

# 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



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,

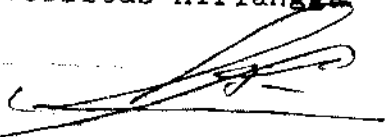
  
Dr. MS. Idrus, MEd

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.