

Analisis Strategi Pemasaran Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas Batam dalam Menarik Investasi Asing

Tina Murti Agustini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=136498&lokasi=lokal>

Abstrak

Semenjak ditetapkan sebagai Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas, Batam masih belum mampu menarik investasi asing yang memiliki nilai besar, sementara dana yang diinvestasikan oleh pemerintah untuk pengembangan kawasan ini telah cukup tinggi. Salah satu faktor yang melatarbelakanginya adalah belum adanya strategi pemasaran KPBPB Batam yang jelas. Tesis ini menganalisis faktor-faktor yang menjadi Ancaman, Peluang, Kelemahan, dan Kekuatan KPBPB Batam dan menjadikannya dasar dari strategi pemasaran yang meliputi segmentasi pasar (segmenting), menetapkan target pasar (targeting), dan membuat posisi yang unik (positioning) dalam persepsi pasar yang ditarget, juga taktik pemasaran yang meliputi diferensiasi, bauran pemasaran dan penjualan. Dengan segmen investor yang disasar adalah Singapura, Jepang, Amerika, dan China, dan didukung sumber daya berkualitas yang berasal dari universitas terkemuka di Indonesia, maka posisi yang bisa ditawarkan oleh KPBPB Batam adalah "Menjadi kawasan tujuan investasi yang berdaya saing dan inovatif di bidang perkapalan, kelautan, IT dan industri manufaktur elektronika".

<hr>After its fulfillment as Kawasan Kawasan Perdagangan Bebas dan Pelabuhan Bebas, Batam still unable to attract high value foreign investment yet, while government placement asset for developing this area have been high enough. One factor that became a background of this condition is unavailability of clear marketing strategy of KPBPB Batam. This thesis analyzed factors that became Threats, Opportunities, Weakness, and Strengths of KPBPB Batam, and put these factors as a base line of marketing strategy, which is covering market segmentation (segmenting), pointing a market target (targeting), and creating a unique position (positioning) in market targeted perception, also marketing tactic which is covering differentiation, marketing mix, and selling. By targeting Singapore, Japan, United State of America, and China, and supported by talent from qualified university in Indonesia, possible offered positioning of KPBPB Batam is "Become a competitive and innovative investment destination in a matter of shipment, sea, IT and electronics manufacturing industries"