

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA PT BINTANG KHARISMA JAYA DI BANDAR LAMPUNG TAHUN 2014**

Oleh

**YEYEN HERVIANA**

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai target penjualan sangat dipengaruhi oleh pemasaran yang baik. Strategi perusahaan merupakan wujud yang terarah dibidang pemasaran. PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang perdagangan otomotif yang memasarkan kendaraan. Dengan adanya persaingan dibidang perdagangan otomotif ini maka PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung diperlukan strategi khusus dalam menghadapi pesaing.

Masalah yang dihadapi PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung adalah volume penjualan yang cenderung menurun. Berdasarkan uraian diatas, permasalahan yang dimiliki perusahaan adalah “Apakah strategi pemasaran sepeda motor Honda pada PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung sudah dilaksanakan dengan baik?”

Tujuan penulisan laporan ini adalah untuk mengetahui peranan strategi pemasaran yang dilakukan PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung dan memberikan sumbangan pemikiran kepada perusahaan agar meningkatkan volume penjualan serta kegiatan pemasarannya.

Hasil pembahasan secara kualitatif menunjukkan bahwa strategi pemasaran PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung pada produk sepeda motor yang dicerminkan melalui bauran pemasaran belum dilaksanakan sebagaimana mestinya. PT Bintang Kharisma Jaya memiliki keunggulan pada produk, harga dan saluran distribusi. Tetapi perusahaan masih kalah besaing dalam hal promosi.

Saran yang diajukan penulis pada PT Bintang Kharisma Jaya Bandar Lampung adalah dapat memperbaiki kelemahannya yang ada dengan mempertahankan atau meningkatkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki, memanfaatkan kesempatan dan dapat menghindari ancaman.