

ABSTRAK SKRIPSI

Keberhasilan perusahaan banyak dipengaruhi oleh kemampuannya memasarkan produk-produk atau jasa-jasa. Pemasaran merupakan masalah penting disamping masalah produksi, keuangan maupun personalia. Dengan kegiatan pemasaran yang efektif diharapkan perusahaan dapat mempertahankan posisi pangsa pasaran, mampu memelihara kelangsungan hidup dan meningkatkan volume penjualannya. Untuk dapat mempertahankan pemasaran produk dengan efektif dan efisien perusahaan dihadapkan pada situasi dan kondisi yang senantiasa berubah. Perubahan lingkungan tersebut dapat merupakan suatu ancaman tetapi juga merupakan suatu peluang. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk selalu bersikap tanggap, mengikuti dan menyesuaikan diri dengan keadaan lingkungannya.

Dengan semakin banyaknya perusahaan yang memproduksi kembang gula, menyebabkan produk tersebut menjadi salah satu komoditi yang kompetitif pemasarannya. Perusahaan dituntut untuk dapat memproduksi dan memasarkan hasil produksinya sesuai dengan selera dan keinginan konsumen agar dapat memberi kepuasan yang maksimal sehingga bisa menjadi lebih unggul dibanding pesaingnya.

Peningkatan volume penjualan dapat dicapai dengan berbagai cara antara lain dengan menyediakan produk yang berkualitas, harga yang sesuai sehingga dapat terjangkau oleh konsumen ditunjang dengan promosi yang sedemikian rupa sehingga dapat mempengaruhi konsumen.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan kembang gula yang bermukim di kota Pasuruan. Data yang diperoleh dari perusahaan meliputi data tentang realisasi penjualan, biaya advertising dan personal selling yang telah dikeluarkan oleh perusahaan, kebijakan harga yang ditetapkan, data tentang pengembangan produk yang telah dilaksanakan oleh perusahaan. Selain itu penulis melakukan wawancara dengan pimpinan perusahaan. Berdasar penelitian yang telah dilakukan oleh penulis maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang kuat antara variabel-variabel bauran pemasaran perusahaan. Apabila perusahaan menambah pengeluarannya untuk peningkatan pelaksanaan kebijakan bauran pemasaran maka akan memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan volume penjualannya.

Berdasar uraian serta pembahasan pada bab-bab terdahulu, maka sebagai langkah terakhir penulis mencoba

menyimpulkan bahwa PT "SH" harus senantiasa memperhatikan variabel-variabel bauran pemasarannya yang dalam hal ini penulis membatasi pada biaya advertising, biaya personal selling, kebijakan harga dan produk.

Dengan kombinasi bauran pemasaran yang baik, diharapkan perusahaan dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan memuaskan target pasarnya. Selain itu juga perlu untuk mengkoordinasikan berbagai macam elemen dari bauran pemasaran tersebut untuk melaksanakan kebijakan secara tepat. Diharapkan masing-masing variabel bauran pemasaran memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkatan volume penjualan.

Kegiatan promosi yang dalam hal ini dicerminkan oleh kegiatan advertising dan personal selling sangat memberikan pengaruh yang besar terhadap peningkatan volume penjualan, maka perusahaan selayaknya memperhatikan mutu program latihan salesman agar kualitas salesman dapat ditingkatkan. Ketepatan dalam memilih media advertising juga dapat menunjang keberhasilan pemasaran produk kembang gula. Selain itu perusahaan juga perlu memperhatikan kebijakan pengembangan produk agar sesuai dengan selera dan keinginan konsumen yang senantiasa berubah.