

ABSTRAKSI

EDY JUNAIDI, Kebijakan Harga dan Promosi Dalam Pencapaian Target Penjualan Sepeda Motor Honda Legenda Pada CV. Jaya Honda Motor Palembang. (Di bawah bimbingan Bapak Drs. Adlyn Komaruddin, MM, dan Ibu Anastasia Sri Mendari, SE, MM).

CV. Jaya Honda Motor Palembang adalah salah satu perusahaan otomotif yang bergerak di bidang penjualan kendaraan bermotor roda dua khusus untuk merek Honda dan merupakan dealer resmi dari PT. Astra International Honda Sales Operation cabang Palembang.

Sesuai dengan keadaan yang dihadapi perusahaan yaitu menurunnya volume penjualan, permasalahan yang dihadapi oleh CV. Jaya Honda Motor Palembang adalah sebagai berikut penjualan sepeda motor Honda Legenda tidak mencapai target, kebijakan harga yang bagaimana ditetapkan CV. Jaya Honda Motor Palembang dapat mendorong pencapaian target penjualan, kebijakan promosi yang harus dilakukan CV. Jaya Honda Motor Palembang dapat mendorong pencapaian target penjualan.

Untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan, hendaknya perusahaan lebih mengefektifkan fungsi-fungsi pemasaran terutama personal selling dengan mengadakan salesman yang mampu menarik pembeli dan bukan hanya para *sales counter* yang menunggu pembeli datang mencari kendaraan, sehingga dengan adanya tindakan aktif dari salesman untuk mencari pembeli potensial akan dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan khususnya CV. Jaya Honda Motor Palembang. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka CV. Jaya Honda Motor Palembang dapat mengambil suatu cara agar volume penjualannya dapat ditingkatkan, cara yang ditempuh seperti CV. Jaya Honda Motor Palembang sebaiknya memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melakukan pembelian kredit, seperti jangka waktu kredit yang ditetapkan tidak hanya sampai 2 tahun, tetapi bisa sampai dengan 4 tahun, dan tidak dikenakan uang muka dengan suku bunga kredit yang rendah.

Sebaiknya promosi yang telah dilakukan CV. Jaya Honda Motor Palembang dapat ditingkatkan lagi seperti penggunaan surat kabar akan lebih baik bila dapat melakukan penambahan media surat kabar, penggunaan media radio maupun melalui staf personal sellingnya. Promosi yang efektif dan efisien mampu untuk membawa perusahaan ke tujuan yang hendak dicapai dengan utuh mengefektifkan *marketing mix* yang selama ini dilaksanakan perusahaan, dan perpaduan antara kebijakan harga dan promosi perlu dilakukan agar menjadi satu kegiatan rencana yang terkoordinasi.