

**TINJAUAN *MARKETING MIX SPARE PART MASSEY*  
*FERGUSON* PADA PT. TRAKTOR NUSANTARA  
CABANG PADANG**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Sebagai Persyaratan  
untuk Memperoleh Gelar Ahli Madya  
Program Studi Administrasi Bisnis*



**Oleh:**

**ASTRILERISYA**  
**05 086 004**



**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2008**



No. Alumni Universitas	Astri Erisya	No. Alumni Fakultas
------------------------	--------------	---------------------

a) Tempat/Tgl Lahir: Pangkalan, 02/01/1987, b) Nama Orang Tua: H. Syafrizal, HR dan Erdawati, c) Fakultas: Politeknik d) Jurusan: Administrasi Niaga, e) No BP: 05086004 f) Tanggal Lulus: 18 November 2008, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: i) Lama Studi 3 Tahun  
 k) Alamat Orang Tua: Pangkalan Koto Baru, Kab. 50 Kota.

Tinjauan Marketing Mix Spare Part Massey Ferguson  
 Pada PT Traktor Nusantara Cabang Padang  
 Tugas Akhir D III oleh Astri Erisya. Pembimbing I: Yosi Suryani, SE, M. Si  
 Pembimbing II: Endang Afriyeni, SE

**ABSTRAK**

PT Traktor Nusantara Cabang Padang merupakan perusahaan yang bergerak dalam usaha penjualan alat-alat berat dan suku cadang mesin-mesin industri dan pertanian. Untuk bisa bertahan didalam pasar yang penuh dengan persaingan, PT Traktor Nusantara Cabang Padang harus menerapkan marketing mix yang baik agar produk yang dipasarkan dibeli oleh customer. Bagaimana marketing mix spare part Massey Ferguson yang diterapkan PT Traktor Nusantara Cabang Padang dan apa kendala yang dihadapi oleh PT Traktor Nusantara Cabang Padang dalam memasarkan spare part Massey Ferguson merupakan rumusan masalah yang akan penulis bahas dalam tugas akhir ini.

Dalam melakukan penelitian penulis menggunakan metode kualitatif dan metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah penelitian pustaka dan penelitian lapangan. Penelitian lapangan dengan cara wawancara dengan Customer Order Processor (COP) dan pengambilan data tertulis. Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, PT Traktor Nusantara Cabang Padang menerapkan marketing mix yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi. Produk yang dijual mempunyai keunggulan dari segi kualitas, inventory (persediaan) dan garansi (warranty). Harga yang diterapkan adalah diskon dan sistem paket. Distribusi yang digunakan adalah distribusi langsung atau nol tingkat. Promosi yang dilakukan adalah dengan mendatangi customer secara langsung, menggunakan brosur, mengundang customer dan menggunakan website. Semua marketing mix yang diterapkan oleh PT Traktor Nusantara Cabang Padang bertujuan agar spare part Massey Ferguson dibeli oleh customer.

Tugas akhir ini telah dipertahankan didepan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 18 November 2008.

Abstrak telah disetujui oleh penguji:

Tanda tangan	1.	2.	3.	4.
Nama terang	Yosi Suryani, SE, M.Si	Yenida, SE, M.Si	Benny Chandra, SE	Nurhayati, SE

Mengetahui:  
 Ketua Jurusan

Sarmiadi SE  
 Nama



Alumnus telah mendaftar ke Fakultas dan Universitas Andalas dan mendapat nomor alumnus:

	Petugas Universitas/Fakultas	
Nomor alumnus Fakultas	Nama	Tanda tangan
Nomor alumnus Universitas	Nama	Tanda tangan

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang subur dan kaya dengan sumber daya alam. Sebagai negara yang sedang berkembang, Indonesia sedang giat-giatnya melaksanakan pembangunan di segala bidang. Hal ini sesuai dengan program pemerintah dalam rangka meningkatkan stabilitas ekonomi menuju yang lebih baik. Pembangunan dibidang ekonomi terus dilakukan, dengan memberikan peluang kepada pengusaha untuk mendirikan perusahaan karena keberhasilan suatu negara adalah kemajuan ekonomi.

Diera globalisasi dan kecanggihan teknologi saat ini telah banyak tumbuh dan berkembang perusahaan-perusahaan milik pemerintah dan swasta. Untuk bisa bertahan dalam pasar yang peka terhadap perubahan dan penuh persaingan ini, maka sebuah perusahaan harus memiliki *marketing mix* yang baik

PT. Traktor Nusantara Cabang Padang adalah perusahaan yang bergerak dalam usaha penjualan alat-alat berat dan suku cadang mesin-mesin industri dan pertanian. Saat ini PT. Traktor Nusantara Cabang Padang memiliki banyak pesaing dengan perusahaan-perusahaan maju seperti PT. United Tractors Tbk, PT. Sahabat Maju Medan, PT. Trakindo dan perusahaan lainnya yang sejenis yang memiliki harga yang kompetitif

Harga yang kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan lain membuat PT. Traktor Nusantara Cabang Padang termotivasi untuk meningkatkan penjualan yang lebih baik lagi karena motto perusahaan ini adalah "*Partners in Progress*" yaitu

selalu bekerjasama dalam meningkatkan kinerja perusahaan dan memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggannya dan tetap mempertahankan kepercayaan dan kerjasama yang diberikan sehingga adanya peningkatan dalam kerjasama yang terjalin.

Saat ini PT. Traktor Nusantara Cabang Padang yang merupakan salah satu cabang PT. Traktor Nusantara yang telah melakukan penjualan diseluruh wilayah Indonesia karena memiliki 21 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. PT. Traktor Nusantara Cabang Padang juga akan memberikan keuntungan lebih kepada para *customer* yang telah memilih PT. Traktor Nusantara Cabang Padang sebagai *business partner* mereka. Keuntungan lebih tersebut seperti adanya *training* yang diberikan kepada *customer* mengenai produk yang telah digunakan *customer*, pelayanan jasa perbaikan dengan teknisi yang berpengalaman, dan penggunaan *spare parts* yang tepat dan terpantau.

PT. Traktor Nusantara Cabang Padang menjual berbagai macam merek unit alat-alat berat seperti: *Toyota, Massey Ferguson, Perkins, JCB, dan Sakai*. Massey Ferguson merupakan salah satu merek unit alat berat yang memiliki keunggulan berupa ketangguhan mesin, *design* yang bagus dan suku cadang (*spare part*) yang berkualitas. Dalam penjualan *spare part* Massey Ferguson PT. Traktor Nusantara Cabang Padang merencanakan *marketing mix* karena keberhasilan sebuah perusahaan ditentukan oleh *marketing mix* yang baik.

Philip Kotler (2004:41) menjelaskan pengertian *Marketing Mix* adalah serangkaian variabel pemasaran terkendali yang dipakai oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang dikehendaki perusahaan dari pasar sasaran. Empat

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Dari pembahasan masalah yang sesuai dengan objek penelitian yang penulis lakukan, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai hal-hal dan kenyataan dalam *Marketing Mix Spare Part Massey Ferguson* Pada PT. Traktor Nusantara Cabang Padang sebagai berikut:

1. PT. Traktor Nusantara Cabang Padang adalah distributor yang bergerak dalam penjualan alat-alat berat, suku cadang dan penyediaan jasa *service*.
2. Produk yang dijual oleh PT. Traktor Nusantara Cabang Padang mempunyai keunggulan dari segi kualitas dimana produknya tahan lama dan asli (*genuine*) dari United Kingdom (UK), segi *inventory* yaitu menyediakan *inventory* (persediaan) yang cukup untuk memenuhi kebutuhan *customer*, dan segi garansi yaitu memberikan garansi (*warranty*).
3. Harga jual *spare part* berdasarkan *price list* yang dibuat oleh Jakarta (pusat), dengan menerapkan diskon yaitu memberikan diskon (spesial harga) kepada *customer* yang memiliki kontrak dalam jangka panjang dan membeli produk dalam jumlah besar, dan sistem paket yaitu memberikan harga sistem paket kepada *customer* yang membeli produk perpaket unit sehingga harga yang ditawarkan lebih murah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, Marius, 1999, *Dasar-dasar Pemasaran*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Assauri, Sofjan, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Buchari, Alma, 1998, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi ke dua, CV Alfabeta, Bandung.
- Kotler, Philip, 2004, *Manajemen Pemasaran II*, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- PT. Traktor Nusantara, 2007, *Parts Service Sales*, PT. Traktor Nusantara Cabang Padang.
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo, 2002, *Pengantar Bisnis*, Edisi ke tiga, Liberty Offset, Yogyakarta.