

RINGKASAN

DEWI VERUM SIHALOHO, STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. INSANI ABADI MEDAN, dibawah bimbingan Dra.Hj. Rafiah. MM sebagai pembimbing I dan Harry Syahrial SE,Msi. Sebagai pembimbing II.

Dalam skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran mencakup pengertian dan pentingnya strategi pemasaran, segmentasi pasar, dan pertimbangan – pertimbangan penentuannya, bauran pemasaran, dan hambatan – hambatan yang dialami perusahaan dari produk perusahaan terhadap peningkatan volume penjualan.

Strategi pemasaran adalah sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar. Pentingnya strategi pemasaran adalah agar dapat memasarkan produk perusahaan tersebut dengan maksimal, efisien dan efektif dapat bersaing dipasaran serta merupakan suatu alat dalam menyusun perencanaan. Dengan banyaknya pesaing dipasar membuat setiap perusahaan harus merencanakan pemasarannya dengan matang, tentunya dengan strategi yang baik.

Dengan begitu banyaknya pesaing dan pembeli dipasar, maka perusahaan membuat pengelompokan atas pembeli dengan segala prioritas kepentingan yang juga merupakan bagian dari segmentasi pasar dan pertimbangan – pertimbangan penentunya. Banyak factor penentu prioritas terhadap konsumen antara lain :

kebutuhan dari konsumen yang berbeda, daya beli konsumen yang berbeda, tingkat usia dan reaksi konsumen yang berbeda terhadap variasi – variasi penawaran.

Didalam pemasaran juga sering kita dengan bauran pemasaran yaitu: campuran dari variabel – variabel yang dapat dikendalikan, yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran. Guna melakukan pemasaran secara efektif dalam bauran pemasaran ada beberapa pokok yang harus diperhatikan antara lain : Merek dagang, kemasan pembungkus, kualitas, biaya, sifat pasar dan permintaan pesaing, juga unsur – unsur lingkungan internal dan eksternal lainnya.

Dalam mencapai target penjualan perusahaan juga sering terdapat hambatan – hambatan dalam memasarkan produknya oleh karena itu setiap perusahaan mempunyai kebijakan tersendiri dalam menyelesaikan masalah tersebut dengan segala strategi yang ada.

PT. Pharma Insani Abadi Medan menjual berbagai jenis produk obat – obatan dan perusahaan tersebut melakukan strategi pemasaran dengan baik, adapun kelemahannya adalah dalam hal promosi yang kurang maksimal.