

Kajian strategi pemasaran pada PT. Esqarada Batam

Jonara Yamani Danie, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=111612&lokasi=lokal>

Abstrak

Bagi perusahaan yang bergerak dalam pasar global di era hiperkompetitif seperti saat ini, tantangan yang dirasakan semakin kompleks. Kondisi seperti ini menyebabkan banyak perusahaan menghadapi permasalahan strategis. Perusahaan saling berusaha untuk memiliki keunggulan bersaing serta dituntut untuk meningkatkan aktivitas pemasarannya. Efektivitas pemasaran sangat tergantung pada formulasi strategi pemasaran yang dibuat. Dengan pertumbuhan dan persaingan yang sangat tinggi, PT. Esqarada sebagai salah satu pemain nasional yang cukup dikenal, khususnya di pulau Batam, harus melakukan strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi persaingan baik dengan sesama pemain lokal maupun dengan pemain internasional.

Strategi pemasaran dapat didefinisikan sebagai suatu analisis, pengembangan, pengimplementasian kegiatankegiatan yang meliputi strategi dalam memilih target pasar bagi jasa atau produk di dalam setiap unit bisnis, membuat atau menyusun sasaran-sasaran pemasaran dan mengembangkan, mengimplementasikan serta mengukur program-program dari strategi penetapan posisi jasa yang didisain untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan setiap pasar sasaran.

Teknik penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan studi kepustakaan yang dilakukan untuk memperoleh teori-teori dan pengetahuan yang berhubungan dengan jasa pengiriman barang dan jasa. Studi lapangan yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung dimaksudkan untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran pada perusahaan. Sumber data yang berupa data primer diperoleh dari subjek penelitian dan data sekunder diperoleh dari studi pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi korporasi yang dilakukan oleh PT. Esqarada dengan melakukan diversifikasi usaha pada bidang yang masih memiliki hubungan bisnis intinya memberikan dampak yang baik bagi kinerja PT. Esqarada secara keseluruhan. Strategi generic low cost differentiation yang diterapkan oleh PT. Esqarada untuk unit bisnisnya yaitu jasa pengiriman merupakan strategi yang tepat karena strategi ini sesuai dengan struktur industri jasa pengiriman berbentuk oligopoly differesiasi serta keadaan perusahaan yang baik, yang mengharuskan PT. Esqarada beroperasi dengan tingkat biaya yang kompetitif untuk menghadapi pesaingnya. Strategi segmentasi yang dilakukan oleh PT. Esqarada terhadap pasar yang didasarkan pada occasion (peristiwa), baik untuk pasar domestik maupun internasional, khususnya pasar domestik tidak memadai lagi untuk mengatasi persaingan dan pertumbuhan industri. PT. Esqarada perlu menyusun suatu strategi tepat baik strategi korporasi unit bisnis dan strategi fungsional, khususnya strategi fungsional pemasaran.

<hr>

For a company which moves in hypercompetitive global market like today, challenges which are available gain to be more complicated. This condition causes a lot of companies have to face strategic problems.

Companies try to be better to complete also are expected to improve their marketing activities. The effectivity of marketing really depend on the marketing strategy formulation which the company made. With the highly growth and competition PT. Esqarada as one of well-known national's corporation must capably do the right endorsement to comfort well with other national corporation as well as internationals.

Marketing strategy can be explained as an analysis, expand and implementing matters which includes strategy to decide markets target for products in every business unit, to create or manufacture markets target and expand, implement along with controlling programs from strategy to position products which design to fulfill the need and desire in every market target.

Technique research by library study is used to get theories and documentation which connected to courier and handling service matters. Field study is used by directly involved to observed accurately the marketing strategy of the company. With the help of the statistics source contains primary data, from several interviews and observations and secondary data from library study.

The result of research indicates that corporation strategy use by PT. Esqarada by doing variety of efforts in the field connect to business link, primary to give excellent result to the work of PT. Esqarada altogether. Basic strategy of low cost differentiation sets by PT. Esqarada for its business unit is express courier and handling service it's the right strategy because it fits the industrial structure in courier and handling service which develops by oligopoly differentiation also good cash condition, obligated PT. Esqarada to operate with corporative cost to confort its competitors. Strategy of segmentation done by PT. Esqarada to markets event based on domestic markets as well as internationals, especially domestics is no longer sensible to handle competition and industry expansion. PT. Esqarada ought to develop an exact strategy for corporation, business unit and functions, especially in market function strategy.