

Penerapan Bauran Pemasaran 7P (*Product, Price, Promotion, Place, People, Physical Evidance and Process*) Pada Bengkel Juber AC mobil Sukabumi di Kabupaten Sukabumi

Mochammad Arief Firman Nurdin¹, Siti Anisa Lutfiah²

Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Sukabumi
Jl. Babakan Sirna 25 Kota Sukabumi, Jawa barat

Annisalutfiah73@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi penerapan bauran pemasaran 7P pada Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi melalui pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan untuk mengetahui sejauh mana implementasi bauran pemasaran tersebut telah dilakukan, mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam proses implementasi, serta mengusulkan solusi untuk meningkatkan efektivitas pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan bauran pemasaran 7P pada Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi sudah berlangsung dengan baik namun belum mencapai tingkat optimal. Beberapa konsep dari bauran pemasaran belum sepenuhnya diterapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Kendala-kendala yang diidentifikasi dalam penerapan bauran pemasaran 7P meliputi tantangan signifikan dalam setiap aspek pemasaran. Solusisolusi yang direkomendasikan meliputi perbaikan efisiensi operasional, peningkatan visibilitas layanan, dan peningkatan kenyamanan bagi pelanggan dan karyawan bengkel. Dengan menerapkan solusi ini, diharapkan Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi dapat mengatasi kendala-kendala yang ada dan meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan.

Kata kunci : bauran pemasaran, 7P

Abstract

This study aims to evaluate the implementation of the 7P marketing mix at Juber AC Automotive Workshop in Sukabumi using a qualitative descriptive approach. The research seeks to assess the extent to which the marketing mix has been implemented, identify challenges encountered during the implementation process, and propose solutions to enhance marketing effectiveness. The results indicate that the implementation of the 7P marketing mix at Juber AC Automotive Workshop in Sukabumi has been progressing well but has not yet reached optimal levels. Several concepts of the marketing mix have not been fully applied to improve service quality for customers. Challenges identified in the implementation of the 7P marketing mix include significant hurdles across various marketing aspects. Recommended solutions include improving operational efficiency, enhancing service visibility, and increasing customer and employee comfort at the workshop. Implementation of these solutions is expected to address existing challenges and improve overall service quality at Juber AC Automotive Workshop Sukabumi.

Keywords : 7P marketing mix

I. PENDAHULUAN

Perkembangan suatu kegiatan bisnis pada dunia usaha tidak dapat dihindari harus dapat mengikuti perkembangan pada saat ini

sesuai dengan kebutuhan pada era globalisasi. Dalam dunia usaha pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang penting

dan merupakan salah satu kegiatan inti dari perusahaan, tanpa kegiatan pemasaran maka perusahaan tidak dapat memberikan informasi yang jelas dan rinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan untuk konsumen atau pelanggan. Maka pada kondisi usaha tersebut, pemasaran berperan penting untuk mendukung peningkatan penjualan suatu usaha sehingga mencapai target penjualan. Kegiatan pemasaran dilakukan untuk menumbuhkan minat konsumen terhadap suatu produk dan jasa.

Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa reparasi dan perawatan pada AC kendaraan. Dalam praktiknya bengkel harus memiliki cara untuk mempromosikan dan memberitahukan secara luas kepada pelanggan agar mengetahui kualitas layanan perusahaan dalam bentuk pemasaran sehingga meningkatkan pendapatan perusahaan.

Pemasaran yang terjadi pada bengkel Juber AC Mobil Sukabumi sudah berjalan akan tetapi belum maksimal. Maka dari itu penerapan bauran pemasaran sangat penting bagi suatu perusahaan. Pemasaran berperan penting dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran juga menjadi semakin penting dalam rangka menghadapi pesaing yang dari waktu ke waktu semakin meningkat. Tujuan pemasaran dilakukan untuk mencapai suatu tujuan perusahaan yang berkelanjutan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Menurut William J. Stanton dalam Ramainim (2020:121) produk merupakan sekelompok atribut nyata dan tidak nyata, di dalamnya termasuk kemasan, warna, harga, mutu dan merek ditambah dengan pelayanan dan reputasi penjual di mana produk yang dihasilkan oleh konsumen harus benar benar berkualitas serta pelayanan yang baik sehingga produk menjadi sangat diminati oleh konsumen.

Menurut Ramainim (2020:122) menjelaskan unsur bauran pemasaran seperti produk, harga adalah elemen yang paling mudah diubah dan diadaptasikan dengan dinamika pasar. Ini terlihat jelas dari persaingan harga (perang diskon) yang kerap terjadi dalam industri ritel. Ini berbeda dengan kebijakan produk, distribusi dan promosi terintegrasi yang menuntut komitmen jangka panjang.

Menurut Firna dalam Ramainim Saragih (2020:15) Tempat adalah di mana usaha pendistribusian barang atau produk dilakukan yakni tempat usaha melakukan aktivitas operasional memproduksi barang ataupun jasa yang dioperasikan guna melayani konsumen.

Ramainim Saragih (2020:124) menyatakan promosi merupakan pemasaran yang umum dilakukan tenaga pemasaran untuk menarik dan memberikan informasi suatu produk kepada konsumen dan mendorong konsumen agar melakukan pembelian produknya.

Ramainim Saragih (2020:125) berpendapat bahwa orang (*people*) merupakan semua orang atau sumber daya manusia yang terlibat aktif dalam pelayanan dan mempengaruhi kepuasan bagi pelanggan dalam jangka panjang.

Menurut Ramainim (2020:126) proses (*process*) merupakan salah satu unsur mix marketing untuk usaha jasa yang cukup mendapat perhatian serius dalam mengembangkan ilmu pemasaran.

Ramainim (2020:128) menguraikan *physical evidence* (bukti fisik) yang menjadi parameter bauran pemasaran ada tiga, yaitu:

1. Fasilitas eksterior, meliputi: desain eksterior, *signane* (simbol, arah, petunjuk), parkir, pemandangan, dan lingkungan sekitarnya.
2. Fasilitas interior meliputi unsur-unsur desain interior, peralatan yang digunakan untuk melayani pelanggan secara langsung atau digunakan untuk menjalankan bisnis, *signane* (simbol, arah, petunjuk), tata letak, kualitas sirkulasi udara dan suhu.
3. *Tangibles other* (bukti fisik lainnya), yaitu seperti kartu nama, alat tulis pendukung proses, tagihan, laporan, penampilan karyawan, seragam dan brosur.

III. METODE PENELITIAN

Menurut Fenti Hikmawati (2020:88) Dalam penelitian deskriptif tidak diperlukan administrasi dan pengontrolan terhadap perlakuan. Penelitian deskriptif merupakan

penelitian bukan eksperimen, karena tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan “apa adanya” tentang sesuatu variabel, gejala, atau keadaan. Adapun sumber – sumber data yang digunakan yaitu:

1. Data Primer: Data primer dalam penelitian ini diperoleh peneliti langsung dari sumber informan dan wawancara dengan pihak Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi.
2. Data Sekunder Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku referensi, dan jurnal penelitian.

Menurut Arief Rachman, Dkk (2024:137) Metode kualitatif adalah pendekatan penelitian yang mendalam dan komprehensif untuk memahami dan menjelaskan fenomena dalam konteks alamiahnya. Berbeda dengan pendekatan kuantitatif yang lebih menekankan pada pengukuran angka dan statistik, metode kualitatif menekankan pada interpretasi, pemahaman konteks, dan makna subjektif.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam hasil penelitian penulis pelaksanaan pemasaran pada perusahaan bengkel Juber AC Mobil Sukabumi menerapkan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 7P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat atau distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*) untuk menjaga keberlangsungan dan kemajuan perusahaan.

4.1.1 Product (Product)

Produk yang dihasilkan bengkel Juber AC Mobil Sukabumi berupa pusat layanan jasa khusus yang menyediakan berbagai jenis layanan perawatan dan perbaikan sistem AC (*Air Conditioning*) mobil serta cuci steam untuk kendaraan. Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi berkomitmen untuk memberikan pelayanan berkualitas tinggi dengan menggunakan peralatan modern dan teknisi berpengalaman.

Tabel 4. 1 Daftar Jasa Yang Ditawarkan di Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi

No	Jasa yang ditawarkan	Jenis Jasa
1.	Reparasi AC Kendaraan	<ul style="list-style-type: none"> • Cuci Evaporator • Cuci <i>Blower</i> • <i>Cleaner Condensor</i> • Ganti Oli Kompresor • <i>Flushing Unit</i> • <i>Recovery</i> • Ganti Seal Oring • Ganti Silica • Ganti Espansi • <i>Vacum Unit</i> • <i>High Press</i> • Isi Freon <i>Single</i> • Isi Freon <i>Double</i>
2.	Cuci Stream Kendaraan	<ul style="list-style-type: none"> • Mobil Jenis Sedan • Mobil Jenis Minibus • Motor • Fooging Asap Mobil

Sumber: Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi

Pada tabel 4.1 Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi menawarkan beberapa produk utama jasa yang dapat memenuhi kebutuhan perawatan dan reparasi kendaraan pelanggan mereka. Terdapat dua jenis jasa yang ditawarkan adalah jasa reparasi AC kendaraan dan jasa cuci steam kendaraan.

4.1.2 Harga (Price)

Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi telah menentukan harga yang sesuai dengan jasa yang dihasilkan. Adapun harga jasa reparasi AC kendaraan dan cuci steam mobil tahun 2023 bengkel Juber AC Mobil Sukabumi:

Tabel 4. 2 Daftar Harga Jasa Service di Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi

No.	Jenis Service AC	Garansi	Harga
1.	Cuci Evaporator	3 Bulan	Rp. 350.000
2.	Cuci Blower	3 Bulan	Rp. 250.000
3.	<i>Cleaner Condensor</i>	3 Bulan	Rp. 250.000
4.	Ganti Oli <i>Compresor</i>	3 Bulan	Rp. 100.000
5.	<i>Flushing Unit</i>	3 Bulan	Rp. 650.000
6.	<i>Recovery</i>	3 Bulan	Rp. 650.000
7.	Ganti Seal Oring	3 Bulan	Rp. 75.000
8.	Ganti Silica	3 Bulan	Rp. 200.000
9.	Ganti Espansi	3 Bulan	Rp. 350.000
10.	<i>Vacum Unit</i>	3 Bulan	Rp. 125.000
11.	<i>High Press</i>	3 Bulan	Rp. 125.000
12.	Isi Freon <i>Single</i>	3 Bulan	Rp. 250.000
13.	Isi Freon <i>Double</i>	3 Bulan	Rp. 500.000

Sumber: Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik bengkel Juber AC Mobil Sukabumi, pada tabel 4.2 dijelaskan bahwa harga tersebut merupakan harga umum yang diberikan pihak bengkel untuk satu jenis *service* saja, namun harga tersebut dapat berubah karena pihak bengkel perlu melakukan pengecekan terlebih dahulu

kondisi kendaraan untuk mengetahui seluruh kerusakan yang terjadi pada suatu kendaraan.

Harga akan ditentukan kepada pelanggan setelah kerusakan sudah terdeteksi oleh pihak bengkel, hal tersebut guna memastikan harga sesuai dengan kebutuhan pelanggan untuk merawat kendaraanya. Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi menetapkan harga berdasarkan jenis layanan yang ditawarkan dan jenis kendaraan yang diperbaiki. Harga dihitung berdasarkan biaya tenaga kerja, biaya bahan, garansi dan biaya *overhead*, lainnya.

Tabel 4. 1 Daftar Harga Cuci Steam Kendaraan di Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi

No	Jenis Kendaraan	Harga
1.	Mobil Jenis Sedan	Rp. 45.000
2.	Mobil Jenis Minibus	Rp. 50.000
3.	Motor	Rp. 15.000
4.	<i>Fogging</i> Asap Mobil	Rp. 125.000

Sumber: Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi

Berdasarkan tabel 4.3 pada harga cuci steam mobil, pemilik menjelaskan bahwa harga pada tabel merupakan harga yang sudah ditetapkan sesuai dengan jenis mobil yang akan dibersihkan. Seluruh harga sudah termasuk pembersihan eksterior dan interior kendaraan sehingga pelanggan menerima kendaraan dengan kondisi bersih kembali. Harga yang diberikan sesuai dengan visi dan misi perusahaan sesuai dengan pelayanan yang berkualitas, jujur dan transparansi kepada pelanggan.

4.1.3 Tempat (*Place*)

Kegiatan usaha bengkel Juber AC Mobil Sukabumi yang lokasinya berada di

Jalan Raya Cibolang Km. 7 No. 56 B, Cimahi, Kec. Cicantayan, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat 43154. Lokasi ini merupakan lokasi yang paling strategis karena lokasi bengkel Juber AC Mobil Sukabumi di pinggir jalan Nasional III Kabupaten Sukabumi dan dekat persimpangan dengan jalan utama Lingkar Selatan, membuatnya mudah diakses oleh pelanggan potensial dari Jakarta dan sekitarnya. Selain itu, lokasi bengkel akan semakin strategis karena beberapa tahun ke depan bengkel Juber AC Mobil Sukabumi akan berada dekat dengan pintu masuk dan keluar Tol BOCIMI.

4.1.4 Promosi (*Promotion*)

Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi melakukan beberapa kegiatan promosi sebagai berikut:

1. Promosi *offline*

Upaya promosi *offline* yang dijalankan bengkel Juber AC Mobil Sukabumi untuk menarik pelanggan dengan melakukan promosi secara fisik. Misalnya, memasang plang atau spanduk nama bengkel secara jelas, membagikan kartu nama kepada pelanggan. Usaha promosi pemasaran pun dilakukan dari mulut ke mulut atau *word of mouth (WOM)* sebagai bentuk mengajak pelanggan untuk mempromosikan, menganjurkan dan merekomendasikan produk jasa bengkel Juber AC Mobil Sukabumi.

2. Promosi *Online*

Berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi saat ini dimanfaatkan

sebagai wadah untuk mempromosikan bengkel Juber AC Mobil Sukabumi. Media sosial yang digunakan bengkel Juber AC Mobil Sukabumi seperti *whatsapp*, *facebook*, *instagram* dan *tiktok*. Namun menurut hasil observasi penulis, promosi yang dilakukan oleh pihak bengkel melalui sosial media belum dilakukan secara baik karena pemilik bengkel masih mempelajari pemasaran digital sehingga belum memfokuskan kegiatan pemasaran melalui media sosial.

4.1.5 Orang (*People*)

Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi mempekerjakan sumber daya manusia pada pembagian kerja yang sesuai dengan keahliannya, berpengalaman dalam bidang otomotif kendaraan, bisa menangani masalah dan membantu mengerjakan reparasi AC dan cuci steam kendaraan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan bengkel. Seluruh karyawan harus mengikuti SOP perusahaan yang berlaku seperti menerapkan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, Santun), karyawan juga memberikan edukasi kepada pelanggan tentang bagaimana cara merawat dan memelihara sistem AC kendaraan dan cara membersihkan kendaraan guna memberikan rasa kepercayaan dan kenyamanan terhadap pelanggan.

4.1.6 Proses (*Process*)

Bengkel Juber AC Sukabumi menerapkan proses mencakup pelayanan yang diberikan kepada pelanggan hingga proses transaksi antara perusahaan dan pelanggan yang diuraikan sebagai berikut:

1. Pelanggan datang langsung ke bengkel Juber AC Mobil yang berlokasi di Jalan Raya Cibolang Km. 7 No. 56 B, Cimahi, Kec. Cicantayan, Kabupaten Sukabumi untuk konsultasi kepada pihak bengkel.
2. Montir akan membantu mengecek terlebih dahulu untuk mendiagnosa awal penyebab kerusakan pada sistem AC kendaraan pelanggan.
3. Jika terdeteksi ada kerusakan mesin AC, montir akan memberikan informasi bahwa perlu melakukan penggantian *spare part* yang rusak.
4. Selain *service* AC kendaraan, proses pada *cuci steam mobil* pun tidak jauh beda. Konsumen datang membawa kendaraannya yang akan dibersihkan, kemudian *detailer mobil* akan memindahkan mobil ke mesin hidrolis untuk selanjutnya mobil akan dibersihkan secara keseluruhan.
5. Kemudian setelah keluhan pelanggan telah teratasi dengan baik selanjutnya pada proses pembayaran atau transaksi.

4.1.7 Lingkungan Fisik (*Physical Evidance*)

Jadi lingkungan fisik yang menjadi parameter bauran pemasaran bengkel Juber AC Mobil Sukabumi adalah sebagai berikut

1. Fasilitas eksterior, meliputi: desain eksterior bengkel juber AC Mobil Sukabumi berupa model bangunan industrial yang mempresentasikan dengan jelas sebuah bengkel. *signage* (simbol, arah, petunjuk) bengkel juber AC Mobil Sukabumi sudah cukup baik, tampak dari luar bengkel

- mencantumkan papan nama perusahaan, *banner* berupa informasi produk jasa yang ditawarkan.
2. Fasilitas interior meliputi sarana dan prasarana yang diberikan bengkel Juber AC Mobil Sukabumi dengan menyediakan ruang tunggu terbuka dengan beberapa kursi, sarana lainnya adalah akses internet gratis bagi pelanggan serta disediakan air mineral secara gratis untuk pelanggan yang menunggu saat kendaraan diperbaiki dan dibersihkan.
 3. *Tangibles other* (bukti fisik lainnya), bengkel juber AC Mobil Sukabumi sudah menyediakan kartu nama resmi, bengkel Juber AC Mobil Sukabumi juga sudah memiliki alat dan mesin modern, seperti alat *flushing* buatan Jerman. Hal ini menunjukkan komitmen terhadap kualitas dan efisiensi layanan yang diberikan
 4. *Service*, pengalaman langsung pelanggan terlihat pada interaksi fisik pelanggan dengan pelayanan di bengkel, tgermasuk melihat proses perbaikan secara langsung demi meningkatkan transparansi dan kepercayaan pelanggan terhadap proses dan hasil pelayanan.

4.1.8 Konsep Bauran Pemasaran Yang Sudah Dijalankan

1. Buaran Produk Dengan Buran Proses
Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi menerapkan konsep bauran produk dengan bauran proses. Hal ini dibuktikan dengan Implementasi bauran produk dan

bauran proses di bengkel Juber AC Mobil Sukabumi melibatkan penyediaan layanan berkualitas tinggi, penggunaan peralatan modern dan penerapan prosedur operasional yang efisien. Dengan mengelola kedua aspek ini secara efektif, bengkel Juber AC Mobil Sukabumi memastikan pengalaman pelanggan yang positif, meningkatnya kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta membangun reputasi yang kuat.

2. Bauran Harga dengan Bauran Promosi
Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi telah menerapkan kombinasi bauran harga dengan bauran promosi. Hal ini dibuktikan implementasi bauran harga dan bauran promosi yang efektif di bengkel Juber AC Mobil Sukabumi melibatkan strategi harga yang kompetitif dan terstruktur.
3. Bauran Tempat dengan Bauran Lingkungan Fisik
Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi menerapkan konsep bauran tempat dengan bauran lingkungan fisik, kedua aspek ini saling berkaitan dan mendukung satu sama lain. Hal ini dibuktikan dengan lokasi keberadaan bengkel terletak di pinggir jalan nasioanl III Kabupaten Sukabumi, berdekatan dengan pintu masuk jalur Lingkar Selatan, merupakan area bengkel yang strategis dengan akses yang mudah sehingga tidak sulit menemukan lokasi bengkel. menemukan lokasi, serta memastikan akses yang mudah bagi kendaraan.

4. Bauran Orang dengan Bauran Proses Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi menerapkan dua aspek bauran orang dengan bauran proses. Hal ini dibuktikan dengan iteraksi yang terjadi antara bauran Orang dengan Proses, sumber daya manusia yang meliputi karyawan yang terlatih dengan baik dan memahami prosedur proses yang efisien akan dapat memberikan pelayanan yang lebih kepada pelanggan.

4.2 Kendala Bauran Pemasaran Pada Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi

Adapun kendala yang dihadapi oleh bengkel Juber AC Mobil Sukabumi pada setiap aspek bauran pemasaran yang diterapkan sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)
Produk jasa yang ditawarkan oleh bengkel Juber AC Mobil Sukabumi hanya reparasi spesialis AC kendaraan dan cuci *steam* mobil. Tidak adanya daftar produk jasa yang menarik perhatian pelanggan sehingga pelanggan tidak mengetahui lebih banyak pelayanan apa saja yang ditawarkan.
2. Harga (*Price*)
Bengkel Juber AC Sukabumi pada *service* reparasi AC kendaraan tidak bisa memberikan harga awal karena harga ditentukan tergantung kondisi kerusakan kendaraan. Pelanggan terkadang memberi penawaran harga yang rendah padahal sudah diberikan potongan harga.

3. Tempat (*Place*)

Tidak jauh dari lokasi bengkel Juber AC Mobil Sukabumi dengan jarak kurang lebih 140 meter dari bengkel terdapat pesaing baru yang membuka cabang baru perusahaan bengkel yang sama. Tak jarang pelanggan dari arah Jakarta – Sukabumi lebih memilih bengkel yang lebih dekat.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi yang dilakukan oleh bengkel Juber AC Mobil Sukabumi melalui media sosial terbilang kurang aktif, tidak adanya *website* resmi untuk informasi seputar bengkel sehingga pelanggan tidak mengetahui informasi jasa apa saja yang ditawarkan di bengkel Juber AC Mobil Sukabumi. Promosi seperti harga paket khusus juga belum diterapkan oleh bengkel Juber AC Mobil Sukabumi.

5. Orang (*People*)

Karyawan bengkel Juber AC Mobil hanya berjumlah 6 orang, sehingga terkadang mengalami terhambatnya pekerjaan ketika banyak kendaraan yang ingin diperbaiki atau dibersihkan. Tidak adanya pelatihan rutin secara khusus bagi karyawan.

6. Proses (*Process*)

Dalam menjalankan proses pelayanan jasa bengkel Juber AC Mobil Sukabumi terkadang mengalami kendala ketika pelanggan membutuhkan penggantian baru sistem AC tertentu tetapi kebutuhan

tersebut tidak terpenuhi karena stok habis.

7. Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*) Akibat dari desain bengkel yang industrial dengan rangka baja, sehingga hawa di bengkel pada saat siang hari terasa panas karena struktur bangunan dibangun menggunakan rangka baja. Karyawan bengkel Juber AC Mobil Sukabumi tidak memakai seragam resmi perusahaan yang menjadi identitas pada kerapihan berpakaian.

4.3 Solusi Dalam Mengatasi Kendala Pada bengkel Juber AC Mobil Sukabumi

Adapun solusi yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Produk (*Product*)

Solusi yang dilakukan oleh bengkel Juber AC Mobil Sukabumi pada Produk jasa yang ditawarkan adalah perlu memberikan informasi terkait jasa apa saja yang ditawarkan secara langsung kepada pelanggan dan melalui media sosial.

2. Harga (*Price*)

Harga yang diberikan bengkel Juber AC Mobil Sukabumi sudah sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan dan tingkat kesulitan kendaraan pada kendaraan.

3. Tempat (*Place*)

Solusi yang dikerjakan adalah memberikan tanda papan nama dengan jelas dan mencolok agar pelanggan dapat melihat lokasi bengkel dengan jelas.

4. Promosi (*Promotion*)

Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi sudah berusaha melakukan *follow up* melalui media sosial status *whatsapp* terkait promosi harga yang akan diberikan.

5. Orang (*People*)

Seluruh Karyawan Bengkel Juber AC Mobil Sukabumi saling bekerja sama membantu jika ada banyak pelanggan yang datang baik *service* maupun cuci steam mobil.

6. Proses (*Process*)

Solusi yang telah dilakukan adalah menambah stok sistem AC sesuai dengan permintaan pasar, pengecekan secara berkala persediaan stok agar tidak mengakibatkan kembali kehabisan stok.

7. Lingkungan Fisik (*Physical Evidence*) Solusi dilakukan pihak bengkel adalah memberikan fasilitas tambahan seperti gratis air mineral dan internet gratis untuk menghilangkan rasa jenuh dan haus pelanggan.

V. KESIMPULAN

Pertama penerapan bauran pemasaran 7P pada bengkel Juber AC Mobil Sukabumi sudah berjalan dengan baik tetapi belum maksimal, ada beberapa konsep bauran pemasaran yang belum diterapkan untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.

Kedua kendala yang dihadapi dalam penerapan bauran pemasaran 7P pada bengkel Juber AC Mobil, menghadapi

beberapa tantangan yang signifikan dalam menerapkan bauran pemasaran.

Ketiga solusi-solusi yang dapat dilakukan oleh bengkel Juber AC Mobil Sukabumi untuk mengatasi kendala-kendala yang telah diidentifikasi. Maka dengan menerapkan solusi-solusi tersebut diharapkan bengkel Juber AC Mobil Sukabumi dapat mengatasi kendala-kendala yang ada.

SARAN

Berikut adalah saran yang dapat disampaikan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran dan mengatasi kendala-kendala yang teridentifikasi:

1. Menawarkan promo paket perawatan atau *bundling* dan layanan tambahan seperti detailing kendaraan.
2. Meskipun bengkel sudah menggunakan berbagai strategi promosi *offline* dan *online*, ini bisa dilakukan dengan lebih aktif memperbarui konten di media sosial, membuat *website* resmi, merespons ulasan pelanggan, dan memperluas jangkauan promosi *online* mereka melalui iklan digital atau kerja sama dengan platform otomotif *online*.
3. Karyawan yang terlatih dengan baik merupakan aset penting. Selain meningkatkan kerjasama di antara karyawan untuk mengatasi lonjakan pelanggan, juga perlu dipertimbangkan pelatihan lanjutan dalam *customer service* dan teknis otomotif.
4. Pihak bengkel perlu membuat ruang tunggu tertutup dengan fasilitas AC di

dalamnya sehingga pelanggan yang menunggu merasa lebih nyaman. Serta penggunaan seragam resmi oleh karyawan juga perlu ditekankan untuk menciptakan kesan yang konsisten dan profesional kepada pelanggan.

REFERENSI

- [1] Afifah, Hana and Dkk. Buku Ajar Pemasaran Jasa. Purwokerto: Tiga Cakrawal, 2023.
- [2] Arief, Mochamad and Anindya Farah. "Bauran Pemasaran Pada Nopulos Distro Kota Sukabumi." SEMNASTERA (Seminar Nasional Teknologi dan Riset Terapan) (2023): 228.
- [3] Barori, Sofan. "Perancangan Sistem Pencarian Bengkel Kendaraan Bermotor." Teknologi Pintar (2022): 3.
- [4] Fatihudin, Didin, Anang. Pemasaran Jasa. Surabaya: Deepublish, 2019.
- [5] Hasan, Syahril and Dkk. Pengantar Manajemen. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- [6] Hikmawati, Fenti. Metodologi Penelitian. Depok: Rajawali Press, 2020.
- [7] Indrasari, Meithia. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- [8] Ismanto, Juli. Manajemen Pemasaran. Tangerang Selatan: UNPAM PRESS, 2020.
- [9] Lobisa, Reinaldo Aryasatya and Stephanus Evert Indrawan. "PERANCANGAN BENGKEL SPOORING DAN BALANCING OLEH ARCHIMONO DENGAN PENDEKATAN GREEN DESIGN." Kreasi Volume 8 (2023): 111-112.

- [10] Rachman, Arief and Dkk. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Karawang: CV Saba Jaya Publisher, 2024.
- [11] Raqib, Muhammad, Romainim Saragih and Dkk. STRATEGI PEMASARAN BISNIS. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.

