

ABSTRAK

PELAKSANAAN PROMOSI SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT TUNAS DWIPA MATRA DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Nadiya Nurul Hanifa

PT Tunas Dwipa Matra merupakan salah satu *dealer* terbesar, terlengkap dan merupakan pusat *dealer* motor honda di Bandar Lampung yang bergerak dibidang penjualan sepeda motor yang terletak di JL. Raden Intan No 65 Tanjung Karang Bandar Lampung. Dalam meningkatkan penjualan sepeda motor PT Tunas Dwipa Matra menggunakan bauran pemasaran salah satunya adalah promosi. Promosi merupakan alat bagi perusahaan untuk mengenalkan produk yang dihasilkannya kepada para konsumen. Secara umum tujuan promosi adalah untuk meningkatkan penjualan yang dapat menghasilkan laba dengan menawarkan kebutuhan yang memuaskan kepada pasar dalam jangka panjang.

Masalah yang dihadapi PT Tunas Dwipa Matra adalah penurunan penjualan sepeda motor yang terjadi pada bulan Februari 2014, hal ini dikarenakan kurangnya promosi yang dilaksanakan PT Tunas Dwipa Matra. Permasalahan yang diteliti adalah apakah pelaksanaan promosi sepeda motor honda pada PT Tunas Dwipa Matra di Bandar Lampung sudah dilaksanakan dengan baik.

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan promosi motor honda pada PT Tunas Dwipa Matra di Bandar Lampung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif terhadap pelaksanaan kegiatan promosi pada PT Tunas Dwipa Matra dengan mengumpulkan data dan informasi dari berbagai sumber untuk menjawab permasalahan yang ada.

Dari hasil pembahasan dapat disimpulkan kebijaksanaan promosi penjualan kendaraan sepeda motor honda pada PT Tunas Dwipa Matra di Bandar Lampung sudah baik dalam hal periklanan, promosi penjualan dan publisitas hal ini terlihat dari banyaknya konsumen yang tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan berdasarkan informasi yang mereka peroleh dari kegiatan publisitas seperti *Blackberry Messanger (Broadcast BBM)*, SMS dan banyaknya spanduk atau banner di beberapa jalan besar dikota Bandar Lampung sehingga penjualanpun meningkat namun, dalam hal penjualan perseorangan belum terlaksana dengan baik karena kurangnya tenaga penjual yang dimiliki PT Tunas Dwipa Matra.

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian adalah PT Tunas Dwipa Matra sebaiknya mempertahankan dan meningkatkan kebijaksanaan promosi dibidang periklanan, promosi penjualan dan publisitas agar konsumen tetap percaya terhadap produk yang dikeluarkan oleh PT Tunas Dwipa Matra selain itu perlu memperhatikan penjualan perseorangan agar target yang ditetapkan setiap bulannya dapat tercapai.