

Strategi marketing perangkat lunak komputer mikro wordstar di Indonesia : Pendekatan konsep mega marketing

Bambang Haryo Prihatmanto, author; Nefo Purwono Trianggono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20450860&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Karya akhir ini membahas perumusan strategi marketing produk perangkat lunak komputer mikro WordStar di Indonesia. Seperti diketahui bersama WordStar selama ini sudah lama dan banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, akan tetapi penunjukan PT Wahana Datam Tiara sebagai distributor resmi produk WordStar di Indonesia baru dilakukan awal tahun ini.

Perumusan strategi marketing dalam karya akhir ini menggunakan konsep Mega Marketing. Mega Marketing adalah aplikasi dan ketrampilan dalam bidang ekonomi, psikologi, politik dan hubungan masyarakat yang dikoordinasikan secara strategik untuk memperkuat kerjasama antar kelompok yang terlibat dalam rangka memasuki atau beroperasi pada pasar tertentu. Konsep ini berisi program bauran marketing dengan tambahan dua variabel yaitu Power (Kekuasaan) dan Public relation (Hubungan masyarakat).

Konsep Mega Marketing digunakan oleh karena pasar yang dihadapi adalah blocked/protected market. Keadaan ini ditandai dengan adanya kesadaran hukum yang rendah, keengganan pemakai untuk membeli produk resmi yang lebih mahal karena sebelum adanya Undang - Undang Hak Cipta mereka bisa mendapatkan produk ini secara murah, adanya instansi yang membelj produk WordStar langsung dan luar negeri dan mudahnya melakukan pengkopiari produk ini. Keadaan tersebut menjadikan pertimbangan digunakan konsep Mega Marketing sebagai pemecahan masalah.