

## RINGKASAN

### **GUNAWAN SIAHAAN, "PERANAN MARKETING MIX PADA PEMASARAN PRODUK KAYU LAPIS PADA PT. TJIPTA RIMBA DJAJA MEDAN"**

(Di bawah bimbingan Drs. H.A. AZIS HASAN, MM, selaku Pembimbing I dan Dra. Hj. RAFIAH HASIBUAN, MM, selaku Pembimbing II).

Bauran pemasaran adalah merupakan kegiatan inti dari sistem pemasaran di perusahaan. Di dalam bauran pemasaran terdapat variabel yang dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen.

Variabel-variabel tersebut adalah kebijaksanaan promosi dan kebijaksanaan tempat. Peranan bauran pemasaran tersebut sangat penting karena setiap pengambilan keputusan di bidang pemasaran selalu berkaitan dengan keempat kebijaksanaan tersebut.

Agar bauran pemasaran dapat tercapai dengan efektif, maka perusahaan perlu membuat perencanaan, pengarahannya dan menjalankan pengawasan dibidang pemasaran tersebut.

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan, ditemukan masalah sebagai berikut : Bauran pemasaran yang dipakai perusahaan kurang efektif sehingga hasil pemasaran produksi tidak optimal.

Berdasarkan dari analisis dan evaluasi yang telah diberikan atas hasil penelitian pada perusahaan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. PT. Tjipta Rimba Djaja Medan adalah sebuah perusahaan swasta yang didirikan pada tahun 1977 yaitu perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi kayu lapis (plywood).
2. Struktur organisasi yang dipakai oleh perusahaan ini adalah struktur organisasi garis, dimana tugas dan wewenang mulai dari pucuk pimpinan yaitu Direktur Utama sampai karyawan bawah telah diatur secara struktur melalui ranti-ranti organisasi yang jelas sehingga setiap karyawan telah mengetahui tugas dan tanggungjawabnya dan kepada siapa ia harus melapor.
3. Bentuk persaingan yang dihadapi PT. Tjipta Rimba Djaja Medan adalah persaingan antara perusahaan sejenis yaitu perusahaan kayu lapis.
4. Adanya hambatan yang dihadapi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan kayu lapis yaitu karena tenaga pemasaran yang kurang ahli, persaingan dari perusahaan sejenis dan dalam hal penetapan harga .

Adapun saran yang diberikan penulis adalah sebagai berikut :

1. Dalam memasuki pasar penjualan PT. Tjipta Rimba Djaja Medan diharapkan dapat membuat target yang disusun dengan cermat sebagai landasan berpijak pada produksi perusahaan maupun tenaga pemasaran dalam menjalankan aktivitasnya.

2. Perlu ditingkatkan frekuensi promosi yang gencar untuk produk yang dihasilkan dan jangan hanya terfokus pada penekanan cost sehingga biaya promosi kurang diperhatikan.
3. Perusahaan sebaiknya menetapkan anggaran promosi setiap tahun yang sebelumnya tidak dianggarkan.

