

ANALISA STRATEGI PENJUALAN PT. PEPSI COLA INDOBEVERAGES DI JAKARTA SELATAN

ASTRI OCTAVIA ASBUDIN, HADIR HUDIYANTO,SE,MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2004

Universitas Gunadarma

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

kata kunci : manajemen penjualan

Abstraksi :

Strategi penjualan pada perusahaan mempunyai tujuan yang sama, yaitu mendapatkan laba yang semaksimal mungkin, tetapi strategi yang ditempuh dapat berbeda-beda. Dengan menggunakan strategi yang ditetapkan perusahaan, keberhasilan perusahaan dalam mencapai dan menembus pasar dapat dibuktikan dengan adanya pelanggan tetap yang terus sampai kini memasarkan produk PT Pepsi. Metode yang digunakan dalam penulisan ilmiah ini adalah metode lapangan berupa wawancara dan pengamatan langsung. Dari analisa kegiatan yang dilakukan PT Pepsi Cola Indobeverages bahwa strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan sudah tepat, terbukti dengan kualitas produk yang mempunyai kandungan komposisi produk yang tidak kalah lengkap dibandingkan pesaing, dan promosi yang efektif untuk mencapai target yang ditentukan, saluran distribusi yang memberi hasil yang optimal dan kebijakan harga jual terpasang PT Pepsi sudah standar dengan perusahaan minuman ringan lainnya. Dari uraian pembahasan dapat disimpulkan bahwa strategi penjualan PT Pepsi Cola sudah tepat.