

Pemilihan strategi perum survey udara panas dalam upaya mengatasi masalah pemasaran produk jasa survey dan pemasaran

Meliala, Embarina Sembiring, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184245&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah menganalisa lingkungan eksternal dan internal, menyusun ETOP dan SAP, menentukan posisi dan memilih strategi dari Perum PENAS. Penelitian dilakukan dengan wawancara kepada pihak perusahaan, MABES AURI serta penelitian kepustakaan terhadap literatur-literatur yang berkaitan dengan penulisan skripsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil usaha Perum PENAS masih cukup memprihatinkan. Persaingan dengan cara-cara yang tidak wajar melalui Dumping Price, merupakan kendala Perum PENAS dalam menerapkan Manajemen Pemasaran berdasarkan azas perusahaan. Sehingga sulit untuk memperoleh proyek dengan harga yang dapat menutupi ongkos produksi. Dan apabila harga jual dibawah harga dasar produksi maka dampaknya adalah pemeliharaan alat-alat tidak terjamin, asuransi tidak terbayar (untuk pesawat tidak diijinkan terbang tanpa diasuransikan) dan tidak dapat mengadakan replacement alat/suku cadang. Agar perusahaan dapat survive dalam situasi dan kondisi tersebut maka strategi stabilitas akan dapat menolong perusahaan dalam menghadapi masalah tersebut. Disarankan Perum PENAS dalam menghadapi masalah penerapan Azas Perusahaan dalam Manajemen Pemasarannya dapat meminta bantuan dari Pemerintah serta memanfaatkan bentuk program kerja sama dengan instansi lain melalui jalur Inter Departemen.