

## ABSTRAK

Proses perumusan strategi pemasaran merupakan proses yang diawali dengan analisis peluang pasar, meneliti dan memilih pasar sasaran, merancang strategi pemasaran yang meliputi 4P ( Product, Price, Promotion, Place ) dan mengorganisir, melaksanakan serta mengakhiri dengan usaha mengawasi dan mengevaluasi usaha pemasaran. Strategi pemasaran bukanlah suatu tahap akhir yang berhenti begitu saja, tetapi juga bukan merupakan tahap awal yang nantinya digunakan suatu perusahaan untuk memperbaiki atau bahkan merubah strategi pemasarannya. Strategi ini digunakan oleh perusahaan sebagai usaha untuk menjadikan perusahaan agar tetap berkomitmen untuk menjadi perusahaan yang market driven dan waspada terhadap perubahan yang ada di lingkungan baik internal maupun eksternal.

Perubahan pasar yang dihadapi sentra produksi batu bata dihadapkan pada beberapa permasalahan yaitu faktor – faktor yang menyebabkan perubahan pada kondisi lingkungan eksternal bisnis perusahaan, faktor – faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan, Posisi perusahaan dengan menggunakan matriks internal – eksternal.

Dengan menggunakan faktor – faktor strategi pemasaran tersebut, strategi pemasaran pada sentra produksi batu bata akan dievaluasi. Dimana dengan strategi pemasaran ini dapat dinilai seberapa besar efektifitas tingkat strategi pemasaran yang telah ditetapkan selama ini, sehingga dapat diambil tindakan untuk tetap mempertahankan atau meningkatkan strategi yang telah berjalan atau bahkan mengganti dengan strategi pemasaran yang baru bila ternyata tidak sesuai dengan standar dan kriteria yang ditetapkan.