

ABSTRAKSI

SETEVANUS ALFIN : "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BERAS NONA CANTIK PADA PD. PENDAWA SAKTI PALEMBANG".

Setiap perusahaan masing-masing mempunyai dan menerapkan strategi pemasaran tersendiri untuk memasarkan produk-produknya. Strategi pemasaran meliputi berbagai jenis metode dan cara, dari yang sederhana sampai dengan strategi pemasaran yang lebih kompleks, dari proses penawaran produk secara lisan sampai dengan analisis strategi pemasaran.

Strategi pemasaran yang kompleks didalamnya meliputi bauran pemasaran (marketing mix) yang mempunyai elemen-elemen pokok, yaitu : Produk, Harga, Promosi serta Saluran Distribusi. Ke-empat elemen strategi pemasaran tersebut merupakan satu kesatuan yang saling berhubungan dan sangat berperan penting 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. Penciptaan produk baru meliputi : kemasan, fisik, kualitas maupun atribut produk yang lainnya.

Kebijakan harga merupakan kebijakan untuk menetapkan harga yang sesuai dengan kemampuan pembeli dan harus sesuai juga dengan situasi pasar serta biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan.

Kebijakan promosi berhubungan dengan bagaimana cara perusahaan agar dapat menyampaikan pesan dari pihak perusahaan untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan produk perusahaan, dan akan membeli kembali produk tersebut.

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 perusahaan telah menganalisis keadaan perusahaan dengan lingkungan luar yang saling mempengaruhi. Metode analisis ini yang sering dipergunakan yaitu Metode SWOT (Strenght, Weeknes, Opotunities, Threat). Sistem analisis SWOT ini untuk melihat bagaimana segala kelebihan, kekurangan, peluang yang dimiliki perusahaan serta ancaman yang harus dihadapi.