

# **EVALUASI STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PADA USAHA KUE KERING ASH SHIFFA**

**Turini, Syahrudin SE, MM.**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : manajemen pemasaran

Abstraksi :

Kue kering Ash-shiffa merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pangan, dengan maraknya timbul produk-produk pangan baru disamping produk yang sudah ada tidak menutup kemungkinan terdapatnya produk pangan yang bervariasi dalam jumlah yang lebih besar, hal inilah yang merubah struktur pasar yang ada, persaingan cenderung kepada monopolistis dengan dasar inilah perubahan struktur pasar yang terjadi yang menuju pada strategi pemasaran yang lebih mantap. Keadaan tersebut terasa pula pada perusahaan kue kering Ash Shiffa untuk menetapkan strategi pemasarannya. Pada strategi produk perusahaan selalu mengikuti selera dari konsumennya, karena konsumen dalam pembelian akan mempengaruhi perusahaan. Kue kering Ash Shiffa dalam memproduksi barangnya juga menggunakan merk dan pembungkus yang masing-masing mengalami perubahan hal ini semua dilakukan untuk meningkatkan prestise perusahaan dan juga untuk memuaskan. Selain strategi yang diatas tadi kue kering Ash Shiffa juga menggunakan strategi promosi, strategi ini dijalankan produsen dalam rangka memperkenalkan produknya didalam meningkatkan volume penjualan disamping untuk menghadapi persaingan. Adapun kegiatan promosi penjualan yang lain antara lain periklanan dan personal selling.