

## ABSTRAK

Ety Kohar. Peranan Promosi Dalam Memasarkan Mobil Bekas Pada CV. Indah Motor Palembang (Dibawah bimbingan Drs. H. Muchlis Usman dan Anastasia Sri Mendari, SE, MM).

Penelitian ini dilakukan di CV. Indah Motor Palembang yang bergerak dalam bidang penjualan dan pembelian kendaraan roda empat khususnya mobil bekas. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui aktivitas yang dilakukan oleh CV. Indah Motor Palembang melalui kegiatan promosi dalam meningkatkan penjualan serta mengetahui hubungan atau pengaruh promosi terhadap penjualan.

Selama melakukan penelitian terhadap CV. Indah Motor Palembang, hasilnya telah menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh perusahaan CV. Indah Motor Palembang kurang gencar sehingga menyebabkan terjadinya penurunan volume penjualan. Hal ini terlihat dari aktivitas promosi yang dilakukan perusahaan melalui periklanan hanya sebatas pada media surat kabar saja. Sedangkan *personal selling* yang dilakukan perusahaan masih bersifat pasif dan promosi penjualan yang dilakukan hanya berupa pemberian souvenir dan kalender pada relasi terdekat saja.

Sebagai alternatif pemecahannya dapat dilakukan dengan:

1. Melakukan peningkatan promosi melalui periklanan dengan menambah bentuk media lain seperti media radio maupun penyebaran brosur
2. Dalam hal *personal selling* perlu diberi bimbingan dan pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan tentang produk (mobil bekas) serta cara-cara melayani konsumen sehingga konsumen dapat melakukan pembelian ulang
3. Promosi penjualan yang dilakukan perusahaan berupa hadiah konsumen juga sebaiknya tidak sebatas pada relasi-relasi terdekat saja melainkan juga kepada konsumen yang membeli mobil bekas tipe apa saja.

Oleh karena itu, sebaiknya pimpinan perusahaan perlu meningkatkan aktivitas promosinya karena dilihat dari segi hubungan atau pengaruh antara biaya promosi dengan hasil penjualan terdapat hubungan yang kuat. Dengan demikian diharapkan volume penjualan dapat meningkat di masa yang akan datang.