

ABSTRAK

Heny Novia

Skripsi

Aspek-Aspek Strategi Pemasaran PT Sulindo Pada Pasar Domestik

Pasar produk ikan laut seperti yang diproduksi oleh PT Sulindo adalah besar, tetapi perusahaan tidak mengelola pasar tersebut secara optimal sehingga penjualan untuk pasar domestik relatif kecil dibandingkan pasar ekspor. Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan aspek yang menjadi pertimbangan strategi pemasaran PT Sulindo untuk pasar domestik. Desain penelitian adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan 8 informan penelitian, meliputi: 3 orang informan dari dalam perusahaan dan 5 orang pelanggan. Teknik analisis data adalah deskriptif evaluatif. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa aspek yang menjadi pertimbangan strategi produk adalah aspek kualitas dan varian produk. Aspek yang menjadi pertimbangan strategi harga adalah ketersediaan suplai produk, aspek yang menjadi pertimbangan strategi promosi adalah efisiensi biaya dan dukungan perkembangan teknologi. Aspek yang menjadi pertimbangan strategi distribusi adalah efisiensi biaya, keterbatasan armada pengiriman, serta kesediaan pembeli untuk datang ke PT. Sulindo.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Strategi Produk, Strategi Harga, Strategi Promosi, Strategi Distribusi, PT. Sulindo

ABSTRACT

Henry Novia

Thesis

The Marketing Strategy Aspects PT Sulindo For Domestic Market

The market of sea fish which produced by PT. Sulindo is vary, but the company isn't optimal for the managed of the market. The purpose of this research is to describe the marketing strategy aspects which consideration the marketing strategy role which implemented at PT. Sulindo. Research design is qualitative descriptive. The informant of this research are the internal informant and the external informant. The research informant is the thirth informant and the fifth informant others are the customer. Data analysis technique using evaluative descriptive. This research showing that the aspect into consideration product strategy by the quality aspect and the variant aspect. The price strategy is consideration by product supplay, the promotion strategy is consideration by cost efficiency and technology development support. The aspects which consideration the distribution strategy are cost efficiency, the limited of the delivery car, and the voluntary of the customer to visit to the seller site.

Keywords : *Marketing strategy, Product Strategy, Price Strategy, Promotion Strategy, Distribution Strategy, PT. Sulindo.*