Strategi manajemen dalam memasarkan produk baru komuter merek skhr pada PT Mitra Bersaudara Abadi Jakarta

Dyah Ekawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20438912&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan semakin berkembangnya teknologi di bidang komputer khususnya di Indonesia, maka PT Mitra Bersaudara Abadi sebagai satu-satunya agen tunggal dari perusahaan komputer AI? Alamiah di Kairo (Mesir), melihat persaingan bisnis ini dan aspek pengembangan pasar produk baru, sebagai usaha untuk mengantisipasi semakin ketatnya persaingan di pasaran akhir-akhir ini.

Pengembangan pasar atas produk baru dengan merek Sakhr ini, dilaksanakan dengan mengkoordinasikan perencanaan atas strategi manajemen dan implementasinya di pasaran, dengan bertitik tolak pada hasil-hasil analisis berbagai aspek, antara lain:

- situasi pasar persaingan dihubungkan dengan posisi perusahaan khususnya dalam pasar produk baru ini.
- faktor-faktor kekuatan dan kelemahan internal perusahaan terhadap posisi pasar dan perusahaan-perusahaan dengan bisnis sejenis.
- serta pengaruh-pengaruh yang berasal dari lingkungan makro, antara lain: iklim perekonomian, perkembangan teknologi, sosial dan budaya.

Strategi manajemen yang diterapkan oleh PT Mitra Bersaudara Abadi dalam memasarkan produk-produk bermerek Sakhr inilah yang akan dibahas di dalam karya akhir ini.

Tujuan dan pada pembahasan ini adalah untuk mengetahui apakah strategi manajemen telah berjalan secara efektif sehingga pada akhirnya dapat mencapai profitabilitas yang diharapkan.

Beberapa strategi yang disarankan antara lain, meningkatkan mutu pelayanan terutama bagi tenaga penjual (di lapangan) dan meningkatkan efisiensi dari segi otoritas serta administratifnya, sehingga hal ini tidak terlepas dari kebutuhan dan tersedianya sistem informasi yang canggih dan up to date khususnya di bidang pemasaran.