



RINGKASAN

Rut Diana Indony ; PERANAN BAURAN PEMASARAN DALAM PENINGKATAN PENJUALAN BAHAN BAKU SPRING BED PADA PT. RAJA ALBATROS MAS LUBUK PAKAM KABUPATEN DELI SERDANG. Di bawah bimbingan, Bapak Drs. H.A.Azis MM sebagai Pembimbing I dan Ibu Dra. Istianiah LKS sebagai Pembimbing II.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah pula menciptakan keterkaitan antar bangsa, mengabaikan batas-batas wilayah suatu bangsa, perbedaan bahasa, sosial budaya maupun ideologi. Sehingga semakin beraneka ragam produk yang mungkin dipilih konsumen dalam memuaskan kebutuhannya. Bagi perusahaan, perkembangan ini menandakan sengitnya tingkat persaingan. Untuk mempertahankan kontinuitas serta mengembangkan perusahaan, maka perkembangan dunia bisnis ini harus diantisipasi secara dini, yaitu dengan memuat strategi bauran pemasaran yang mampu menjawab tantangan perkembangan tersebut

Dalam upaya menyikapi kondisi tersebut maka perlu menggarap pasar lokal semaksimal mungkin. Untuk itu diperlukan strategi pemasaran yang tepat dalam upaya peningkatan target penjualan PT. Raja Albatros Mas. Dengan deaurkan hipotesis yang diajukan adalah perusahaan belum dapat merealisasikan target penjualan yang ditetapkan sejak tahun 1999 -- 2003, karena strategi pemasaran yang dijalankan belum efektif.

Strategi pemasaran PT. Raja Albatros Mas yang terdiri dari empat unsur, yakni produk, harga, distribusi, dan promosi (*marketing mix*) belum optimal dijalankan. Oleh sebab itu perusahaan harus gencar melakukan terobosan pemasaran dengan mengoptimalkan bauran pemasaran.

Adapun kesimpulan dari penulis mengenai PT. Raja Albatros Mas Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang adalah :

1. Bentuk Struktur organisasi yang digunakan Perusahaan adalah bentuk struktur organisasi Fungsional.
2. Perusahaan dipimpin oleh satu direktur operasional.
3. Kondisi pesaing perusahaan adalah industri-industri rumah tangga.
4. Target dan realisasi PT. Raja Albatros Mas dari tahun 1999 sampai dengan 2003 menurun. Ini dapat dilihat dari selisih persentase setiap tahunnya.
 - a. Serat Ball ; tahun 1999 = -12,78 %, tahun 2000 = -21,06 %, tahun 2001 = -11,43 %, tahun 2002 = -15,95 %, tahun 2003 = - 15,91 %.
 - b. Sheet ; tahun 1999 = -14,74 %, tahun 2000 = -4,75 %, tahun 2001 = -24,90 %, tahun 2002 = -40,70 %, tahun 2003 tidak diproduksi lagi karena permintaan semakin sedikit.
 - c. Cocopeat Blok ; tahun 1999 = -34 %, tahun 2000 = -26,45 %, tahun 2001 = -41,40 %, tahun 2002 = -50,26 %, tahun 2003 tidak diproduksi lagi karena permintaan semakin sedikit.
5. Strategi bauran pemasaran yang diterapkan perusahaan belum efektif sehingga target penjualan belum tercapai.

6. Hambatan yang besar dihadapi oleh perusahaan adalah sulitnya mendapatkan bahan baku ketika tidak musim buah kelapa, maka produksi kadang menjadi tertunda.

Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis mengajukan beberapa saran untuk perusahaan :

1. Kualitas produk terus ditingkatkan dengan membuat inovasi produk sehingga mempunyai kedudukan yang lebih kuat di pasar.
2. Memberikan merk pada produk sehingga konsumen mudah mengenal produk yang dibuat.
3. Membuat pembagian harga jual dalam negeri dengan harga jual luar negeri sehingga tidak ada anggapan dari konsumen dalam negeri bahwa harga jual perusahaan tinggi.
4. Perusahaan menyediakan pengangkutan dengan adanya fasilitas dan pelayanan yang baik menjadi nilai tambah bagi perusahaan.
5. Perusahaan menyediakan mesin pengering sendiri sehingga produksi tidak tertunda ketika musim hujan.