

ABSTRAK

TINJAUAN AKTIVITAS SALES FORCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK HONDA PADA PT TUNAS DWIPA MATRA

Oleh

DEVI SAWITRI

Perkembangan dunia teknologi dan industri tentunya memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap aktivitas manusia utamanya dalam bidang otomotif saat ini. Perkembangan industri dan teknologi yang terjadi saat ini tentunya mampu menjadi dorongan untuk sebuah perkembangan yang sangat pesat kedepannya. Tinjauan Aktivitas *Sales Force* berfungsi untuk mengetahui apakah perusahaan tersebut sudah baik untuk melakukan penjualan produk di perusahaannya. Selain itu, dibutuhkan adanya bauran promosi yang jelas dan terstruktur jelas agar mengetahui apakah promosi di perusahaan sudah berjalan dengan baik. Pada perusahaan PT. Tunas Dwipa Matra Honda Lampung menerapkan bauran promosi antara lain : Periklanan (*Advertising*), *Personal Selling (Flyering)*, Promosi Penjualan, *Digital Marketing*, dan *Public Relation*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan Teknik pengumpulan data berupa observasi langsung ke tempat, wawancara, studi pustaka serta dokumentasi sehingga hasil dari penelitian pada Departemen digital marketing PT. Tunas Dwipa Matra Honda Lampung. Dapat disimpulkan bahwa tinjauan aktivitas *sales force* dari PT. Tunas Dwipa Matra Honda Lampung sudah berjalan dengan baik, begitu pula dengan bauran promosinya sudah berjalan baik namun seperti periklanan (*advertising*) dari PT. Tunas Dwipa Matra Honda Lampung belum terlalu efektif, perlu adanya inovasi terbaru untuk menaikkan penjualan produk.

Kata Kunci : *Sales Force*, Bauran Promosi, Penjualan