

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN "X" SURABAYA



Oleh :

ADI RAYMOND WITANTO

NRP. 11192031

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

1997

ABSTRAK

Sejalan dengan pesatnya perkembangan dunia usaha dewasa ini yang ditandai dengan tumbuhnya perusahaan-perusahaan dan terjadinya pengalihan teknologi yang modern dari negara-negara maju, yang secara langsung akan membawa pengaruh kehidupan perekonomian di Indonesia. Hal ini menyebabkan makin tingginya tingkat persaingan antar perusahaan.

Perusahaan harus mempunyai suatu strategi pemasaran yang tepat agar dapat mengatasi persaingan yang sedang terjadi. Dan didalam mencapai tujuan perusahaan yaitu untuk mencapai keuntungan yang setinggi-tingginya serta untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan, maka perlu diadakannya pemilihan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan "X" di Surabaya.

Dimana dalam strategi pemasaran ini, baik yang terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi saluran pemasaran dan strategi promosi yang merupakan elemen dari suatu pemasaran. Strategi yang dilaksanakan tersebut harus sesuai dengan keadaan perusahaan. Agar strategi perusahaan ini dapat terlaksana dengan baik, maka perusahaan sangat membutuhkan tenaga-tenaga yang sesuai dengan keadaan perusahaan "X" di Surabaya.