

ABTRAKSI

CHANDRA,"ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UDANG BEKU,STUDI KASUS PT.LAURA INDO PALEMBANG."

Kegiatan pemasaran produk yang dihasilkan oleh setiap perusahaan, disadari atau tanpa disadari selalu menerapkan strategi pemasaran yang mungkin tidak sama dengan perusahaan yang lain. Strategi pemasaran ini meliputi berbagai jenis metode atau cara, dari yang sederhana menuju pada strategi pemasaran yang kompleks, dari proses menawarkan produk secara lisan sampai pada analisis strategi pemasaran.

Strategi pemasaran yang kompleks didalamnya meliputi marketing mix atau bauran pemasaran yaitu : **Produk, Harga, Promosi dan Saluran Distribusi**. Dimana ke-empat elemen strategi pemasaran tersebut antara satu dengan yang lainnya saling berhubungan, sulit untuk meninggalkan salah satu dari ke-empat elemen tersebut dalam melakukan kegiatan pemasaran.

Kebijakan produk dimulai dari tahap penciptaan produk baru yang diinginkan oleh konsumen agar dapat dipasarkan sampai pada tahap diversifikasi produk baru, karena telah melewati daur hidup produk. Penciptaan produk baru ini meliputi : Kemasan fisik, Kualitas maupun atribut produk yang lainnya.

Kebijakan harga merupakan kebijakan untuk mencari harga yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen. Dimana proses penentuan harga ini dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain kualitas, letak geografis dan pesaing.

Kebijakan promosi berhubungan dengan bagaimana cara perusahaan agar dapat menyampaikan pesan dari pihak perusahaan yang dapat mempengaruhi konsumen agar memakai produk perusahaan, dan akan membeli kembali produk tersebut. Metode promosi yang umumnya dipergunakan yaitu melalui media elektronik dan media cetak.

Kebijakan saluran distribusi merupakan proses penyampaian produk yang telah diminta atau dipesan oleh konsumen agar dapat sampai ketangan mereka. Dimana proses penyampaian ini dapat secara langsung maupun melalui perantara.

Pelaksanaan strategi pemasaran ini akan berjalan dengan baik apabila pihak perusahaan telah menganalisis keadaan perusahaan dengan lingkungan luar yang saling mempengaruhi. Metode analisis ini yang sering dipergunakan yaitu metode SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat). Sistem analisis SWOT ini untuk melihat bagaimana segala kelebihan maupun kekurangan yang terdapat dalam perusahaan dan melihat pula bagaimana peluang atau kesempatan yang akan perusahaan manfaatkan dan ancaman yang harus dihadapi oleh pihak perusahaan.