

RINGKASAN



MHD NURDIN L SINAGA, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume penjualan Pada PT.Muthari Indah Perkasa Medan.

PT.Muthari Indah Perkasa Medan berdiri pada tahun 1998 dan berkantor pusat di Jl.Mandala By Pass No.115 Medan. Perusahaan bergerak dibidang jasa konstruksi pemborong umum (General Contractor) dan pembangunan perumahan (Real Estate). Perumahan yang dibangun atau didirikan oleh perusahaan berlokasi di Desa Paya Gambar (Kecamatan Batang Kuis/ Kabupaten Deli Serdang) dengan nama perumahan "KUIS INDAH PERMAI".

Volume penjualan pada PT.Muthari Indah Perkasa Medan cenderung naik turun setiap tahunnya. Ini disebabkan oleh penerapan strategi pemasaran yang dilakukan belum tepat dan dapat juga disebabkan keadaan politik dan krisis ekonomi yang melanda Indonesia.

Agar volume penjualan yang ditargetkan tercapai, perusahaan harus menetapkan strategi pemasaran yang tepat serta melakukan riset pasar terlebih dahulu untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen yang cenderung berubah-ubah serta daya beli masyarakat sehingga perusahaan dapat merebut pasar sasaran serta memperluas market share yang akan dikuasai perusahaan.

1. Pasar

Perusahaan menjual perumahannya kepada segmen konsumen pasar baik itu golongan ekonomi keatas, menengah maupun kebawah dengan merancang bangunan atau unit

perumahan kedalam empat tipe dan harga yang bervariasi untuk masing-masing kelompok konsumen pasar tersebut.

2. Produk

Perusahaan dalam membangun sebuah rumah sangat berhati-hati dengan perencanaan yang tepat perusahaan dapat membangun rumah yang mempunyai prestise yang tinggi. Perusahaan menggunakan jasa kontraktor sendiri dan jika dibutuhkan perusahaan menggunakan jasa kontraktor dari luar dalam membangun rumah dan mengawasi langsung setiap proses pembangunan rumah.

3. Harga

Perusahaan menerapkan strategi harga jual dengan cost plus pricing, dimana harga jual dapat menutupi biaya produksi ditambah dengan laba yang diinginkan perusahaan. Sistem pembayaran yang diterapkan oleh perusahaan yakni dengan cara kontan, kredit, dan kas termin. Ketiga sistem pembayaran ini sudah cukup tepat untuk mengantisipasi kondisi keuangan masyarakat dalam pembelian rumah.

4. Promosi

PT.Muthari Indah Perkasa Medan telah memiliki sasaran pasar yang tepat, hal ini sangat membantu kelancaran kegiatan promosi. Kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan baik melalui iklan, spanduk atau brosur, dan pertunjukan sudah cukup baik walaupun tidak menghasilkan dengan cepat, namun lambat laun akan terasa manfaatnya karena produk yang ditawarkan adalah rumah dimana pembeliannya tidak terus menerus.

Dalam meraih pangsa pasar, sebaiknya perusahaan terus melakukan promosi secara kontinu tidak hanya melalui medi massa seperti Koran local, maupun media elektronik seperti radio, tetapi juga melakukan kerja sama dengan instansi pemerintah seperti kantor pemerintah daerah setempat, Departemen pendidikan dan lain sebagainya dalam upaya penyediaan rumah tinggal bagi karyawan instansi tersebut. Cara lain yang dapat dilakukan dengan mengikuti pameran perumahan yang diadakan dipusat kota Medan.

5. Saluran Distribusi

Perusahaan menggunakan saluran distribusi langsung untuk penyaluran penjualan rumahnya. Perusahaan menjual rumahnya tidak memerlukan perantara/agen karena perantara atau agen akan mengambil laba untuk dirinya sendiri sehingga harga jual akan meningkat. Dalam hal ini perusahaan dapat mengurangi biaya dan dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen. Hanya saja dalam saluran distribusi langsung perusahaan sebaiknya menempatkan tenaga penjual yang handal dalam mendekati konsumen.