

Strategi Pemasaran Alat Mesin Pertanian Dalam Persaingan Industri Mekanisasi Pertanian di Indonesia (Studi Kasus Pada PT. Yanmar Agriculture Machinery Manufacturing)

Hari Priyono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71867&lokasi=lokal>

Abstrak

Kebijakan Pemerintah dalam pembangunan ekonomi dengan menempatkan agribisnis sebagai penggerak ekonomi nasional merupakan daya tarik industri dan dimanfaatkan sebagai peluang pasar yang menarik. Potensi sumber daya alam yang dimiliki serta jumlah tenaga kerja yang berada pada sektor ini merupakan kekuatan potensial yang dapat dikembangkan untuk mendukung target pertumbuhan ekonomi.

Bagi dunia bisnis di satu sisi bidang alat mesin pertanian, merupakan peluang pasar yang sangat besar. Namun di sisi lain perusahaan mekanisasi pertanian, antara lain PT. Yanmar Agriculture Machinery Manufacturing belum sepenuhnya mampu memanfaatkan peluang ini. Berbagai upaya peningkatan kinerja pemasaran telah dilakukan untuk memenangkan persaingan. Untuk menetapkan strategi pemasaran yang tepat PT. Yanmar Agriculture Machinery Manufacturing perlu diidentifikasi posisi bersaing dan strategi pemasaran yang sesuai didasarkan pada kekuatan bisnis yang dimiliki serta kekuatan daya tarik Industri alat mesin pertanian di Indonesia.

Dengan menggunakan perencanaan pemasaran strategik, maka penelitian diawali dengan melakukan identifikasi faktor-faktor lingkungan internal perusahaan yang berpengaruh. Posisi bersaing diketahui dengan menggunakan analisis matriks General Elektrik, sedangkan untuk mengukur derajat kepentingan masing-masing faktor yang berpengaruh maka digunakan metode Proses Hierarki Analisis dan dibantu dengan alat pemrosesan data Expert Choice.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa daya tarik industri alat mesin pertanian dominan dipengaruhi faktor politik dan kebijakan pemerintah yang kondusif. Disamping itu, adanya pengelolaan perusahaan yang mendukung peningkatan perolehan laba sangat berpengaruh.

Agar mampu meningkatkan pangsa pasar, maka perlu menerapkan strategi Market Leader dan didukung dengan penggarapan pasar melalui peningkatan keunggulan produk. Strategi pemasaran yang diterapkan berdasarkan bauran pemasaran adalah meningkatkan investasi guna mempertahankan keunggulan produk dan variasi jenis alat mesin yang dipasarkan. Pengembangan pemasaran diarahkan dengan mengembangkan jaringan distribusi dan pemasaran pada wilayah-wilayah sentra produksi. Peningkatan kerjasama dengan industri komponen dalam negeri yang didukung kebijakan "direct marketing" perlu diterapkan sehingga lebih efektif mendukung peningkatan kinerja perusahaan.