

RINGKASAN

- **BUKHARI** , STRATEGI PEMASARAN BARANG-BARANG KARET PADA INDUSTRI KARET PT. PERKEBUNAN NUSANTARA III (PERSERO) MEDAN ; (dibawah bimbingan Drs.H.A. Azis Hasan, MM. selaku Pembimbing I dan Drs. H. Syahriandy MSi selaku Pembimbing II).
- **PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan** merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Perkebunan di bawah payung Lembaga BUMN (Badan Usaha Milik Negara). Salah satu usaha produksi PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan pada bidang usaha Industri Hilir adalah Pabrik Industri Karet (PIK) yang didirikan oleh Yayasan Datak (Dana Tanaman Keras) Departemen Pertanian pada tahun 1965 hingga sekarang dan terletak di jalan Medan - Tanjung Morawa Km. 9,5.
- Masalah yang dihadapi manajemen Pabrik Industri Karet (PIK) adalah : "Realisasi Volume Penjualan belum mencapai target sejak tahun 1995-1999".

- Untuk mengetahui penyebab kesulitan perusahaan tersebut penulis melakukan Hipotesis sebagai berikut : "Apabila perusahaan menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien, maka volume penjualan dapat dicapai sesuai dengan yang telah ditargetkan.
- Penulisan hanya dibatasi pada hal yang menyangkut sebagai strategi pemasaran pada Industri Karet (PIK) PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan.
- Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan dan untuk menambah pengetahuan penulis terutama mengenai strategi pemasaran serta memberikan sumbang saran bagi perusahaan sebagai alternatif pemecahan masalah sehubungan dengan kegiatan pemasarannya.
- Metode penelitian dilakukan dengan penelitian kepustakaan (library research) dan penelitian lapangan (field research). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan, wawancara, alat proses wawancara menggunakan daftar pertanyaan.

- Metode analisis yang digunakan adalah Metode Deskriptif dan Metode Deduktif.
- Struktur Organisasi yang dipakai yaitu berbentuk Organisasi Garis dan Staff, pimpinan perusahaan adalah manajer.
- Dalam melakukan analisa dan evaluasi penulis bertitik tolak dari uraian teoritis disamping hasil penelitian pada perusahaan dengan kata lain membandingkan teori-teori yang ada terhadap kegiatan yang dijalankan perusahaan dalam usaha meningkatkan daya saing dan volume penjualan dan berdasarkan perbandingan itu maka penulis dapat menarik kesimpulan yaitu :
 1. PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan adalah suatu perusahaan yang bergerak dalam produk industri Karet (PIK) yang merupakan pabrik yang diolah dari bahan karet alam yang didirikan sebagai usaha untuk meningkatkan nilai tambah terhadap pasar karet alam yang selalu cenderung mengalami degradasi dan tersisih di dalam perdagangan komoditi.
 2. Struktur organisasi yang digunakan oleh perusahaan adalah struktur organisasi lini staff, pada struktur tersebut jelas

kelihatan antara tugas dan kewajiban setiap orang yang duduk di dalam organisasi.

3. Dalam memasarkan hasil produksi perusahaan berfokus pada market lokal dan export.
4. Rencana dan realisasi baik fisik maupun rupiah setiap tahunnya di bawah anggaran.
5. Kebijaksanaan harga masih perlu dimonitor setiap saat melalui informasi pasar yang kemudian akan di analisa kembali seefektif mungkin agar keputusan mengenai harga produk dapat selalu bersaing.
6. Saluran distribusi yang digunakan perusahaan perusahaan sudah tepat dimana perusahaan menyalurkan produk melalui agen atau langsung kepada konsumen.
7. Kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh perusahaan masih sangat perlu ditingkatkan terutama pendekatan promosi aktif.

Saran yang bisa penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Dengan kebijaksanaan harga jual yang sama dengan produk saingan sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan mutu produk PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan dibandingkan dengan produk perusahaan saingan.

2. Kebijakan promosi yang dilakukan perusahaan ditingkatkan lagi yaitu pendekatan promosi secara aktif yang akan mendukung peningkatan volume penjualan.
3. Perlunya dibentuk bidang yang menangani informasi dan analisa pasar agar dapat selalu mengikuti perkembangan pasar dan sebagai bahan pertimbangan yang sangat penting dalam pengambilan keputusan kebijakan marketing serta pengembangan daerah pemasaran yang ada.
4. Perlunya peningkatan terhadap sumber daya manusia dengan menyertakan pelatihan yang lebih intensif lagi bagi para tenaga pemasar, agar tercipta profesionalisme yang tangguh dan dapat selalu mengikuti perkembangan dunia khususnya dunia pemasaran.
5. Perlunya peninjauan kembali penyusunan rencana penjualan tahunan.
6. Hendaknya diberikan rangsangan kepada para penjualan ke konsumen agar mereka lebih aktif lagi, dimana sistem penjualan yang sebenarnya adalah sistem jemput bola.
7. Hendaknya dapat mengundang Agen-agen swasta di luar lingkungan PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan, karena produk-produk Karet hasil industri Karet PTP

Nusantara III (Persero) Medan mempunyai Prospek untuk dijual di luar FTPN.

