

RINGKASAN

Penelitian ini dengan judul Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Benang Karet Pada Pabrik Industri Karet PTPN III Medan. Perumusan masalah adalah sejauhmana Strategi Pemasaran yang ditetapkan perusahaan dalam rangka usaha mencapai pemasaran produk benang karet benar-benar efisien dan efektif. Hipotesis yang diambil yaitu dengan Strategi Pemasaran yang efektif dan efisien produk perusahaan dapat atau mampu bersaing di pasar. Manfaat yang akan diterima dari penelitian yang dilakukan antara lain untuk mendapatkan penjelasan tentang Strategi Pemasaran, sebagai bahan perbandingan antara teori dan praktek serta mengetahui penerapan Strategi Pemasaran di perusahaan. Metode penelitian dengan Penelitian Kepustakaan dan Lapangan serta Analisis Data bersifat Kualitatif dan Kuantitatif.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan setelah dianalisa dan evaluasi diperoleh kesimpulan bahwa Strategi Pemasaran yang diterapkan di Pabrik Industri Karet PTPN III Medan terdiri atas Kebijakan Produk, Kebijakan Harga, Kebijakan Distribusi dan Promosi. Kebijakan penetapan harga mempunyai pengaruh yang besar terhadap peningkatan volume penjualan. Hal ini terbukti dengan dilakukannya perhitungan dengan rumus

Regresi Sederhana, di mana $Y_i = 2,75 + 0,11x$ yang memberi arti bahwa apabila harga naik sebesar 0,11 % maka volume penjualan akan naik setiap tahunnya sebesar 2,75 ton atau 2.750.000.000 kg.

Untuk lebih meningkatkan kinerja perusahaan di masa mendatang ada beberapa saran yang diajukan antara lain, dalam memasarkan produknya Pabrik Industri Karet PTPN III hendaknya lebih mengutamakan pasar lokal, penetapan harga hendaknya menjadi prioritas manajemen dan perlu adanya peningkatan efisiensi.

