

Strategi bersaing untuk sedan-sedan mewah di Indonesia : Kasus Mercedes-Benz 230E dan BMW 520i

Ardiman Djasman, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20438574&lokasi=lokal>

Abstrak

Karya tulis ini mencoba membahas masalah yang terjadi pada industri otomotif di Indonesia, khususnya industri sedan mewah (high-class). Pembahasan karya tulis ini bertitik tolak dari disiplin ilmu atau mata kuliah Strategi Manajemen dan memfokuskan pada strategi bersaing dari sedan-sedan mewah dengan mengambil kasus Mercedes-Benz 230E dan BMW 520i sebagai objek penelitian. Persaingan bagi produsen-produsen sedan mewah untuk mendapatkan pangsa pasar cukup unik, mengingat harga jual sedan?sedan mewah ini tidak rasional lagi atau relatif sangat mahal sehingga konsumen untuk membeli produk tersebut diasumsikan sudah tidak memprioritaskan harga untuk pertimbangan pembeliannya. Dengan demikian produsen-produsen sedan mewah sebenarnya tidak sukar mendapatkan potential customer karena pasar untuk sedan mewah sudah tersegmentasi dengan sendirinya. Para produsen dituntut untuk menerapkan strategi yang dinamis dan sesuai dengan kondisi pasar. Berbagai masalah mulai dari tingkat fungsional hingga tingkat strategi di dalam perusahaari memerlukan kejelian para produsen, sehingga produsen dapat mengetahui secara dini kelemahan internal perusahaannya dan mengantisipasi ancaman eksternal terhadap perusahaan sekaligus bertindak sedini mungkin untuk menanggulangnya dan memanfaatkan peluang-peluang berdasarkan kekuatan perusahaannya.