

Strategi Komunikasi Marketing terhadap Konsumen Suzuki Indonesia

Riastri Novianita¹, Nur Abdillah², Rafika Ludmilla³, Cindya Yunita Pratiwi⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bina Sarana Informatika,

Email: Riastri.rsv@bsi.ac.id¹, nurabdillah.nul@bsi.ac.id², rafika.rfd@bsi.ac.id³, Cindya.cyp@bsi.ac.id⁴

Abstrak

Kontribusi untuk bangsa dan masyarakat dengan memberikan produk-produk bermanfaat bagi perkembangan bangsa. Suzuki Indonesia merupakan kelompok usaha yang bergerak dibidang industri otomotif yang memproduksi, memasarkan, memperagakan motor, mobil dan motor tempel (outboard- motor). Hal tersebut juga didukung dengan pelayanan purna jual suku cadang serta perbaikan/ pemeliharaan di seluruh Indonesia yang solid dan terintegrasi dalam melayani para pelanggan Suzuki. Suzuki Indonesia telah memberikan kontribusi untuk bangsa dan masyarakat dengan memberikan produk-produk bermanfaat bagi perkembangan bangsa. Pelayanan profesional dibidang pemasaran produk dan jasa pelayanan juga menjadi komitmen utama kami untuk memberikan yang terbaik bagi para pelanggan setia Suzuki. Saling percaya dan menghormati merupakan nilai yang kami tanam dalam setiap kerja sama yang dijalani antara karyawan, pemasok, dealer-dealer di seluruh Indonesia.

Kata Kunci : *Produk yang Bermanfaat dan Berguna*

Abstract

Contribute to the nation and society by providing useful products for the development of the nation. Suzuki Indonesia is a business group engaged in the automotive industry that produces, markets, trades motorbikes, cars and outboard motors. This is also supported by a solid and integrated after-sales service for spare parts and repair / maintenance throughout Indonesia in serving Suzuki customers. Suzuki Indonesia has contributed to the nation and society by providing useful products for the development of the nation. Professional services in the marketing of products and services are also our main commitment to provide the best for loyal Suzuki customers. Mutual trust and respect are values that we instill in every collaboration that is undertaken between employees, suppliers, dealers throughout Indonesia.

Keywords: *Useful products and useful*

PENDAHULUAN

PT SUZUKI Indomobil Sales (SIS), usaha yang bergerak dibidang industri otomotif ini berhasil mencatat hasil yang memuaskan sepanjang 2021. SUZUKI terus berkembang dengan memperluas bisnisnya ke industri otomotif. Hingga kini, SUZUKI dikenal oleh masyarakat di seluruh dunia sebagai produsen otomotif ternama dengan produk-produk yang berkualitas dan bernilai tinggi

Suzuki Indonesia merupakan kelompok usaha yang bergerak dibidang industri otomotif yang memproduksi, memasarkan, memperagakan motor, mobil dan motor tempel (outboard- motor). Hal tersebut juga didukung dengan pelayanan purna jual suku cadang serta perbaikan/ pemeliharaan di seluruh Indonesia yang solid dan terintegrasi dalam melayani para pelanggan Suzuki.

Suzuki Indonesia telah memberikan kontribusi untuk bangsa dan masyarakat dengan memberikan produk-produk bermanfaat bagi perkembangan bangsa. Pelayanan profesional dibidang pemasaran produk

dan jasa pelayanan juga menjadi komitmen utama kami untuk memberikan yang terbaik bagi para pelanggan setia Suzuki. Saling percaya dan menghormati merupakan nilai yang kami tanam dalam setiap kerja sama yang dijalani antara karyawan, dengan Setiap produk yang dimunculkan Suzuki memang sporty dan elegan. Kenapa kita memosisikan seperti itu? Karena memang itu sudah ada di dna kita. Motor Suzuki itu identik dengan powerfull dengan tingkat endowments yang tinggi dan dengan memperhatikan faktor-faktor keamanan dan kenyamanan Strategi Komunikasi Tepat, PT Suzuki Indonesia di masa krisis pandem Covid-19 Isu yang tidak dimanajemen dengan baik berpotensi menjadi penyebab krisis. Tugas utama Public Relations adalah untuk membantu manajemen untuk memajemen isu sehingga dapat mencegah terjadinya krisis. Public Relations hendaknya dapat dipercaya sebagai manajer isu sehingga mereka mempunyai wewenang yang lebih luas dalam proses pengambilan keputusan. Menurut Gaut and Ollenberg (1995), isu saat diklasifikasikan ke dalam dua jenis. Pembagian ini berdasarkan sumber isu, yaitu : - Isu – isu Internal, yaitu isu – isu yang bersumber dari internal organisasi. Biasanya hanya diketahui oleh pihak manajemen anggota organisasi lainnya, seperti penurunan kepuasan kerja karena adanya perubahan aturan organisasi dan perubahan manajemen, diskriminasi kerja antara pria dan wanita, isu keuangan dan kesejahteraan dan sistem promosi tidak jelas. Krisis menurut Rhenald Kasali merupakan suatu turning point for better or worse atau titik balik untuk makin baik atau semakin buruk Suatu turning point yang diselesaikan dengan baik akan menghasilkan kemenangan (for better) dan bila gagal akan menimbulkan korban (for worse). Krisis adalah suatu waktu yang krusial atau momen yang menentukan (decisive moment).

Faktor-faktor Penyebab terjadinya Krisis:

1. Krisis karena bencana alam,krisis
2. Karena kecelakaan industry
3. Krisis karena produk yang kurang sempurna
4. Krisis karena persepsi public
5. Krisis karena hubungan kerja yang buruk
6. krisis karena kesalahan strategi bisnis
7. krisis karena terkait karena masalah criminal
8. krisis karena pergantian manajemen
9. krisis karena persaingan bisnis

Fungsi Kajian Pustaka Dalam Penelitian

Kajian pustaka memiliki beberapa fungsi vital yang di dalamnya terdapat aspek-aspek manfaat dalam penggunaannya. Diantara fungsi tersebut adalah sebagai berikut Leedy (dalam Djunaedi, 2000):

1. Mengungkapkan penelitian-penelitian yang serupa dengan penelitian yang (akan) kita lakukan; dalam hal ini, diperlihatkan pula cara penelitian-penelitian tersebut menjawab permasalahan dan merancang metode penelitiannya.
2. Membantu memberi gambaran tentang metoda dan teknik yang dipakai dalam penelitian yang mempunyai permasalahan serupa atau mirip penelitian yang dihadapi.
3. Mengungkapkan sumber-sumber data (atau judul -judul pustaka yang berkaitan) yang mungkin belum kita ketahui sebelumnya.
4. Mengenal peneliti -peneliti yang karyanya penting dalam permasalahan yang dihadapi (yang mungkin dapat dijadikan narasumber atau dapat ditelusuri karya-karya tulisnya yang lain yang mungkin terkait.
5. Memperlihatkan kedudukan penelitian yang (akan) kita lakukan dalam sejarah perkembangan dan konteks ilmu pengetahuan atau teori tempat penelitian ini berada;
6. Mengungkapkan ide-ide dan pendekatan-pendekatan yang mungkin belum kita kenal sebelumnya.
7. Membuktikan keaslian penelitian (bahwa penelitian yang kita lakukan berbeda dengan penelitian -

penelitian sebelumnya).

8. Mampu menambah percaya diri kita pada topik yang kita pilih karena telah ada pihak-pihak lain yang sebelumnya juga tertarik pada topik tersebut dan mereka telah mencurahkan tenaga, waktu dan biaya untuk meneliti topik tersebut.

Dalam penjelasan yang hampir serupa, Castetter dan Heisler (dalam Djunaedi, 2000) menerangkan bahwa kajian pustaka mempunyai enam kegunaan, yaitu:

1. Mengkaji sejarah permasalahan;
2. Membantu pemilihan prosedur penelitian;
3. Mendalami landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan;
4. Mengkaji kelebihan dan kekurangan hasil penelitian terdahulu;
5. Menghindari duplikasi penelitian; dan
6. Menunjang perumusan permasalahan.

Pembahasan lebih lanjut tentang kegunaan kajian pustaka dalam tulisan ini mengacu pada penjelasan mereka.

METODE

Konsep Dasar Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif merupakan suatu strategi inkuiri yang menekankan pencarian makna, pengertian, konsep, karakteristik, gejala, simbol maupun deskripsi tentang suatu fenomena; fokus dan multimetoda, bersifat alami dan holistik; mengutamakan kualitas, menggunakan beberapa cara, serta disajikan secara naratif. Dari sisi lain dan secara sederhana dapat dikatakan bahwa tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menemukan jawaban terhadap suatu fenomena atau pertanyaan melalui aplikasi prosedur ilmiah secara sistematis dengan menggunakan pendekatan kualitatif (Yusuf, 2013: 334).

Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema umum, dan menafsirkan makna data. Laporan akhir penelitian ini memiliki struktur atau kerangka yang fleksibel. Siapa pun yang terlibat dalam bentuk penelitian ini harus menerapkan cara pandang penelitian yang bergaya induktif, berfokus terhadap makna individual, dan menerjemahkan kompleksitas suatu persoalan (Creswell, 2010:4).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagaimana pendapatan di saat pandemi untuk penjualan mobil Suzuki pendapatannya yaitu, pendapatan penjualan selama pandemik untuk mobil suzuki tergolong dalam penjualan yg lumayan memuaskan karena di saat pandemik ini masih saja konsumen bisa membeli kendaraan dengan berbagai tipe dan model kendaraan dari tipe untuk mobil keluarga sampai tipe untuk berniaga untuk tipe mobil keluarga yg d beli konsumen pada saat pandemik ini adalah tipe mobil XL-7, IGNIS, NEW ERTIGA, NEW BALENO dan untuk tipe mobil berniaga yg di beli konsumen adalah SUZUKI NEW CERRY PICKUP.

permasalahan krisis yang terjadi di PT.Suzuki Indonesia adalah .Permasalahan yang terjadi hanyalah keterlambatan untuk unit saja karna d saat pandemik ini stok berkurang tapi pe penjualan selama pandemi naik atau turun permintaan konsumen banyak

penjualan selama pandemi naik atau turun apakah benar adanya, tergolong naik. Untuk pemasaran apakah bagian humas ikut andil atau tidak endemik jawabannya sebagai berikut ,Untuk pemasaran biasa dilakukan oleh sales marketing dan bagian survei dan leasing yang selalu kompak bekerja sama demi bisa

memenuhi keinginan untuk konsumen bisa memiliki mobil dgn berbagai tipe tentunya dengan diskon yang besar dan DP yang murah.

Tentunya tidak sama pekerjaan antara sales dan bagian survei sales marketing tugasnya menjualkan unit kendaraan kepada konsumen dengan harga-harga tertentu dan diskon yang tertentu juga sehingga konsumen bisa memiliki mobil bagian survei tugasnya adalah mensurvei tempat kediaman konsumen dengan mengisi data-data konsumen untuk pengajuan kredit tentunya dengan leasing tertentu sehingga konsumen dimudahkan memiliki mobil dan dipermudah untuk pembayaran angsuran

GAIKINDO mencatat adanya peningkatan ekspor mobil pada Februari 2021 jika dibandingkan Januari 2021. Peningkatan ekspor CBU (Completely Built Up) industri otomotif naik 51% di bulan Februari. Hal ini sejalan dengan kinerja positif PT Suzuki Indomobil Motor (SIM) yang juga mencatatkan peningkatan total ekspor paling signifikan di industri otomotif sebesar 108% atau 7.109 unit. Dari angka tersebut, Suzuki berhasil mengapalkan 4.301 unit CBU atau tumbuh 74% dibandingkan Januari 2021 dan 2.808 CKD atau tumbuh 196% dibandingkan Januari 2021.

“Setelah ada peningkatan pada Januari lalu, performa ekspor Suzuki terus meningkat di bulan Februari dan kami terus mendorong pertumbuhan ekspor Suzuki. Peningkatan performa ekspor ini masih didominasi oleh produk buatan dalam negeri, seperti XL7 dan All New Ertiga. Kami optimistis tren positif ini akan semakin meningkat, sehingga ekspor kami bisa kembali ke angka normal seperti sebelum pandemi atau bahkan lebih tinggi,” terang Apriyanto, Production Planning Control Assistant to Dept. Head PT SIM.

Peningkatan ekspor Suzuki di bulan Februari dipimpin oleh XL7 sebanyak 1.704 unit CBU dan meningkat 171% jika dibandingkan dengan bulan Januari. Selain XL7, All New Ertiga turut berkontribusi sebanyak 1.203 unit CBU dengan peningkatan 145% dari bulan Januari. Sedangkan untuk CKD, Karimun Wagon R berkontribusi paling besar hingga mencapai 2.400 unit dengan peningkatan sebesar 233% jika dibandingkan bulan Januari 2021.

Dengan meningkatnya angka ekspor ini, Suzuki berharap permintaan kendaraan roda empat dari mancanegara terus bertambah sehingga Suzuki dapat terus berkontribusi pada industri otomotif dan perekonomian nasional. “Suzuki selalu menghadirkan produk-produk yang berkualitas tinggi sehingga dapat diterima dengan baik oleh masyarakat internasional. Komitmen ini terus kami jaga agar kegiatan ekspor Suzuki terus meningkat dan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan ekonomi Indonesia.

Transaksi Penjualan Aplikasi My Suzuki Tumbuh 57%

Kinerja My Suzuki, aplikasi mobile pembelian suku cadang resmi Suzuki, selama tahun 2020 mengalami peningkatan yang signifikan hingga mencapai 57% jika dibandingkan dengan tahun 2019. Peningkatan transaksi ini menunjukkan bahwa aplikasi My Suzuki menjadi pilihan konsumen dalam membeli suku cadang terutama di masa pandemi yang membatasi mobilitas.

Senada dengan hal tersebut, Christiana Yuwantie, Sparepart Dept. Head PT Suzuki Indomobil Motor (SIM), mengatakan terjadi perubahan pola konsumsi masyarakat di saat pandemi. “Adanya pembatasan aktivitas sebagai dampak dari pandemi memperkuat perubahan pola konsumsi pelanggan dari konvensional ke daring. Maka dari itu, kami mengoptimalkan aplikasi My Suzuki sebagai salah satu alternatif pembelian suku cadang resmi Suzuki yang cepat, mudah, dan aman. Hasilnya, selama periode Januari-Desember 2020, My Suzuki berhasil meningkatkan transaksi penjualan hingga 57% dibandingkan periode yang sama tahun 2019”.

Peningkatan transaksi ini, turut didukung akan tampilan MySuzuki yang user-friendly serta beragam fitur menarik untuk memudahkan konsumen dalam pembelian suku cadang asli, ECSTAR, Suzuki Genuine Oil, hingga Chemical Oil. Konsumen pun tidak perlu khawatir mengenai ketersediaan stok, karena bisa memanfaatkan fitur chat untuk konfirmasi. Tak hanya kemudahan bertransaksi saja, My Suzuki juga menawarkan pilihan jenis pembayaran serta pengiriman suku cadang yang bisa dikirim ke rumah atau pengambilan di dealer terdekat yang sudah tersebar di area Jabodetabek, Sumatera, Jawa Barat, Jawa Tengah,

Jawa Timur, dan Bali.

SIMPULAN

Dampak Krisis dari Isu

Isu yang tidak dimanajemen dengan baik berpotensi menjadi penyebab krisis. Tugas utama Public Relations adalah untuk membantu manajemen untuk memanajemen isu sehingga dapat mencegah terjadinya krisis. Public Relations hendaknya dapat dipercaya sebagai manajer isu sehingga mereka mempunyai wewenang yang lebih luas dalam proses pengambilan keputusan.

Dengan meningkatnya angka ekspor ini, Suzuki berharap permintaan kendaraan roda empat dari mancanegara terus bertambah sehingga Suzuki dapat terus berkontribusi pada industri otomotif dan perekonomian nasional. "Suzuki selalu menghadirkan produk-produk yang berkualitas tinggi sehingga dapat diterima dengan baik oleh masyarakat internasional. Komitmen ini terus kami jaga agar kegiatan ekspor Suzuki terus meningkat dan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan ekonomi Indonesia 002C.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Abu dan Narbuko Cholid. (2013). Metodologi Penelitian. Jakarta : Bumi Aksara.
- Amanah, Siti dan Nani Farmayanti. (2014). Pemberdayaan Sosial Petani-Nelayan, Keunikan Agroekosistem, dan Daya Saing. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor.
- Ardianto, Elvinaro. (2016). Handbook of Public Relations: Pengantar Komprehensif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dayanti, Dwi dan Kusumastuti, Frida dan Puspo, R. (2015). Hubungan Masyarakat. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Emzir. (2016). Metodologi Penelitian Kualitatif : Analisis Data. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- El Ishaq, Ropingi. (2017). Public Relations: Teori dan Praktik. Malang: Intrans Publishing
- Fahmi, Irham. (2013). Perilaku Organisasi. Teori, Aplikasi, dan Kasus. Bandung : Alfabeta.
- Gassing, Syariffudin S. dan Suryanto. (2016). Public Relations. Yogyakarta : Andi Offset.
- Gunawan, Imam. (2013). Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hamali, Arif Yusuf. (2018). Pemahaman Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing)
- Hamdi, Asep Saepul. E. Bahruddin. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan. Yogyakarta. Deepublisher.
- Hutahaean, Jeperson. (2015). Konsep Sistem Informasi. Yogyakarta: Deepublish