



## Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) 2024: 516-520

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



### Strategi Pemasaran Pada Bengkel Motor "Sahabat Motor" Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Analisis SWOT

Abyan Aufan Ataulloh<sup>1</sup>, Dimas Agung Prasetya<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang

Corresponding author: byanzchabik@gmail.com<sup>1</sup>

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima (Maret 2024) Disetujui (April 2024) Diterbitkan (Mei 2024)</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang digunakan pada bengkel motor "Sahabat Motor" untuk meningkatkan kepuasan pelanggan mereka. Analisis ini didasarkan pada kerangka Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman (SWOT), yang merupakan sebuah alat yang banyak digunakan dalam perencanaan strategis. Studi tersebut menemukan bahwa bengkel motor dapat meningkatkan kepuasan pelanggan mereka dengan berfokus pada keunggulan yang mereka miliki, seperti dengan memberikan layanan berkualitas tinggi, menjaga sopan santun kepada para pelanggan dan menjaga bengkel tetap bersih, terorganisir dan rapih. Mereka juga dapat memanfaatkan peluang yang mereka miliki, seperti menawarkan program loyalitas dan bermitra dengan dealer mobil atau motor lokal yang dekat dengan mereka. Namun, studi ini juga mengidentifikasi kelemahan, seperti tingginya biaya tenaga kerja dan terbatasnya anggaran pemasaran yang ada, serta ancaman, seperti persaingan dari pendatang baru dan perubahan peraturan pemerintah. Berdasarkan temuan penelitian, penelitian memberikan rekomendasi bagi bengkel motor "Sahabat Motor" untuk meningkatkan strategi pemasaran dan meningkatkan kepuasan pelanggan.</p>
	<i>ABSTRACT</i>
<p><b>Keywords:</b> Marketing Strategy, Consumer Satisfaction, SWOT Analysis.</p>	<p><i>This research aims to analyze the marketing strategies used at the "Sahabat Motor" motorbike repair shop to increase their customer satisfaction. This analysis is based on the Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) framework, which is a tool widely used in strategic planning. The study found that motorbike workshops can increase their customer satisfaction by focusing on their strengths, such as providing high-quality service, maintaining courtesy to customers and keeping the workshop clean, organized and neat. They can also take advantage of the opportunities they have, such as offering loyalty programs and partnering with local car or motorcycle dealers close to them. However, the study also identified weaknesses, such as high labor costs and limited existing marketing budgets, as well as threats, such as competition from new entrants and changes in government regulations. Based on research findings, the research provides recommendations for the "Sahabat Motor" motorbike repair shop to improve marketing strategies and increase customer satisfaction.</i></p>

## **PENDAHULUAN**

Dalam lanskap industri otomotif yang dinamis, bengkel motor memainkan peran penting dalam memastikan kelancaran fungsi dan umur panjang kendaraan. Kepuasan pelanggan merupakan landasan keberhasilan dan keberlanjutan perusahaan perbaikan ini. Memahami dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif sangat penting bagi bengkel motor untuk tidak hanya menarik pelanggan baru tetapi juga mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Seiring dengan terus berkembangnya industri otomotif, bengkel motor menghadapi banyak sekali tantangan dan peluang. Dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal bengkel-bengkel tersebut, serta peluang dan ancaman eksternal di pasar, penelitian ini bertujuan untuk menawarkan rekomendasi praktis yang dapat memberdayakan bengkel motor untuk menyempurnakan strategi pemasaran mereka, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya berkembang dalam persaingan yang kompetitif.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendalami ranah strategi pemasaran yang dilakukan oleh bengkel motor dengan fokus khusus pada peningkatan kepuasan pelanggan. Dengan menganalisis strategi-strategi tersebut melalui kaca mata kerangka Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman (SWOT), penelitian ini berupaya memberikan wawasan berharga tentang bagaimana bengkel motor dapat mengoptimalkan upaya pemasarannya untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Melalui analisis komprehensif mengenai lanskap pemasaran di bengkel motor, penelitian ini berupaya untuk berkontribusi pada pengetahuan seputar praktik pemasaran strategis di sektor otomotif. Dengan menyoroti seluk-beluk strategi pemasaran yang dirancang untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, penelitian ini bertujuan untuk membekali pemilik dan manajer bengkel motor dengan wawasan yang dapat ditindaklanjuti yang dapat mendorong pertumbuhan berkelanjutan dan kesuksesan dalam industri ini.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Manajemen**

Manajemen adalah proses merencanakan, mengorganisir, mengarahkan, dan mengontrol sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Daft (2016), manajemen melibatkan pengambilan keputusan yang tepat, alokasi sumber daya yang efisien, dan pengembangan visi jangka panjang untuk memandu aktivitas organisasi.

### **Manajemen Pemasaran**

Menurut Shinta, Agustina Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisaikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi positif yang dibuat oleh pelanggan terhadap produk atau layanan yang diterima dalam konteks harapan mereka (Oliver, 1980). Hal ini berarti bahwa pelanggan merasa puas jika produk atau layanan yang mereka terima sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan mereka.

### **Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran adalah langkah-langkah yang diambil oleh sebuah organisasi untuk mempromosikan produk atau layanannya kepada pasar target. Dalam konteks bengkel motor, strategi pemasaran dapat meliputi pelayanan pelanggan, promosi, harga, dan distribusi.

## **Analisis SWOT**

Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang dihadapi oleh sebuah organisasi.

## **METODE**

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan pengelola bengkel motor. Data dianalisis menggunakan kerangka SWOT, yang merupakan alat yang banyak digunakan untuk perencanaan strategis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berikut Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh bengkel motor “Sahabat Motor”

### **1. Pelayanan Pelanggan**

Pelayanan pelanggan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler et al. (2017), pelayanan yang ramah, responsif, dan berkualitas dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Bengkel Motor "Sahabat Motor" dapat meningkatkan pelayanan pelanggannya dengan menyediakan mekanik yang terlatih dan berpengalaman serta menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat.

### **2. Promosi**

Promosi merupakan cara untuk menginformasikan dan mempengaruhi pelanggan tentang produk atau layanan yang ditawarkan. Menurut Armstrong dan Kotler (2016), promosi dapat dilakukan melalui berbagai saluran seperti iklan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Bengkel Motor "Sahabat Motor" dapat memanfaatkan media sosial dan iklan lokal untuk meningkatkan kesadaran pelanggan tentang layanan dan promosi yang mereka tawarkan.

### **3. Harga**

Penetapan harga yang tepat juga merupakan bagian penting dari strategi pemasaran. Menurut McCarthy (1960), harga tidak hanya mencerminkan nilai produk atau layanan, tetapi juga dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas. Bengkel Motor "Sahabat Motor" perlu melakukan penelitian pasar untuk menetapkan harga yang kompetitif namun tetap menguntungkan.

### **4. Distribusi**

Distribusi yang efisien juga penting untuk memastikan produk atau layanan dapat dengan mudah diakses oleh pelanggan. Menurut Jobber dan Ellis-Chadwick (2016), distribusi melibatkan pengelolaan rantai pasokan dan pemilihan saluran distribusi yang tepat. Bengkel Motor "Sahabat Motor" perlu memastikan bahwa suku cadang dan layanan mereka tersedia secara luas melalui mitra distribusi yang handal.

Berikut hasil yang didapatkan melalui analisis SWOT pada bengkel motor “Sahabat Motor” yang sudah berdiri sejak 2017.

## **Strenght (Kekuatan)**

### **1. Pelayanan Berkualitas:**

Bengkel motor yang memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi lebih berpeluang meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini mencakup penggunaan suku cadang asli, memiliki teknisi ahli, dan memberikan garansi atas layanannya

### **2. Lokakarya yang bersih dan Terorganisir**

Lokakarya yang bersih dan terorganisir dapat menciptakan kesan positif pada pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini termasuk menjaga

kebersihan bengkel tetap bersih dan rapi, memiliki sistem inventaris yang terorganisir dengan baik, dan menyediakan ruang tunggu yang nyaman bagi pelanggan

3. Kemudahan Akses

Lokasi strategis dan kemudahan akses bagi pelanggan dapat menjadi keunggulan kompetitif

**Weakness (Kelemahan)**

1. Biaya Tenaga Kerja Tinggi:

Biaya tenaga kerja tinggi merupakan pengeluaran yang signifikan bagi bengkel motor. Biaya ini dapat menurunkan margin keuntungan toko dan menyulitkan peningkatan kepuasan pelanggan.

2. Anggaran Pemasaran

Bengkel motor seringkali memiliki anggaran yang pemasaran yang terbatas. Sehingga sulit untuk mempromosikan layanannya dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

**Opportunity (Peluang)**

1. Peningkatan Kepemilikan Kendaraan

Pertumbuhan kepemilikan mobil dan kebutuhan perbaikan yang terus meningkat dapat menjadi peluang untuk meningkatkan pangsa pasar

2. Pengembangan Layanan Baru

Peluang untuk mengembangkan layanan baru seperti layanan perbaikan motor listrik

**Threats (Ancaman)**

1. Persaingan yang ketat

Persaingan yang tinggi dalam industri bengkel motor dapat mengakibatkan penurunan harga, dan penurunan margin keuntungan

2. Perubahan Teknologi

Perkembangan teknologi yang cepat dalam industri otomotif dapat menuntut investasi dalam peralatan baru

Berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut peneliti merekomendasikan bengkel motor “Sahabat Motor” untuk:

1. Fokus pada Pelayanan Berkualitas: Bengkel motor harus fokus pada penyediaan layanan berkualitas tinggi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Meningkatkan Upaya Pemasaran: Bengkel motor harus meningkatkan upaya pemasarannya untuk meningkatkan visibilitas dan menarik pelanggan baru.

3. Mengatasi Biaya Tenaga Kerja: Bengkel motor harus mengatasi biaya tenaga kerja mereka untuk meningkatkan margin keuntungan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Analisis SWOT mengungkapkan lingkungan bengkel motor yang kompleks dan dinamis. Kekuatan toko, seperti keahlian teknis sangat penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Namun kelemahannya, seperti biaya tenaga kerja yang tinggi dan anggaran pemasaran yang terbatas, memberikan tantangan yang signifikan bagi toko tersebut.

Peluang yang teridentifikasi, menghadirkan potensi pertumbuhan dan ekspansi yang signifikan. Namun, ancaman yang ada, seperti persaingan yang ketat, menimbulkan risiko yang signifikan terhadap profitabilitas dan keberlanjutan toko.

Diskusi ini menyoroti pentingnya pendekatan strategis untuk mengelola faktor SWOT. Bengkel motor “Sahabat Motor” harus memanfaatkan kekuatan mereka untuk membedakan

diri dari pesaing dan untuk menarik serta mempertahankan pelanggan. Mereka juga harus mengatasi kelemahan mereka untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing.

## KESIMPULAN

Dalam menghadapi dinamika industri bengkel motor, kesuksesan bisnis bengkel motor "Sahabat Motor" bergantung pada kemampuan untuk memanfaatkan kekuatan internal seperti kualitas layanan, sambil mengatasi tantangan seperti biaya tenaga kerja tinggi dan keterbatasan anggaran pemasaran. Dengan memanfaatkan peluang seperti peningkatan permintaan perbaikan kendaraan, serta mengantisipasi ancaman persaingan yang ketat dan perubahan teknologi, bengkel motor dapat merancang strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, memperluas pangsa pasar, dan mencapai kesuksesan jangka panjang di pasar yang kompetitif.

## REFERENSI

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2016). *Marketing: An Introduction*. Pearson Education Limited.
- Jobber, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). *Principles and Practice of Marketing*. McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- McCarthy, E. J. (1960). Basic marketing: A managerial approach. *Journal of Marketing*, 24(1), 71-72.
- Shinta, Agustina. *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press, 2011.
- Wijaya, Hartadi. "Penerapan strategi pemasaran di toko atiq homeklik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan metode analisis swot." *Journal of Industrial Engineering & Management Research* 3.6 (2022): 61-72
- Andini, Siska Fitri, and Minto Waluyo. "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Metode CSI dan Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran." *Juminten* 3.1 (2022): 73-84.
- Aini, Fadhilah Nuzul, Maya Purnama Sari, and Cecep Yandi. "Analisis SWOT Pengelolaan Digital Marketing pada Brand DIOR untuk Kepuasan Konsumen." *Jurnal Pendidikan Multimedia (Edsence)* 3.2 (2021): 103-110.
- Nugroho, Andika Bayu, and Didi Samanhudi. "Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual Dan Merancang Strategi Pemasaran Dengan Metode Swot Pada Restoran Xyz." *Juminten* 1.5 (2020): 13-24.
- Juwita, Ari. *Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Usaha Furniture di Some Renders Madiun*. Diss. IAIN Ponorogo, 2019.
- Firmansyah, Fani, and Kotijah Fadilah Abdilah. "Analisis SWOT dalam penentuan strategi pemasaran produk pembiayaan pada PT. Panin Bank Syariah, Tbk. kantor cabang Malang." *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 10.2 (2014): 77-96.
- Juret, Abdurrahman, Yanuar Pandu Negoro, and Hidayat Hidayat. "Analisis Kepuasan Pelanggan Produk Abon Ikan di UMKM Babonsenyum dengan Metode SERVQUAL dan SWOT." *Jurnal Serambi Engineering* 8.4 (2023).