

ABSTRAK

Showroom Sumber Mobil merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang jual-beli mobil bekas dan beralamat di Jalan A.H. Nasution No. 2, Ujung Berung Bandung. Berdasarkan hasil penelitian, bahwa peneliti menemukan permasalahan yaitu kegiatan promosi yang dilakukan kurang maksimal dan penjualan mobil menurun sehingga volume penjualan tidak meningkat.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pelaksanaan promosi yang dilakukan *showroom* Sumber Mobil dalam meningkatkan volume penjualan mobil. Hipotesis yang peneliti kemukakan adalah: "Jika Pelaksanaan Promosi Dilaksanakan Berdasarkan Unsur-Unsur Bauran Pemasaran, Maka Volume Penjualan Mobil di *Showroom* Sumber Mobil Akan Meningkatkan". Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif Analisis. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara, observasi partisipasi, dan penyebaran angket kepada karyawan/pegawai.

Berdasarkan hasil penelitian pada *showroom* Sumber Mobil dalam pelaksanaan promosi yang dilakukan yaitu melalui media cetak, promosi penjualan, dan mengikuti *event* maupun pameran mobil masih kurang optimal dilakukan dalam penjualan mobil, sehingga volume penjualan mobil tidak meningkat karena kegiatan promosi yang dilakukan *showroom* Sumber Mobil hanya sewaktu-waktu.

Hambatan-hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan promosi yaitu sebagai berikut: 1) Kurang optimalnya kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan mengiklankan mobil kepada pelanggan, 2) Kurangnya informasi yang diterima oleh *showroom* Sumber Mobil tentang kegiatan pameran mobil yang diadakan oleh perusahaan lain. Usaha-usaha yang dilakukan untuk menanggulangi hambatan tersebut sebagai berikut: 1) Lebih meningkatkan kegiatan dalam memasarkan mobil kepada pelanggan dengan mengikuti kegiatan promosi dengan semaksimal mungkin, 2) Lebih mengetahui tentang informasi-informasi aktivitas kegiatan penyelenggaraan *event* maupun pameran mobil dari segala media yang ada maupun dari kerabat.

Saran-saran yang peneliti kemukakan adalah: 1) Lebih meningkatkan kegiatan pemasaran dalam mempromosikan mobil kepada pelanggan, 2) Lebih memperbanyak aktivitas kegiatan dalam memasarkan mobil kepada pelanggan dari media-media yang tersedia. 3) Lebih memperbanyak *stock* mobil yang akan dijual agar lebih dapat memenuhi kebutuhan pelanggan terhadap suatu mobil, 4) Lebih memperbanyak kerjasama dengan kerabat atau teman agar membantu dalam mempromosikan dan menawarkan suatu mobil kepada calon pelanggan.

Kata Kunci: Promosi dan Volume Penjualan

ABSTRACT

Showroom Sumber Mobil is one business that is engaged in buying and selling used cars and is located at Jalan A.H. Nasution No. 2, Ujung Berung Bandung. Based on the assessment results, the researchers found that the problems of the promotional activities carried out less than the maximum and declining car sales so that the volume of sales did not increase..

The purpose of this study is to investigate the implementation of the campaign carried out showroom Sumber Mobil in increasing of car sales volume. The hypothesis the researchers pointed out was: "If the implementation of the promotion Implemented by the elements of marketing mix, car sales volume in showroom Sumber Mobil will rise". Research methods used in this research is descriptive analysis method. In this study, researchers conducted interviews, participatory observation, and questionnaires to employees / employee.

Based on the results of research on the showroom Source Drives in the implementation of promotion done is through print media, sales promotion, and follow the event as well as a car show is still less than optimal done in auto sales, so the volume of car sales did not increase because of promotional activities undertaken showroom Source Mobil only when -time.

The obstacles encountered in the implementation of the promotion are as follows: 1) Less than optimal marketing activities undertaken to advertise cars to customers, 2) lack of information received by the source Car showroom on the car exhibition activities held by other companies. Efforts are being made to overcome these barriers as follows: 1) More increased activity in the car market to the customer by following promotional activities to the maximum extent possible, 2) More to know about the information of activity of organizing events and exhibitions car from all existing media or from relatives.

The suggestions that the researcher pointed out are: 1) Further enhance marketing activities to promote the car to customers, 2) More reproduce their activity in marketing the car to the customer from the media provided. 3) More multiply the stock cars that will be sold in order to better meet customer demand for a car, 4) More collaborating with relatives or friends in order to assist in promoting and offering a car to potential customers.

Keywords: Promotion and Sales Volume