

Analisis Strategi Pemasaran Untuk Mendapatkan Keunggulan Kompetitif Pada Perusahaan Otomotif Isuzu Indonesia = Marketing Strategy Analysis To Gain Competitive Advantage Of Automotive Company Isuzu Indonesia

Mikha Karmel, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20514933&lokasi=lokal>

Abstrak

Fokus penelitian ini adalah tentang analisis strategi pemasaran Isuzu MU-X di PT. Isuzu Astra Motor Indonesia yang menghadapi persaingan ketat dari kompetitor utamanya. Analisis strategi pemasaran didasarkan pada konsep manajemen strategis industri, dengan menggunakan tiga tahapan kerangka perumusan strategi, yaitu tahap input, tahap pencocokan, dan tahap desicion. Menggunakan enam alat utama yaitu Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks CPM, Matriks SWOT, Matriks IE (Internal Eksternal), dan Matriks Perencanaan Stratgik Kuantitatif. Alat-alat ini akan digunakan sebagai pembanding satu sama lain saat merumuskan strategi. Ini juga melibatkan metode AHP untuk pembobotan setiap faktor. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran terbaik Isuzu MU-X adalah pengembangan produk dan pengenalan mobil dengan reviewer mobil ternama di Indonesia seperti Otodriver, Motomobi, Autonetmagz untuk mendapatkan perhatian lebih dari strategi publik untuk bersaing dengan kompetitor utama. dan untuk meningkatkan volume penjualan

.....The focus of this research is about the analysis of marketing strategy for Isuzu MU-X at PT. Isuzu Astra Motor Indonesia, which faces high competition from its main competitors. Marketing strategy analysis is based on the concept of industrial strategic management, by using three stages of strategy formulation framework, namely the input stage, matching stage, and desicion stage. Using six main tools which are IFE Matrix, EFE Matrix, CPM Matrix, SWOT Matrix, the IE (Internal External) Matrix, and the Quantitative Stratgic Planning Matrix. These tools will be used as a comparison with each other when formulating strategies. It also involves the AHP method for weighting each factor. The results of this study indicate that the best marketing strategy for Isuzu MU-X are product development and introducing the car with well-known car reviewers in Indonesia such as Otodriver, Motomobi, Autonetmagz to get more attention from public strategy to compete with major competitors and to increase sales volume.