

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN
UNTUK PRODUK OBAT JENIS PUYER
PADA DAERAH PEMASARAN BARU
DARI PT. "X" DI SURABAYA**



Oleh :

NUH ARIA WIDJAJA

NRP. 11192014

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA
SURABAYA
1996**

ABSTRAK

Sejalan dengan semakin cepatnya proses pembangunan yang diarahkan pada pencapaian tujuan pembangunan bangsa dan cita-cita bangsa serta semakin cepatnya perkembangan perekonomian bangsa yang ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang berkembang. Hal ini menyebabkan makin tingginya tingkat persaingan diantara mereka.

Perusahaan-perusahaan harus mempunyai suatu strategi dan kebijaksanaan yang tepat untuk dapat mengatasi persaingan yang sedang terjadi. Dan didalam mencapai tujuan perusahaan yaitu pencapaian laba yang setinggi-tingginya dan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini perlu diadakan perluasan pasar didaerah-daerah yang baru.

Dimana dalam perluasan daerah pemasaran baru ini, perusahaan menerapkan strategi yang disebut "Strategi Serangan bersama" yang meliputi strategi produk, strategi harga, strategi distribusi dan strategi promosi yang merupakan penjabaran dari strategi pengembangan pasar.

Strategi yang dilakukan tersebut harus sesuai dengan keadaan perusahaan dan daerah pemasaran yang dituju. Agar supaya strategi ini dapat terlaksana dengan baik, perusahaan sangat memerlukan tenaga-tenaga yang dapat dikerahkan untuk memasarkan produk perusahaan.