

Analisis Strategi Bauran Pemasaran Produk Penyaringan Air (Medifilt) Untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif Pada PT. Kimia Sakti Kalista

Vina Elisa – 0900802916
Norina – 0900822552

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa strategi bauran pemasaran produk penyaringan air yang terdiri dari variabel produk, harga, distribusi dan promosi. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *descriptive analysis* terhadap variabel-variabel dalam bauran pemasaran. Data analisis diperoleh dari kuesioner terhadap variabel bauran pemasaran yang kemudian dijadikan input bagi perusahaan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif. Dari hasil *descriptive analysis* terhadap variabel produk diperoleh nilai 17.08 (predikat SS), variabel harga, nilai 17.26 (predikat SS), variabel distribusi, nilai 17.25 (predikat SS), dan variabel promosi, nilai 21.44 (predikat SS). Agar mencapai keunggulan kompetitif maka perusahaan akan meningkatkan strategi pemasaran produk dengan melakukan inovasi agar dapat menciptakan produk penyaringan air dengan model yang lebih bagus dan unik serta lebih efisien. Strategi harga, perusahaan memperkecil biaya operasi sehingga harga produk bisa lebih murah. Strategi distribusi melakukan pengiriman barang yang cepat dan tepat waktu serta menjaga keadaan produk agar tidak terjadi kerusakan. Strategi promosi dengan melakukan kegiatan promosi yang lebih gencar dan agresif untuk meningkatkan penjualan.

Kata Kunci:

Bauran pemasaran, Keunggulan Kompetitif