

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BERORIENTASI EKSPOR PADA CV DITA MANDIRI PERSADA MAJALENGKA

Deni Suhendar

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV Dita Mandiri Persada dan untuk mengetahui sejauh mana strategi pemasaran perlu direncanakan dan dimiliki oleh suatu perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan data primer diperoleh secara langsung dari hasil wawancara dan observasi pada CV Dita Mandiri Persada. Strategi pemasaran yang dilakukan CV Dita Mandiri Persada adalah dengan cara melakukan promosi agar dapat mengetahui negara apa saja yang berminat dengan produk yang ditawarkan perusahaan, yaitu menggunakan beberapa media promosi seperti website, e-mail dan pameran bertaraf internasional. Hambatan yang dihadapi oleh perusahaan dalam pemasaran ekspor yaitu biasanya hambatan tarif yaitu ketika perusahaan diharuskan membayar pajak atau biaya ketika pengiriman barang kemudian melewati beberapa negara.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Perdagangan Internasional, Ekspor*

 20/6/23

**ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY EXPORT ORIENTED AT CV
DITA MANDIRI PERSADA MAJALENGKA**

Deni Suhendar

Abstract

This research was conducted to know how the marketing strategy is carried out by CV Dita Mandiri Persada and to determine the extent to which the marketing strategy needs to be planned and owned by a company. This research is qualitative with primary data obtained directly from interviews and observations on CV Dita Mandiri Persada. The marketing strategy carried out by CV Dita Mandiri Persada is by promoting in order to find out what countries are interested in the products offered by the company, namely using several promotional media such as websites, e-mails and international exhibitions. The obstacles faced by companies in export marketing are usually tariff barriers, when companies are required to pay taxes or fees when shipping goods through several countries.

Keyword : Marketing Strategy, International Trade, Export