang yang dibeli. Harga yang terjangkau membuat minat konsumen yang ingin melakukan servis kendaraan dan pembelian onderdil di bengkel menjadi lebih banyak lagi. Adanya persaingan yang melakukan promosi agar dapat mengambil pelanggan yang akan melakukan servis di Bengkel Teguh Motor.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Alviana, N., & Asra, M. (2024). Peningkatan Minat Konsumen Melalui Strategi Pemasaran. *Iltizam: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(1), 121-132.
- Dewi, R. P., & Fransiska, F. (2023). Meneliti tentang Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Di Restoran Zushioda Cirebon. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif menggunakan strategi bauran pemasaran dengan analisis SWOT. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(3), 781-792.
- Dharmmesta .B.S., (2020). *Manajemen Pemasaran*. Tangerang Selatan. Universitas Terbuka.
- Farisi, H., Yuliana, A., Sukoco, H., & Andini, M. (2024). Optimalisasi Strategi Pemasaran Pada Bengkel Motor Di Purwokerto. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(04), 1256-1261.
- Fiantika .F.R., dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang Sumatra Barat. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Fikri, M. H., & Sahdandi, S. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Sepatu. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(1), 7-11.
- Fitria Halim, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, Marisi Butarbutar Efendi, Andriasan Sudarso, Bonaraja Purba, Darwin Lie Sisca, Hengki Mangiring Parulian Simarmata Lalu Adi Permadi, Vina Novela. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yayasan Kita Menulis.
- Haziza, E. L., & Udayana, I. B. N. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Delivery terhadap Minat Purchase Decision Konsumen UMKM Kerajinan Tangan Toko Serba. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1434-1448.
- Langga, L., & Mea, M. H. C. D. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Spare Part Motor Pada Bengkel Sentral Jaya Ende. *Scientific Journal Of Management And Business (SJMB)*, 1(1), 116-130.
- Nafisa, Z., Yaskun, M., & Efendi, Y. (2022). Pengaruh Strategi Penjualan Dan Pelayanan Jasa Servis Sepeda Motor Terhadap Minat Beli Spare Part Honda Di Bengkel Ahass Jati Indah Motor Sumberwudi Lamongan. *JEKMA*, 3(4).
- Ngratno, (2018). *Manajemen Pemasaran*. Pondok Bukit Agung C-5 Sumurboto Banyumanik Semarang. EF Pres Digimedia.
- Prastyorini, J., & Hanifah, B.F. (2024). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Surabaya. Scopindo Media Pustaka.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Kampus I: Jalan Alauddin No. 63 Makassar, Kampus II: Jalan Sultan Alauddin No. 36 Samata – Gowa. Alauddin University Press.
- Safitri, N. A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. K- Media.
- Sudirman, I., Muhammad, I. M. (2023). *Strategi Pemasaran*. Jln Perintis Kemerdekaan.Komp.Nusa Tamalanrea indah Blok A no.11 Kec.Tamalanrea Kel.Tamalanrea 90245. Penerbit intelektual karya nusantara.
- Syahira, T., & Anggraini, T. (2024). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Terhadap Minat Nasabah BSI KCP Kabanjahe. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 184-190.
- Fiantika .F.R., dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang Sumatra Barat. PT. Global Eksekutif Teknologi.