

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 D

