dalam melaksanakan program pemasarannya agar dapat berjalan dengan baik dan akan mencapai tujuan yang diinginkan yaitu perolehan laba usaha.

Agar strategi pemasaran yang ditetapkan manajemen perusahaan dapat terlaksana dengan baik, perlu dibuat perencanaan, pengarahan perencanaan dan pengawasan pelaksanaan pemasaran tersebut. Sebagaimana diketahui dalam strategi pemasaran perlu ditetapkan kebijaksanaan produk, harga, distribusi dan promosi. Keempat variabel tersebut saling berkaitan antara satu dengan lainnya dalam menciptakan keberhasilan pemasaran yang optimal. Proses pemasaran merupakan suatu proses panjang yaitu mulai dari perencanaan produksi sampai kepada penyerahan produk kepada konsumen dengan harga yang sesuai. Apabila perusahaan telah berhasil memasarkan produknya, maka perusahaan dapat memperluas bidang usahanya. Namun apabila perusahaan gagal dalam pemasarannya, maka perusahaan akan sulit untuk berkembang dan tidak dapat menjamin kontinuitas operasinya.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis merasa tertarik untuk mengadakan suatu penelitian yang hasilnya akan dituangkan dalam sebuah tulisan ilmiah dalam bentuk skripsi. Penelitian ini dilakukan pada Industri Karet PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan, karena penulis menilai bahwa perusahaan ini dapat memberikan data yang dibutuhkan dalam penulisan ini, dan memilih judul : "STRATEGI PEMASARAN BARANG-BARANG KARET PADA INDUSTRI KARET PT. PERKEBUNAN NUSANTARA III (PERSERO) MEDAN".

UNIVERSITAS MEDAN AREA

UNIVERSITAS PERPUSTAKAAN

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang penulis lakukan pada Industri Karet PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan, ditemukan masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut : Realisasi volume penjualan belum mencapai target sejak tahun 1995 - 1999

C. Hipotesis

"Hipotesis adalah perumusan jawaban sementara terhadap suatu masalah, yang dimaksud sebagai tuntunan dalam penyelidikan untuk mencari jawaban yang sebenarnya".[1)]

Sehubungan dengan masalah yang dirumuskan di atas penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut : Apabila perusahaan menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien, maka volume penjualan dapat dicapai sesuai dengan yang telah ditargetkan.

D. Luas dan Tujuan Penelitian

Mengingat terbatasnya waktu, dana dan pengetahuan yang dimiliki penulis maka penulisan ini dibatasi hanya pada hal yang menyangkut dengan strategi pemasaran pada Industri Karet PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan.

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan.
2. Untuk menambah pengetahuan penulis terutama mengenai strategi pemasaran.

UNIVERSITAS MEDAN AREA