

## ABSTRAKSI

Seiring dengan pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mendorong kemajuan disegala bidang bagi seluruh masyarakat, maka kebutuhan manusia akan barang dan jasa dari waktu ke waktu juga semakin mendesak untuk dipenuhi baik dalam hal kualitas maupun kuantitas. Tujuan perusahaan selain mencari laba (*Profit Oriented*) adalah stabilitas perusahaan yaitu mempertahankan eksistensinya serta berusaha menguasai pangsa pasarnya. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan strategi pemasaran yang dapat menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) pada perusahaan tersebut, untuk mengembangkan usahanya. Kebijakan pemasaran terdiri dari beberapa variabel yang harus direncanakan, dikoordinasikan dan diawasi dengan baik. Variabel-variabel tersebut adalah *product, price, promotion, place, people, process* dan *Physical evidence*. Ketujuh unsur ini adalah saling berhubungan, dan saling mempengaruhi.

Permasalahan dari penelitian ini adalah bagaimana kinerja kebijakan pemasaran PT Birotika Semesta Pontianak diukur dari tanggapan konsumen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yang bersifat deskriptif, dimana suatu proses penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Data-data diolah menjadi informasi serta dianalisis untuk dapat diambil kesimpulan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh individu maupun perusahaan yang pernah menggunakan jasa penitipan barang minimal dua kali, dan sampel yang diambil adalah 100 responden.

Dari penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa analisis SWOT pada PT Birotika Semesta Cabang Pontianak meliputi; produk jasa yang ditawarkan beragam termasuk seluruh barang baik paket maupun dokumen, harga yang ditawarkan bersaing, promosi dilakukan pada media televisi, pengiriman barang cepat dan tepat, masih adanya pelayanan yang kurang memuaskan, tidak terdapat potongan harga, harga yang kompetitif mempertahankan eksistensi perusahaan, promosi yang luas memberikan peluang banyaknya konsumen, tempat tujuan yang luas merupakan salah satu hal yang diinginkan konsumen, armada yang besar dan fasilitas yang baik meningkatkan prestise, semakin banyak perusahaan jasa sejenis dengan tawaran produk jasa yang beragam, harga yang ditawarkan perusahaan sejenis ada yang lebih murah, tidak semua kalangan menghabiskan waktu dengan membaca dan menonton televisi, masih ada tempat tujuan yang tidak dijangkau oleh perusahaan, perusahaan pesaing memiliki SDM yang lebih besar, pelayanan yang kurang baik membuat konsumen akan pindah ke produsen jasa lain. Dari tanggapan konsumen, dianalisis kinerja kebijakan pemasaran pada PT Birotika Semesta Cabang Pontianak. Kinerja kebijakan pemasaran pada PT Birotika Semesta Cabang Pontianak adalah cukup baik, hanya sebagian kecil responden yang tidak bersikap positif terhadap kebijakan yang telah dilakukan PT Birotika Semesta Cabang Pontianak.