

UPAYA PENINGKATAN PEMASARAN SUKU CADANG DAN PENCATATAN *INVENTORY* PT. DWIJATI AGUNG MOTOR DENPASAR

Pande Ketut Ribek^{1,*}, Ni Wayan Mita Riawati²

^{1,2} Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email : pandeketutribek@unmas.ac.id

ABSTRAK

Melaksanakan kegiatan sehari-hari tidak terlepas dari yang namanya kendaraan, terutama sepeda motor. Di zaman yang sudah modern ini sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang sangat penting dan dibutuhkan ketika berpergian bekerja, sekolah, atau kemana pun. Sejak merebaknya virus corona atau yang dikenal dengan pandemi covid-19 pemerintah pun membatasi jam buka operasional usaha yang ada dan terjadilah penurunan omzet pelaku usaha yang sangat signifikan. Terdapat beberapa lapangan usaha yang terkena dampak yang paling besar salah satunya yaitu usaha yang bergerak di bidang perdagangan dan pemeliharaan sepeda motor yaitu PT. Dwijati Agung Motor yang terletak di Jl. Tukad Pakerisan No. 56, Panjer, Denpasar Selatan. PT. Dwijati Agung Motor mengalami penurunan omzet penjualan selama masa Pandemi Covid-19 ini. Dari hasil observasi yang telah dilakukan, adanya himbuan dari pemerintah untuk melakukan kegiatan belajar ataupun bekerja dari rumah, fasilitas umum dan pusat perbelanjaan ditutup sementara. Hal ini tentu membuat omzet PT. Dwijati Agung Motor mengalami penurunan secara drastis. Pengabdian kepada masyarakat mahasiswa Universitas Mahasaraswati Denpasar berfokus pada strategi penjualan, pemasaran dan *inventory* pada PT. Dwi Jati Agung Motor. Strategi penjualan, pemasaran dan *inventory* tersebut ialah membuka peluang usaha secara online dan melakukan stok *opname*. Penjualan dan pemasaran dilakukan dengan bantuan platform online seperti *IG*, *FB*. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan penjualan juga membuat pencatatan *inventory* agar lebih rapi dan mudah dipahami meskipun adanya kebijakan pembatasan aktivitas masyarakat dan *social distancing*.

Kata Kunci: Covid-19, Sepeda Motor Honda, *Inventory*, Pemasaran Online

ANALISIS SITUASI

Melaksanakan kegiatan sehari-hari tidak terlepas dari yang namanya kendaraan, terutama sepeda motor. Di zaman yang sudah modern ini sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang sangat penting dan

dibutuhkan ketika berpergian bekerja, sekolah, atau kemana pun. Sepeda motor kini bukan hanya menjadi sarana transportasi produktif bagi masyarakat Indonesia. Sepeda motor sudah menjadi bagian dari hobi dan gaya

hidup, bahkan bisa mengantarkan pada prestasi tertentu yang membanggakan. Untuk menemani masyarakat beraktivitas dan menggapai beragam. Honda pertama kali hadir di Tanah Air pada tahun 1960. Sejak pertama kali hadir di Indonesia, sepeda motor Honda selalu dicintai dan dipercaya menjadi partner berkendara masyarakat.

Dealer resmi Honda PT. Dwijati Agung Motor merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa service motor yang beralamat di Desa Panjer, Denpasar Selatan tepatnya di Jl. Tukad Pakerisan No.56 nama pemiliknya yaitu Anak Agung Rai Supartha. Dealer Honda ini sudah berdiri dari tahun 1997 hingga sampai saat ini. Perusahaan ini memberikan perhatian terhadap pentingnya kualitas pelayanan dalam upaya mempertahankan kepuasan konsumen serta menjaga reputasi perusahaan di tengah ketatnya persaingan dengan kompetitor. Kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian mengenai produk dan jasa yang diharapkan, terhadap seberapa baik kualitas pelayanan yang didapatkannya. Kualitas pelayanan berawal dari pemenuhan kebutuhan konsumen dan berakhir pada kepuasan konsumen. Sehingga diharapkan kualitas pelayanan yang diberikan mampu melampaui apa yang menjadi harapan konsumen. Setiap bulannya Bapak Agung memperoleh *unit entry* sepeda motor mulai dari 1000 hingga 1500 unit. Di masa pandemi Covid-19 ini, banyak pengusaha-pengusaha lokal yang terkena dampaknya termasuk PT.

Dwijati Agung Motor. Dimana dalam *unit entry* sepeda motor setiap bulannya terus mengalami penurunan. Sebelum pandemi, PT. Dwijati Agung Motor mampu mendapatkan sekitar 1200 hingga 1500 *unit entry* setiap bulannya. Karena adanya pandemi Covid-19 ini penjualan suku cadang dan pemasukan *unit entry* mengalami penurunan.

Pada masa pandemi Covid-19, pemerintah menghimbau kepada masyarakat untuk tetap berada di rumah, menjaga jarak, memakai masker dan rutin mencuci tangan. Adapun secara sektoral, sektor akomodasi dan makan minum (mamin) menjadi sektor yang paling terdampak selama pandemi covid-19. Kemudian, sektor transportasi dan pergudangan, serta jasa lainnya. Pemerintah pun membatasi jam buka operasional usaha yang ada. Dimana, semua tempat umum, usaha mikro maupun usaha makro harus tutup sebelum jam 9 malam. Hal ini menyebabkan para konsumen setia Dwijati Motor menjadi berkurang. Para konsumen pun enggan datang untuk melakukan *service* sepeda motor secara langsung dan takut terkena virus Covid-19. Oleh karena itu, Bapak Agung harus bisa melakukan promosi agar penjualan suku cadang dan *service* sepeda motor meningkat dan tetap lancar di masa pandemi ini. Beliau juga harus menerapkan 3M (memakai masker, mencuci tangan, dan menjaga jarak minimal 1 meter) kepada semua konsumen dan para karyawan. Untuk mendukung upaya peningkatan penjualan suku cadang, pencatatan

inventory stok pun harus dimaksimalkan sehingga dapat mencegah ketidakterediaan stok di PT. Dwijati Agung. Menurut Handoko (2015) menjelaskan bahwa persediaan (*inventory*) adalah suatu istilah umum yang menunjukkan segala sesuatu atau sumber daya-sumber daya organisasi yang disimpan dalam antisipasinya terhadap pemenuhan permintaan. Toto Sucipto (2006:93) menerangkan bahwa stok *opname* adalah perhitungan barang jadi yang dilakukan secara periodik dengan menghitung langsung fisik barang dagangan yang ada di gudang, dan mencocokkan jumlahnya dengan catatan pembukuan di kartu stok manual atau data stok di komputer bagian gudang.

Selain itu di era globalisasi ini, penggunaan teknologi seperti laptop dan handphone semakin berkembang. Dengan adanya teknologi ini, semua orang bisa melakukan komunikasi jarak jauh. Terdapat banyak platform sosial media yang dapat digunakan oleh masyarakat seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhastApp*. Hal tersebut memudahkan proses penyebaran informasi baru mengenai promosi dan informasi di masa pandemi Covid-19 ini.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi yang telah diuraikan adapun permasalahan yang dihadapi mitra yaitu sebagai berikut:

- 1) Menurunnya pendapatan *unit entry* sepeda motor yang di service di masa pandemi Covid-19 dan

kurangnya strategi pemasaran atau promosi melalui media sosial.

- 2) Kurang maksimalnya penerapan pencatatan stok sparepart sehingga sering terjadinya perbedaan stok fisik dan stok di sistem.

SOLUSI YANG BERIKAN

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka solusi yang diberikan pada pengabdian masyarakat yaitu:

- 1) Penggunaan dan pemeliharaan beberapa akun media sosial secara maksimal seperti *IG* dan *FB*, dan dapat meningkatkan omset penjualan.
- 2) Pembuatan kartu stok barang dan melakukan stok *opname* secara rutin setiap satu bulan sekali.
- 3) Membantu dalam melakukan promosi yang diadakan oleh tempat usaha dan menyebarkan di media sosial.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan untuk kegiatan pemasaran melalui media sosial di beberapa *Platform* seperti *IG*, *FB* dan peningkatan pencatatan stok yaitu:

- 1) Metode diskusi, dilakukan untuk mengetahui masalah yang ada dan berusaha untuk memecahkan atau mencari jalan keluar untuk masalah tersebut.
- 2) Metode pendampingan, dilakukan untuk lebih memberikan pengarahan terhadap pengusaha dalam melakukan pembuatan kartu stok dan stok *opname* di tempat usaha pada tanggal 16 Agustus s/d

memastikan kesesuaian jumlah stok pada sistem gudang yang digunakan untuk pembukuan dengan stok barang di gudang.



Gambar 2. Melakukan Stok Opname

3. Pembuatan Promosi dan Pemeliharaan Akun Media Sosial Seperti *Instagram* dan *Facebook*

Di era globalisasi ini, penggunaan teknologi seperti laptop dan handphone semakin berkembang. Terdapat banyak *Platform* media sosial yang dapat digunakan oleh masyarakat seperti *Instagram*, *Facebook* dll. Hal tersebut sangat baik bagi pelaku usaha untuk memudahkan proses jual beli suatu produk oleh para konsumen ataupun melakukan promosi di masa pandemi Covid-19 ini.



Gambar 3. Pemeliharaan Sosial Media

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di PT. Dwijati Agung Motor pada tanggal 11 Agustus s/d 10 September 2022 pada Pandemi Covid-19 ini dengan membantu mitra sasaran dengan cara memberikan pendampingan mengenai pentingnya membuat kartu stok barang. Selain itu pemeliharaan media social dilakukan dengan cara penyebaran promosi dan informasi selama pandemi covid-19 sehingga hal tersebut dapat mempermudah penyebaran informasi suku cadang dan promosi yang nantinya dapat tersampaikan dan diketahui oleh konsumen.

Manfaat yang di dapatkan pada Kegiatan Upaya Peningkatan Penjualan Suku Cadang dan Pencatatan *Inventory* Stok PT. Dwijati Agung Motor ini dengan adanya kartu stok gudang akan membantu mitra dalam mengontrol dan mengawasi setiap pergerakan barang yang ada di gudang seperti keluar dan masuknya barang sehingga tidak terjadinya selisih pada stock barang digudang dengan di sistem. Pemeliharaan media sosial karyawan dapat melakukan promosi dan memasarkan suku cadang dan melakukan promosi melalui media sosial di beberapa *Platform* seperti *IG* dan *FB*. Hal tersebut memudahkan mitra dalam menyampaikan informasi kepada para konsumen mengenai promosi yang sedang dilaksanakan dan proses jual beli suku cadang oleh para konsumen yang sebagian besar menggunakan media sosial di masa pandemi Covid-19 ini. Program kerja ini dapat diterima baik oleh pelaku usaha sasaran, mengingat menurunnya omset penjualan mereka di tengah Pandemi Covid-19 ini. Program kerja yang saya laksanakan dapat berjalan dengan baik dan sesuai rencana.

Saran yang dapat diberikan kepada PT. Dwijati Agung Motor agar lebih memanfaatkan media sosial untuk proses pemasaran secara online maupun offline, mitra diharapkan selalu mengupdate informasi terbaru mengenai promosi dan foto-foto suku cadang terbaru yang nantinya akan diunggah di media social dan dilihat langsung oleh para konsumen. Program pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar telah

terrealisasikan 100% besar harapan kami agar setelah ini kegiatan yang telah dilakukan dapat diteruskan.

DAFTAR PUSTAKA

- LPPM. 2021. *Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Peduli Bencana Covid-19* Universitas Mahasaraswati. Pusat Pemberdayaan Masyarakat dan Kuliah Kerja Nyata. Universitas Mahasaraswati Denpasar. Denpasar.
- Bisnis.com. 2020. Dihantam Covid-19, Penjualan Sepeda Motor Honda Global Anjlok. Diunduh pada tanggal 29 Agustus 2021 <https://otomotif.bisnis.com/read/20200817/273/1279965/dihantam-covid-19-penjualan-sepeda-motor-honda-global-anjlok>.
- Setiawan, Deni. 2018. Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Servis pada AHASS Kenari Motor. *Jurnal. Program Studi Manajemen. STIE Kesuma Negara*. Diakses pada tanggal 5 September 2021
- Jurnal.id. 2021. Strategi Pemasaran Produk di Saat Masa Pandemi Wabah Covid'19. Diunduh tanggal 11 Agustus 2021. <https://www.jurnal.id/id/blog/strategi-pemasaran-produk-di-saat-masa-pandemi-wabah-covid-19/>