

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai strategi pemasaran dalam perusahaan dengan teori manajemen pemasaran. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis tentang strategi pemasaran dari buku manajemen pemasaran menurut para ahli dengan mencari perbandingan antara persamaan dan perbedaan serta menyimpulkan mengenai definisi pemasaran, lingkup pemasaran, tujuan pemasaran, konsep pemasaran, strategi pemasaran dan perencanaan strategi.

Metode penelitian yang digunakan adalah kepustakaan /literatur. Teknik pengumpulan data penelitian ini berdasarkan sumber informasi data kepustakaan seperti buku, jurnal, skripsi dan dokumen lainnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah tahap analisis dan sintesis. Tahap analisis ialah memilah-milahkan komponen informasi yang telah dikumpulkan kedalam bagian-bagian analisis. Tahap sintesis ialah upaya menggabung-gabungkan hasil analisis ke dalam struktur konstruksi.

Berdasarkan hasil penelitian, pemasaran itu bukan hanya menawarkan barang, tetapi berbagai kegiatan seperti proses menciptakan, mengidentifikasi, mengantisipasi dan mempromosikan barang-barang. Lingkup pemasaran terdiri dari lingkungan mikro (pasar, pesaing, masyarakat, pemasok, dsb) dan makro (demografi, ekonomi, alam, teknologi, dsb). Tujuan pemasaran untuk mencari keseimbangan pasar dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Konsep produksi memiliki komponen konsep produk, konsep produksi, konsep penjualan, konsep pemasaran dan konsep kemasyarakatan. Strategi pemasaran dalam perusahaan yaitu dengan cara mempertahankan dan meningkatkan keuntungan perusahaan serta rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu untuk tercapainya tujuan perusahaan. Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan analisis kegiatan marketing agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan. Analisis kegiatan 4P yaitu *product*, *price*, *place /distribution* dan *promotion*. Terdapat perbandingan definisi pemasaran, lingkup pemasaran, tujuan pemasaran, konsep pemasaran, strategi pemasaran dan perencanaan strategi menurut para ahli.

Perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang jelas. Salah satunya yaitu dengan menjalankan strategi *marketing mix* (bauran pemasaran) yaitu untuk memahami apa produk yang ditawarkan kepada konsumen, membantu merencanakan, mengembangkan dan melaksanakan pemasaran yang efektif, membantu menghadapi risiko yang akan datang dan membantu mempelajari kapan dan bagaimana mempromosikan produk kepada konsumen.

**Kata kunci : Pemasaran dan strategi pemasaran**

## **ABSTRACT**

*Research using literature review on marketing strategy within the company with marketing management theory. The purpose of this study is to find out and analyze marketing strategies from marketing management books according to experts by looking for comparisons between similarities and differences and concludes about marketing definitions, marketing scope, marketing objectives, marketing concepts, marketing strategies and strategic planning.*

*The method used is literature literature research. This research data collection technique is based on library data information sources such as books, journals, theses and other documents. The data analysis technique used is the analysis and synthesis stages. The analysis stage is sorting out the components of the information that has been collected into parts of the analysis. The synthesis stage is an attempt to combine the results of the analysis into the construction structure.*

*Based on research results, marketing is not just offering goods, but various activities such as the process of creating, identifying, anticipating and promoting goods. The scope of marketing consists of the micro environment (markets, competitors, society, suppliers, etc.) and macro (demography, economy, nature, technology, etc.). The purpose of marketing is to find market balance and provide satisfaction to consumers. The production concept has components of product concept, production concept, sales concept, marketing concept and social concept. The marketing strategy within the company is to maintain and increase company profits as well as a comprehensive, integrated and unified plan to achieve company goals. The marketing mix strategy is an analysis of marketing activities in order to find the maximum combination so that it brings satisfactory results. Analysis of 4P activities, namely product, price, place/distribution and promotion. There is a comparison of marketing definitions, marketing scope, marketing objectives, marketing concepts, marketing strategies and strategic planning according to experts.*

*Companies must have a clear marketing strategy. One of them is by implementing a marketing mix strategy, namely to understand what products are offered to consumers, help plan, develop and implement effective marketing, help deal with future risks and help learn when and how to promote products to consumers.*

**Keywords: Marketing and marketing strategy**