

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PT. UJUNG GUNUNG SALJU DALAM RANGKA MENGHADAPI PERSAINGAN

ASEP BENI SUBARJA, WARDOYO,SE,MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2003

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : manajemen pemasaran

Abstraksi :

Perusahaan ini diresmikan oleh Gubernur Serang Bapak Ir.Coekrominoto pada tanggal 01 juli 1998.perusahaan ini bergerak dibidang pembuatan es balok, dengan luas area + 15000 meter persegi didaerah Ciagel- Cikande Serang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Ujung Gunung Salju. Masing-masing perusahaan, biasanya memiliki strategi sendiri untuk mengantisipasi persaingan dalam dunia usaha. PT. Ujung Gunung Salju merupakan pabrik es terbesar dengan kualitas dan kuantitas terbaik di Serang. Harga jual dari pabrik ini sama dengan harga jual dari pabrik lainnya, hanya berbeda pada kualitas dan kuantitas produk. Perusahaan ini menggunakan metode konvensional atau pemasaran dari orang yang satu ke orang yang lainnya untuk memasarkan produknya, dan konsumen terbesar tinggal di daerah sekitar pantai. Cost-Plus Pricing adalah metode yang di gunakan dalam menentukan harga jual dari es balok yang di produksi oleh perusahaan ini. Dalam memasarkan produknya ke berbagai daerah, saluran distribusi yang digunakan PT. Ujung Gunung Salju adalah saluran tidak langsung. Karena dalam hal ini perusahaan melibatkan perantara sebagai penerus dari kegiatan pemasaran. Perusahaan ini menggunakan pemasaran tiga-tingkat dalam memasarkan produknya, hal yang terutama dan terpenting dalam kegiatan memasarkan adalah masalah ke unggulan bersaing. Harga jual yang standar dengan perbedaan kualitas dan kuantitas terbaik akan tetap jadi pusat perhatian dari para komsumen. Berdasarkan penelitian dan pengamatan langsung ke lapangan sudah di pastikan PT. Ujung Gunung Salju adalah pabrik es terbaik di Serang.