

**STRATEGI PEMASARAN DEALER BELLMONDO DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN SEPEDA MOTOR
YAMAHA G – ULTIMA 125**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**AFRI RIVALDO
NPM 062330601284**

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PELEMBANG
2026**

**STRATEGI PEMASARAN DEALER BELLMONDO
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN SEPEDA MOTOR
YAMAHA G – ULTIMA 125**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**AFRI RIVALDO
NPM 062330601284**

Menyetujui,

**Palembang, 2026
Pembimbing II**

Pembimbing I

**Mariskha Z, S.E., M.M.
NIP 197805192006042001**

**Rizal Afif A. Napitupulu, M.S.M
NIP 199209122022031005**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Dr. Sari L. Z. Ridho, S.E., M.Ec., CHE
NIP 197705212006042001**

**Kordinator Program Studi
D.III Administrasi Bisnis**

**Dwi Riana, S.E., M.AB., CFA.
NIP 199010202022032010**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afri Rivaldo
NPM : 062330601284
Juruan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Strategi Pemasaran Dealer Bellmondo Dalam
Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Yamaha
G-Ultima 125

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak yang berkepentingan

Palembang, 20 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,



Afri Rivaldo
NPM 062330601284

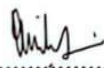
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Afri Rivaldo
NPM : 062330601284
Juruan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Strategi Pemasaran Dealer Bellmondo Dalam
Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor
Yamaha G-Ultima 125

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jum'at
Tanggal : 24 Juli 2026

TIM PENGUJI

NO	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Manzkhah, Z. SE</u>		<u>24/2026</u> <u>07</u>
	Ketua Penguji		
2.	<u>Dr. Mariana Lupikawati, S.E.MA</u>		<u>24/2026</u> <u>07</u>
	Anggota penguji		
3.	<u>Claudya Nurrahaya, S.E.M.M.</u>		<u>24/2026</u> <u>07</u>
	Anggota penguji		
4.	<u>Ilham prawidi Sakti, M. Psi.T.</u>		<u>24/2026</u> <u>07</u>
	Anggota penguji		

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar. Keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha (BJ Habibie, 11.2019)

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara-saudara ku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas 6 NA 2026**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

uji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal laporan akhir yang berjudul "Strategi Pemasaran Dealer Bellmondo dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Yamaha G – Ultima 125" tepat pada waktunya.

Proposal laporan akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya. Dalam proses penyusunan draf ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran.

Palembang, 20 Juni 2026

Penulis,

Afri Rivaldo

NPM 062330601284

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, penulis banyak sekali mendapat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.A.B., selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Marizkha Z, S.E., M.M. selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, serta curahan ilmu yang sangat berharga bagi penulis selama penyusunan laporan ini.
6. Bapak Rizal Afif A. Napitupulu, M.S.M, selaku Pembimbing II yang telah memberikan saran, masukan, serta koreksi demi kesempurnaan laporan akhir ini.
7. Bapak/Ibu Pimpinan Dealer Bellmondo, yang telah memberikan izin penelitian serta bantuan data yang diperlukan oleh penulis selama melakukan riset.
8. Seluruh Karyawan Dealer Bellmondo, khususnya bagian pemasaran yang telah membantu dan bekerja sama dengan baik selama penulis melakukan penelitian di lapangan.
9. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya, yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
10. Kedua Orang Tua Tercinta dan Keluarga, yang selalu memberikan dukungan doa, kasih sayang, motivasi, serta bantuan material yang tidak terhingga sebagai penyemangat utama bagi penulis.

11. Rekan-rekan Mahasiswa Administrasi Bisnis Angkatan 2023, yang telah berjuang bersama dan memberikan semangat dalam suka maupun duka selama menempuh pendidikan.

Semoga bantuan dan kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak mendapatkan balasan yang melimpah dari Tuhan Yang Maha Esa. Akhir kata, penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Palembang, 20 Juni 2026

Penulis,

Afri Rivaldo

NPM 062330601284

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan Dealer Bellmondo Palembang dalam meningkatkan penjualan sepeda motor Yamaha G-Ultima 125. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh terjadinya penurunan penjualan Yamaha G-Ultima 125 yang disebabkan oleh meningkatnya persaingan dengan produk sejenis, perubahan daya beli masyarakat, serta banyaknya alternatif pilihan sepeda motor matic yang memiliki karakteristik hampir sama. Kondisi tersebut mendorong Dealer Bellmondo untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar mampu meningkatkan minat beli konsumen dan mencapai target penjualan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari Kepala Cabang, Koordinator Marketing, dua orang Salesman, serta dua orang konsumen yang pernah membeli Yamaha G-Ultima 125. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan Dealer Bellmondo mengacu pada bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi, dan tempat. Pada aspek produk, dealer menonjolkan kualitas, desain modern, serta efisiensi bahan bakar Yamaha G-Ultima 125. Pada aspek harga, dealer menawarkan harga yang kompetitif disertai program kredit dan uang muka yang terjangkau. Pada aspek promosi, dealer memanfaatkan media sosial, brosur, banner, pameran, serta pemasaran langsung oleh salesman. Sementara itu, pada aspek tempat, dealer memiliki lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Penerapan strategi tersebut menunjukkan hasil yang positif, ditandai dengan peningkatan penjualan dari 16 unit (80% dari target) pada bulan April menjadi 23 unit (115% dari target) pada bulan Mei 2026. Dengan demikian, strategi pemasaran yang diterapkan Dealer Bellmondo mampu meningkatkan minat beli konsumen dan memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan Yamaha G-Ultima 125.

Kata Kunci: *Strategi, Pemasaran, Penjualan, Dealer Bellmondo, Yamaha G-Ultima 125.*

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze the marketing strategies implemented by Bellmondo Dealer Palembang to increase the sales of the Yamaha G-Ultima 125 motorcycle. The study was motivated by the decline in Yamaha G-Ultima 125 sales, which was caused by increasing competition from similar products, changes in consumers' purchasing power, and the availability of various automatic motorcycles with similar characteristics. These conditions encouraged Bellmondo Dealer to implement appropriate marketing strategies in order to increase consumer purchase intention and achieve the sales targets. This research employed a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation. The research informants consisted of the Branch Manager, Marketing Coordinator, two Salespersons, and two consumers who had purchased the Yamaha G-Ultima 125. Data were analyzed using the interactive analysis model developed by Miles and Huberman, which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing and verification. The results indicate that the marketing strategies implemented by Bellmondo Dealer are based on the marketing mix, consisting of product, price, promotion, and place. In terms of the product strategy, the dealer emphasizes the motorcycle's quality, modern design, and fuel efficiency. Regarding pricing, the dealer offers competitive prices supported by affordable credit schemes and down payment options. For promotion, the dealer utilizes social media, brochures, banners, exhibitions, and direct selling conducted by salespersons. Meanwhile, the place strategy focuses on the dealer's strategic location, which is easily accessible to consumers. The implementation of these marketing strategies produced positive results, as reflected in the increase in sales from 16 units (80% of the sales target) in April to 23 units (115% of the sales target) in May 2026. Therefore, the marketing strategies implemented by Bellmondo Dealer successfully increased consumer purchase intention and had a positive impact on the sales performance of the Yamaha G-Ultima 125.

Keywords: Marketing Strategy, Sales, Bellmondo Dealer, Yamaha G-Ultima 125

DAFTAR ISI

Halaman:

SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	II
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMAKASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Ruang lingkup	5
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Tujuan Penelitian	5
1.4.2. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1. Pengertian Strategi	7
2.1.1 Strategi Pemasaran	8
2.1.2 Bauran Pemasaran	8
2.1.3. Faktor Yang Mempengaruhi Strategi Pemasaran	9
2.1.4. Indikator strategi pemasaran	10
BAB III METODE PENELITIAN	11
3.1. Profil Dealer Bellmondo	11
3.1.1. Visi, Misi dan Tujuan Dealer Bellmondo	12
3.1.2. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	12

3.1.3. Aktifitas Objek Dealer Bellmondo	14
3.2. Metode Penelitian	15
3.2.1. Pendekatan penelitian	15
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data	17
3.2.3. Keyinforman	18
3.2.4. Pengolahan data	18
BAB IV HASIL DAN PEMABAHASAN	20
4.1. Hasil Penelitian	20
4.1.1. Triangulasi Sumber Data	20
4.1.2. Triangulasi Teknik Pengumpulan Data	23
4.2. Pembahasan	29
4.2.1. Strategi Pemasaran yang Diterapkan Dealer Bellmondo	29
4.2.2. Evaluasi Hasil Penerapan Strategi Pemasaran	32
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	36
5.1. Kesimpulan	36
5.2. Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	38

DAFTAR TABEL

Halaman:

Tabel 1.1 Data Tiga Tipe Motor Yamaha	2
Tabel 1.1 Data Penjualan Yamaha G-Ulitma 125	3
Tabel 2.1 Indikator Strategi Pemasaran	10
Tabel 3.1 Kayinforman Strategi Pemasaran Dealer Bellmondo	18
Tabel 4.1 Triangulasi Sumber Data	20
Tabel 4.2 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data	24
Tabel 4.3 <i>Price List</i> Penjualan Kredit Yamaha G – Ultima 125	30
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Evaluasi Data Penjualan	33
Tabel 4.3 Penjualan Yamaha G-Ultima 125 Bulan April Dan Mei 2026	3

