

WIKARA

WIKARA NATIONAL ECONOMIC AND SOCIAL RESEARCH DEVELOPMENT

Laman Jurnal: ejournal.stie-wikara.ac.id

ISSN : 2721-8120 (p) ,2797-3247 (e)

ANALISIS SISTEM PENJUALAN MOTOR BEKAS DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI MASYARAKAT PADA SHOWROOM DWI MOTOR PURWAKARTA**Ferdiansyah Tri Efendi¹, Dinda Amalia^{2*}**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wibawa Karta Raharja^{1,2}, Indonesia, Jawa BaratEmail: dinda.amalia@stie-wikara.ac.id

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Artikel History:</p> <p>Received:</p> <p>Revised:</p> <p>Published:</p>	<p><i>This study aims to analyze the used motorcycle sales system in increasing public buying interest at the Dwi Motor Showroom in Purwakarta. Sales activities play a crucial role in supporting business sustainability, particularly for trading companies whose primary source of revenue comes from sales transactions. An effective sales system is needed to attract consumers and improve purchasing decisions, especially in the highly competitive used motorcycle market. This research applies a qualitative descriptive method with data collected through interviews and direct observations at the research location. The informants consist of showroom owners, marketing staff, and consumers who have conducted purchase transactions. Data analysis techniques include data reduction, data presentation, and conclusion drawing or verification. The results of the study show that the sales system implemented at the Dwi Motor Showroom consists of two main mechanisms, namely cash sales and credit sales. Cash sales require consumers to fully pay the motorcycle price before the vehicle is handed over, while credit sales involve cooperation with third-party leasing institutions such as WOM Finance, OTO Finance, Adira Finance, and FIF. In the credit sales system, consumers submit purchase applications that are then evaluated through a survey process conducted by the leasing company. The findings indicate that most consumers prefer the credit sales system due to lighter initial financial burdens and more flexible payment schemes. However, challenges are also identified, including price negotiations in cash sales and administrative processes in credit sales. Overall, the credit sales system is proven to be more effective in increasing consumer buying interest and sales volume at the Dwi Motor Showroom.</i></p>
<p>Keywords:</p> <p><i>Sales System, Buying Interest, Used Motorcycle, Credit Sales</i></p>	
INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Riwayat Artikel:</p> <p>Diterima :</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem penjualan motor bekas dalam meningkatkan minat beli masyarakat pada Showroom Dwi Motor Purwakarta. Kegiatan penjualan</p>

WIKARA

WIKARA NATIONAL ECONOMIC AND SOCIAL RESEARCH DEVELOPMENT

Laman Jurnal: ejournal.stie-wikara.ac.id

ISSN : 2721-8120 (p) ,2797-3247 (e)

Direvisi:

Dipublikasikan :

Kata kunci:

Sistem Penjualan, Minat Beli,
Motor Bekas, Penjualan Kredit

merupakan faktor utama dalam menunjang keberlangsungan usaha, khususnya pada perusahaan dagang yang sumber pendapatannya berasal dari transaksi penjualan. Sistem penjualan yang efektif sangat diperlukan untuk menarik minat konsumen dan mendorong keputusan pembelian, terutama dalam persaingan bisnis motor bekas yang semakin ketat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi langsung di lokasi penelitian. Informan penelitian terdiri dari pemilik showroom, bagian pemasaran, dan konsumen yang telah melakukan transaksi pembelian. Teknik analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem penjualan yang diterapkan di Showroom Dwi Motor terbagi menjadi dua, yaitu sistem penjualan tunai dan sistem penjualan kredit. Pada penjualan tunai, konsumen diwajibkan melunasi harga motor sebelum kendaraan diserahkan. Sementara itu, penjualan kredit dilakukan melalui kerja sama dengan lembaga pembiayaan pihak ketiga seperti WOM Finance, OTO Finance, Adira Finance, dan FIF, dengan proses pengajuan dan survei kelayakan konsumen. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sistem penjualan kredit lebih diminati oleh konsumen karena tidak memerlukan pembayaran dalam jumlah besar secara langsung. Dengan demikian, sistem penjualan kredit dinilai lebih efektif dalam meningkatkan minat beli masyarakat pada Showroom Dwi Motor Purwakarta.

PENDAHULUAN

Kegiatan utama pada suatu perusahaan dalam menunjang kelangsungan hidupnya atau memperoleh laba yang bisa dicapai melalui kegiatan penjualan. Tujuan utamanya dapat dicapai jika penjualan maksimal dan dapat berjalan dengan baik karena keberhasilan dan kesuksesan suatu perusahaan bisa dinilai dari kemampuannya dalam menarik minat konsumen untuk membeli sehingga bisa menghasilkan laba. Setiap bisnis baik jenis usaha besar atau kecil pasti membutuhkan system penjualan yang bagus, meskipun kapasitas dan kualitasnya memiliki karakteristik yang berbeda atau sama lain. Banyak sekali analogi yang bisa menggambarkan bagaimana mekanisme system penjualan dengan beberapa unsur pokok. Hanya saja yang paling yang paling menentukan hasil penjualan adalah kualitas traffic yang dihasilkan serta kualitas inovasi produk itu sendiri dalam memenuhi selera pasar yang dinamis. Selain itu konsep dalam mengemas penjualan produk dengan step pemasaran yang tepat dengan statistik yang akurat akan lebih memberikan manfaat dengan simbiosis mutualisme.

Dalam sebuah perusahaan maupun perusahaan dagang proses penjualan sangatlah berperan penting bagi perusahaan karena sumber utama pendapatan perusahaan berasal dari penjualan, penjualan dalam suatu perusahaan terdiri dari dua cara, penjualan tunai dan penjualan kredit. Penjualan secara tunai umumnya digunakan untuk penjualan yang berhubungan dengan nilai yang relative kecil sedangkan penjualan secara kredit biasanya untuk barang-barang yang menyangkut nilai besar dan memiliki jangka waktu tertentu. Menurut (Abdullah dan Tantri, 2016) Penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran. Kegiatan penjualan dapat dilaksanakan dengan baik jika didukung oleh sistem penjualan yang memadai. Sistem informasi yang memadai ini akan menghasilkan informasi-informasi penting yang diperlukan oleh pimpinan dalam mengambil keputusan yang tepat bagi kemajuan organisasinya. System informasi pada suatu perusahaan merupakan suatu alat yang membantu kelancaran tugas dan cara yang mudah dalam berkoordinasi antar bagian yang ada, karena system informasi akan membantu dalam mengawasi kegiatan perusahaan. (Wiratna, 2015) Sistem informasi akuntansi penjualan tunai merupakan system yang diberlakukan oleh perusahaan dalam menjual barang dengan cara mewajibkan membeli untuk melakukan pembayaran harga terlebih dahulu sebelum barang diserahkan ke pembeli, setelah pembeli melakukan pembayaran, baru barang akan diserahkan, kemudian transaksi penjualan dicatat. Sistem penjualan merupakan serangkaian metode penjualan produk barang maupun jasa yang saling berhubungan secara multiplier dan sistematis untuk menghasilkan customer baru maupun mengkoordinir pelanggan lama secara berkesinambungan dan dinamis. Baik itu dikelola secara manual bahkan tanpa dimanage lagi sekali pun, semua akan berjalan teratur dan menghasilkan kontinuitas yang tinggi dan kian meningkat. Semakin kreatif

mengembangkan system cara meningkatkan penjualan produk maka akan semakin dinamis, tanpa akan dikembangkan sekalipun kalau system sudah fix, pun tetap berjalan dan mudah diikuti dan dikembangkan generasi penerusnya (Suheria, 2016). Showroom Dwi Motor yang beralamat di Jalan Ipi Gandamanah. Kp. Ceulibadak Rt 02/Rw 05 Tegal Munjul. Kecamatan Purwakarta Kabupaten Purwakarta, beridir dari Tahun 2003 merupakan sebuah showroom motor bekas menerapkan system penjualan secara tunai dan kredit. Dalam memenuhi target penjualan sepeda motor, berbagai cara ditempuh agar penjualan yang diharapkan setiap bulannya dapat memenuhi target, yang salah satunya dengan melakukan promosi penjualan kendaraan bermotor secara kredit, bunga ringan dan uang muka yang minimal.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang bertujuan untuk mencari, menganalisis dan mengelola dari peristiwa langsung di lapangan dengan memahami interaksi sosial dengan wawancara dan observasi.

Desain penelitian

Ialah suatu rencana tentang cara melakukan penelitian. Karena itu desain penelitian bertalian erat dengan proses penelitiannya. Proses penelitian dengan menggunakan studi deskriptif tersebut berusaha untuk mencari data sebanyak-banyaknya sesuai dengan obyek yang telah ditentukan dengan mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada. Dengan demikian dalam penentuan desain penelitian pada penelitian ini, akan diolah berdasarkan pada fakta yang sesuai dengan obyek yang diteliti. Keadaan tersebut tidak dapat dimanipulasi oleh peneliti karena pada hasilnya harus disesuaikan dengan fakta yang berlangsung. Sehingga hasil dari penelitian ini berupa gambaran dan deskripsi mengenai apa yang akan diteliti.

Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek Penelitian

Menurut (Arikunto, 2016) menjelaskan bahwa “Di dalam sebuah penelitian, subjek penelitian merupakan sesuatu yang kedudukannya sangat sentral karena pada subjek penelitian itulah data tentang variabel yang diteliti berada dan diamati oleh peneliti”. Pada umumnya peneliti membutuhkan subjek yang cukup banyak agar dapat memberikan gambaran yang jelas dalam penelitian. Namun karena adanya keterbatasan seperti kendala tenaga, waktu, dan dana, peneliti terpaksa membatasi banyaknya subjek penelitian disesuaikan dengan kemampuan dan sesuai dengan kebutuhan saja.

Dengan kata lain peneliti harus benar-benar memikirkan bagaimana menentukan sampel yang representatif. Pemilihan wakil dari subjek penelitian tersebut disebut sampling. Menurut (Arikunto, 2016) mengatakan bahwa sampling adalah pemilihan sejumlah subjek penelitian sebagai wakil dari populasi sehingga dihasilkan sampel yang mewakili populasi dimaksud. Pada pelaksanaannya, peneliti harus benar-benar bisa memilih sampel atau informan yang tepat. Hal tersebut dilakukan agar mempermudah peneliti karena bila pemilihan sampel atau informan benar-benar jatuh pada subjek yang benar-benar menguasai situasi sosial yang diteliti (objek), maka merupakan keuntungan bagi peneliti, karena tidak memerlukan banyak sampel, sehingga penelitian cepat diselesaikan. Sehingga yang menjadi kepedulian bagi peneliti kualitatif adalah tuntasnya perolehan informasi dengan keragaman variasi yang ada, bukan banyaknya sumber data. Dengan demikian, yang dijadikan subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu berupa informan yang diharapkan dapat memberikan data-data yang akurat sesuai dengan dengan variabel penelitian yang ditetapkan, sehingga mampu memberikan informasi yang sesuai fakta yang berada di lapangan sehingga hasil penelitiannya dapat dipertanggungjawabkan baik oleh peneliti sendiri maupun oleh informan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penjualan dapat dilaksanakan secara tunai atau kredit (angsuran). Penjualan tunai adalah kegiatan penjualan di mana penerimaan uang tunai didapatkan dari pembeli pada saat barang diserahkan. Penjualan kredit adalah kegiatan penjualan yang menggunakan perjanjian dimana pembayaran dilakukan dengan cara mengangsur beberapa kali. Sistem penjualan di Showroom Dwi Motor terbagi menjadi dua yaitu sistem penjualan secara tunai dan sistem penjualan kredit, untuk penjualan kredit Showroom Dwi Motor bekerjasama dengan pihak ketiga yaitu pihak leasing. Seperti WOM Finance, OTO Finance, Adira Finance, FIF (Federal Indonesia Finance). *System* penjualan tunai konsumen diwajibkan untuk membayar atau melunasi sejumlah harga motor terlebih dahulu sebelum motor diserahkan kepada konsumen, sedangkan untuk penjualan *system* kredit konsumen mengajukan terlebih dahulu pesanan kendaraan kepada bagian *salesman/marketing* baru kemudian pengajuan tersebut oleh Showroom diteruskan ke *leasing* dengan mengajukan beberapa persyaratan yang telah disyaratkan oleh pihak *leasing*, dan pihak *leasing* melakukan *survey* pada konsumen apakah layak atau tidak pengajuannya bisa diterima atau ditolak, jika diterima maka akan diteruskan pada perjanjian kredit dan motor bias diberikan sehingga konsumen akan mengangsur pada pihak *leasing* dan pihak *leasing* membayar pada pihak *showroom*. Dari kedua sistem penjualan ini konsumen lebih banyak memilih *system* penjualan secara kredit dikarenakan tidak mengeluarkan dana untuk membeli motor sekaligus. Kendala yang dihadapi dalam *system* penjualan tunai adalah adanya konsumen yang meminta harga diskon dari harga yang sudah ditetapkan. Untuk penjualan

system kredit dengan menggunakan pihak ketiga pihak Showroom Dwi Motor Purwakarta lebih diuntungkan selain konsumen yang berminat lebih banyak daripada yang membeli tunai, harga motor lebih mahal dibandingkan system penjualan tunai secara langsung kepada konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem penjualan kredit lebih diminati oleh masyarakat dibandingkan sistem penjualan tunai. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan kemampuan finansial sebagian besar konsumen untuk melakukan pembayaran secara langsung dalam jumlah besar. Dengan adanya sistem penjualan kredit yang bekerja sama dengan lembaga pembiayaan pihak ketiga seperti WOM Finance, OTO Finance, Adira Finance, dan FIF, konsumen merasa lebih terbantu karena dapat memiliki kendaraan dengan pembayaran uang muka yang relatif ringan serta sistem angsuran yang fleksibel. Proses pengajuan kredit yang terstruktur melalui tahapan administrasi dan survei kelayakan juga memberikan rasa aman baik bagi pihak showroom maupun lembaga pembiayaan.

Sementara itu, sistem penjualan tunai tetap memiliki kontribusi meskipun minat konsumen terhadap sistem ini relatif lebih rendah. Kendala utama pada penjualan tunai adalah adanya permintaan potongan harga dari konsumen yang dapat mempengaruhi margin keuntungan showroom. Namun demikian, penjualan tunai tetap memberikan keuntungan dari sisi kecepatan transaksi dan minimnya risiko kredit macet. Secara keseluruhan, penerapan sistem penjualan kredit dinilai lebih efektif dalam meningkatkan minat beli dan volume penjualan motor bekas di Showroom Dwi Motor Purwakarta. Oleh karena itu, pengelolaan sistem penjualan yang baik, khususnya penjualan kredit, perlu terus ditingkatkan guna menjaga daya saing dan keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2016). *Manajemen pemasaran*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Afandi, P. (2018). *Manajemen sumber daya manusia: Teori, konsep, dan indikator*. Riau: Zanafa Publishing.
- Amirullah. (2015). *Pengantar manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arief Herdiansah. (2020). Sistem informasi penjualan sepeda motor pada dealer UMKM menggunakan metode PIECES. *Jurnal Format*, 9(1).
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Manap, A. (2016). *Revolusi manajemen pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Nugroho, R. A. (2013). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan sistem pre-order secara online* (Skripsi). Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Suyono, A. G., Sukmawati, S., & Pramono. (2012). *Pertimbangan dalam membeli produk barang maupun jasa*. Jakarta: Intidayu Press.