

RINGKASAN

Febrina Krisma Sari, H (2010). Strategi Pemasaran Ekspor Impor Ikan pada PT. Agung Sumatera Samudera Abadi Medan. Dibawah bimbingan Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEd selaku pembimbing I dan Ibu Dra. Isnaniah, LKS, MMA selaku pembimbing II.

Strategi Pemasaran adalah suatu himpunan komponen yang secara tepat, konsisten dan layak dilaksanakan oleh perusahaan guna mencapai sasaran pasar yang dituju target market dalam jangka panjang dan tujuan perusahaan jangka panjang (objective), dalam situasi persaingan tertentu. Mengingat demikian pentingnya strategi pemasaran dalam pencapaian tujuan perusahaan PT. Agung Sumatera Samudera Abadi Medan dalam penjualan ekspor-impor ikan, maka penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dalam rangka penulis skripsi yang diberi judul : **“STRATEGI PEMASARAN EXPORT IMPORT IKAN PADA PT. AGUNG SUMATERA SAMUDERA ABADI MEDAN”**.

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi yang digunakan perusahaan dalam mempertahankan usahanya, penelitian kepustakaan sebagai alat pengumpulan data. Teknik Analisis data bersifat deskriptif menggunakan teknik analisis data regresi linier sederhana yaitu dengan meregresi melalui program SPSS ($Y : a + bx$ atau $Y : B_0 + B_1X_1 + B_2X_2$). Adapun kesimpulan sementara (hipotesis) yang diambil oleh penulis adalah ” Dengan menjalankan strategi pemasaran yang baik dan efisien, maka penjualan ekspor-impor ikan pada PT. Agung Sumatera Samudera Abadi semakin meningkat”.

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa strategi pemasaran yang dijalankan oleh PT. Agung Sumatera Samudera Abadi sudah cukup baik dan efisien, ini terlihat dari tabel penjualan ekspor-import dalam 3 tahun terakhir mengalami peningkatan serta strategi , regresi harga dan kurs mempengaruhi penjualan dinyatakan dengan persamaan ($Y = 63,543 + 1,615 X_1 + 1,210 X_2$).

Kata kunci : Strategi Pemasaran dan Volume Penjualan