

Strategi perdagangan internasional di PT Astra Otoparts Tbk

Ignasius Steve W. W., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20453681&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Kinerja PT Astra Otoparts Tbk Unit Niaga Divisi Internasional pada tahun 1999 mempunyai total penjualan sebesar US\$ 32.991.430 di mana 44% -nya berasal dari penjualan unit sepeda motor Honda ke Greece. Produk unggulan lainnya adalah battery dengan pasar utama di Timur Tengah (27%).

Strategic Planning dilakukan sebagai sarana untuk menghadapi persaingan global , menghadapi perubahan di pasar dan mengurangi ketergantungan pada salah satu produk I customer /pasar tertentu.

Hasil dari Strategic Planning ini adalah formulasi program untuk level Divisi meliputi Survey Pasar, Pengembangan Produk Baru, Penyusunan Organisasi Matrix, Penjajakan Branch Office di Dubai dan Pemanfaatan E Commerce.

Untuk level Departemen meliputi Departmen Autoparts perlu melakukan fokus dan utilisasi data survey pasar , Departemen Battery/ Motorcycle perlu memperkenalkan produknya ke pasar-pasar baru (MC) dan produk baru ke pasar baru (Battery), department Tyre/ Tube perlu memperkenalkan produk baru ke pasar yang baru.