

**EVALUASI PELAKSANAAN *EVENT* DI MORO *DEPARTMENT STORE*
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PERUSAHAAN
MITSUBISHI PT SUN STAR MOTOR PURWOKERTO**

Widya Intan Sari

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui evaluasi pelaksanaan *event* dalam meningkatkan penjualan di Moro *Department Store* pada perusahaan Mitsubishi PT Sun Star Motor Purwokerto. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode wawancara kepada karyawan yang terlibat dalam pelaksanaan *event* dan dengan melakukan pengamatan secara langsung di lapangan terhadap objek yang diteliti. Penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari perusahaan dan sumber digital Gaikindo. Hasil evaluasi penelitian ini berdasarkan data penjualan perusahaan melalui pelaksanaan *event* pada periode Oktober 2019 sampai dengan Maret 2020, penjualan melalui pelaksanaan *event* tidak dapat mencapai target. Tercatat target realisasi penjualan tertinggi terjadi pada bulan Februari 2020 yaitu sebanyak 7 unit mobil dan realisasi penjualan terendah terjadi pada bulan November 2019 yaitu sebanyak 2 unit mobil dari total target penjualan melalui pelaksanaan *event* yaitu sebanyak 8 unit mobil. Penyebab penjualan tersebut tidak dapat mencapai target dikarenakan kurangnya perusahaan dalam menerapkan dimensi *event* dan karakteristik *event*, kurangnya komunikasi yang baik dari *Sales*, kurangnya kebijakan perusahaan dalam memutuskan keikutsertaan *Sales* baru yang memiliki keterbatasan *product knowledge* pada pelaksanaan *event*, dan kurangnya perusahaan dalam mengidentifikasi dan memperbaiki masalah yang menyebabkan adanya *gap* antara target dan realisasi.

Kata Kunci: *Evaluasi Pelaksanaan Event, Penjualan*

K₂ 18/3 '21

**EVALUATION OF EVENT IMPLEMENTATION AT MORO DEPARTMENT
STORE IN INCREASING SALES AT MITSUBISHI COMPANY PT SUN
STAR MOTOR PURWOKERTO**

Widya Intan Sari

Abstract

This study aims to determine the evaluation of implementation event in increasing sales at the Moro Department Store at the Mitsubishi company PT Sun Star Motor Purwokerto. This research method uses a qualitative descriptive method. Primary data collection was carried out by interviewing employees involved in the implementation of events and with make direct observations in the field of the object under study. This study also uses secondary data obtained from company and digital sources Gaikindo. The results of the evaluation of this study are based on company sales data through the implementation of events in the period October 2019 to March 2020, sales through the implementation of events cannot reach the target. The highest sales realization target was recorded in February 2020, namely 7 units of cars and the lowest sales realization occurred in November 2019, which was 2 units of the total sales target through the implementation of events namely 8 cars. The cause of these sales could not reach the target due to the lack of enterprise in applying the dimensions of the event and the characteristics of the event, the lack of good communication of Sales, lack of company policy in deciding the participation Sales of new with limited product knowledge in the exercise of event and the lack of enterprise in identifying and fix the problem that caused a gap between target and realization.

Keywords: *Evaluation of Implementation Event, Sales*