

ABSTRAK

Herry Syamsudin, Upaya Pencapaian Target Penjualan Suku Cadang Asli Sepeda Motor Yamaha Pada PD. Teman Baru Palembang. (Dibawah bimbingan Drs. Robinson Nainggolan dan Drs. Andreas Sarjono, MM).

Setiap perusahaan berupaya untuk memenuhi kebutuhan konsumennya, dengan demikian perusahaan tersebut dapat mengharapkan laba guna menunjang kelangsungan hidup perusahaan. Tetapi dalam upaya mencapai tujuan tersebut, tidak akan terlepas dari berbagai hambatan. PD. Teman Baru Palembang, selaku perusahaan yang memasarkan suku cadang asli sepeda motor Yamaha di Sumatera Selatan bagian selatan khususnya di kota Palembang menghadapi berbagai masalah, hal ini tercermin dari adanya target penjualan suku cadang asli sepeda motor Yamaha yang tidak tercapai beberapa tahun terakhir yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Dari hasil penelitian dapatlah dirumuskan bahwa masalah pokok yang dihadapi oleh PD. Teman Baru Palembang adalah strategi saluran distribusi dan strategi promosi yang dilaksanakan belumlah efektif.

Selanjutnya dari hasil penganalisaan disimpulkan bahwa dalam menyampaikan produknya, PD. Teman Baru Palembang menggunakan saluran satu tingkat yaitu Distributor – Pengecer – Konsumen, sedangkan dalam melakukan promosi, perusahaan menggunakan promosi penjualan dan penjualan personal, yaitu dengan memberikan diskon / potongan pembelian baik kepada agen, pengecer, dan konsumen / pembeli biasa serta dalam penjualan personal, perusahaan menggunakan tenaga penjual (salesman) untuk memasarkan suku cadang asli sepeda motor Yamaha baik di dalam kota maupun di luar kota.

Sebagai implementasi dari hasil penelitian, perusahaan dapat melakukan strategi promosi yang lebih gencar dan luas jangkauannya serta memperhatikan juga produk saingan yang sejenis. Perusahaan dapat mencari penyalur di berbagai daerah dan juga menambah jumlah tenaga penjual (salesman) dalam rangka menjangkau daerah potensial guna pencapaian target penjualan suku cadang asli sepeda motor Yamaha.