

ANALISIS PENJUALAN ASAM SULFAT SEBAGAI PEDOMAN PENYUSUNAN STRATEGI PEMASARAN DI PT. PETROKIMIA GRESIK (PERSERO)

KARYA TULIS UTAMA

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
untuk mencapai derajat Magister Manajemen

KK
MM 08/99
Santoso
a



MILIK
PERPUSTAKAAN
"UNIVERSITAS AIRLANGGA"
SURABAYA

Diajukan oleh :

IMAM SANTOSO

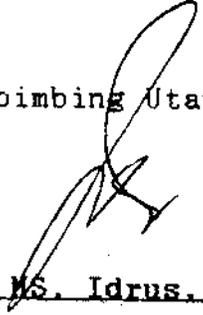
049110014-M

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
1994

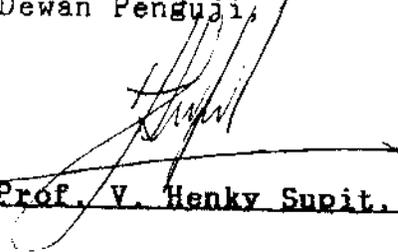
SURAT PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah menyetujui Revisi Karya Tulis Utama berjudul Analisis Penjualan Asam Sulfat Sebagai Pedoman Penyusunan Strategi Pemasaran Di PT. Petrokimia Gresik (Persero) oleh Imam Santoso (049110014M) :

Pembimbing Utama,

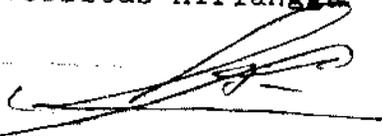

Dr. MS. Idrus, MEd

Dewan Penguji,


Prof. V. Henky Supit, SE


F.A. Handoko Sasmito, MBA

Mengetahui,
Direksi Magister Manajemen
Universitas Airlangga


Drs. Ec. A. Choesni Abdulkarim, MSc

**ANALISIS PENJUALAN ASAM SULFAT SEBAGAI PEDOMAN
PENYUSUNAN STRATEGI PEMASARAN
DI PT PETROKIMIA GRESIK (PERSERO)**

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan Asam Sulfat di PT Petrokimia Gresik (Persero) untuk digunakan sebagai pedoman penyusunan strategi pemasaran. Data yang digunakan adalah data time series selama empat tahun dari tahun 1988 sampai dengan 1991 yang diambil dari Departemen Pemasaran Produksi. Model yang digunakan adalah model Cobb Douglas.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa pasar Asam Sulfat bersifat oligopoli dan fasilitas kendaraan untuk menyalurkan Asam Sulfat dari produsen ke konsumen sangat berperan dalam peningkatan penjualan Asam Sulfat.

Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan Asam Sulfat dapat menggunakan basis biaya rendah sebagai dasar penetapan harga jual yang rendah, dengan tetap memberikan fasilitas yang sedikit lebih baik dibandingkan para pesaing.