

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Didalam kelangsungan suatu perusahaan atau organisasi, baik industri jasa maupun manufaktur, strategi pemasaran dalam memasarkan produk / jasa sangat penting dilaksanakan, sebab dengan adanya strategi pemasaran yang sangat baik dan efisien maka kelangsungan usaha juga akan semakin membaik pula. Persaingan antara perusahaan dimasa sekarang semakin ketat, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk merancang dan menjalankan strategi terutama dalam bidang pemasaran, karena kesuksesan dalam strategi pemasaran akan memperlancar seluruh aktivitas perusahaan terutama dalam penjualan produk / jasa yang dihasilkan.

Berhasilnya suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya tergantung dari berbagai macam kegiatan yang dilakukannya. Salah satu dari kegiatan pokok perusahaan adalah dalam bidang pemasaran, khususnya dalam penerapan strategi pemasaran yang baik dan efisien. Adapun penerapan strategi yang baik dan efisien harus memperhatikan keadaan-keadaan yang mencakup didalamnya, misalnya : bagaimana keadaan produk tersebut, tempat, harga, saluran distribusi dan promosi suatu produk yang dipasarkan.

Dalam masa persaingan antara perusahaan yang semakin ketat, setiap perusahaan dituntut untuk merancang dan menjalankan strategi terutama dalam

bidang pemasaran, karena kesuksesan dalam pemasaran akan memperlancar seluruh aktivitas perusahaan.

Strategi pemasaran merupakan rencana tindakan pemasaran yang dirancang untuk jangka waktu yang relatif panjang dimana dalam strategi pemasaran tersebut termuat kegiatan-kegiatan yang harus dilakukan perusahaan dalam mempertahankan dan memperluas pasar atau konsumennya.

Untuk merencanakan strategi pemasaran, perusahaan perlu memperhatikan lingkungan baik yang internal maupun eksternal. Strategi yang tepat akan mendukung aktivitas lain di luar bidang pemasaran. Kelancaran dari semua kegiatan perusahaan berarti akan memudahkan perusahaan dalam pencapaian tujuan, sehingga kelangsungan hidup perusahaan lebih terjamin terutama pada saat perusahaan dalam situasi kompetitif.

Perusahaan PT. Agung Sumatera Samudera Abadi dalam menjalankan usahanya dibidang perikanan, tepatnya ekspor – import ikan. Ikan adalah salah satu makanan sumber protein yang menyehatkan bagi tubuh. Mengonsumsi produk kekuatan adalah hal yang positif. Saat ini penghasil ikan terbesar didunia masih dipegang oleh China dan untuk rumput laut Indonesia bahkan sudah menjadi menjadi jawara pertama. Indonesia adalah negara maritim terbesar didunia dengan perairan seluas 93.000 km dan panjang pantai sekitar 81.000 km atau hampir 25% panjang pantai didunia. Penghasil ikan terbesar di Indonesia terdapat didaerah kalimantan, sumatera dan papua.

Mengingat demikian pentingnya strategi pemasaran dalam pencapaian tujuan perusahaan PT. Agung Sumatera Samudera Abadi Medan, maka