

Upaya meningkatkan pangsa pasar pelumas otomotif Mesran melalui strategi bauran pemasaran dengan metode quality function deployment (QFD)

Primarini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71870&lokasi=lokal>

Abstrak

Berdasarkan Keppres No 18/1988, penyediaan dan pelayanan pelumas termasuk impor pelumas untuk kebutuhan dalam negeri masih dikuasai pemerintah melalui Badan Usaha Milik Negara yaitu PERTAMINA. Monopoli pasar pelumas ini akan semakin berkurang intensitasnya karena dalam era globalisasi sistem perdagangan dunia menjadi lebih terbuka, tidak terhambat oleh batas-batas negara. Untuk bisa tetap bertahan dan bahkan meningkatkan keuntungan di dalam pasar yang semakin kompetitif ini, PERTAMINA harus menetapkan strategi pemasaran yang jitu. Salah satu hal yang bisa dijadikan acuan dalam menerapkan suatu strategi pemasaran adalah dengan mengetahui keinginan konsumen tentang produk pelumas berikut bauran pemasarannya serta persepsi konsumen tentang produk Mesran saat ini beserta produk pesaingnya. Metode yang digunakan adalah metode multi atribut dengan bantuan perangkat lunak SPSS (Statistical Product and Service Solutions) untuk mengetahui karakteristik bauran pemasaran produk pelumas yang diinginkan konsumen, ada tidaknya perbedaan antara keinginan konsumen dengan persepsinya terhadap produk pelumas Mesran dan 4 produk pesaingnya yaitu Top 1, Pennzoil, Shell, Motul, serta perbedaan persepsi kelompok konsumen, dealer, dan bengkel terhadap produk Mesran. Sedangkan QFD (Quality Function Deployment) digunakan untuk membantu menetapkan hal-hal yang dianggap sebagai prioritas untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini sejalan dengan filosofi pemasaran yaitu meningkatkan keuntungan melalui identifikasi kebutuhan konsumen dan menawarkan paket produk yang mampu memenuhi kebutuhan tersebut, serta lebih mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dibandingkan para pesaing.

.....Based on Presidential Regulation No. 18/1988, supplying tube oil include import tube oil for domestic demand is under government control via PERTAMINA, oil and gas company owned by government. Monopolistic market will be decreased along with the global market. For survive and even to increase profit in the competitive market, PERTAMINA has to decide straight marketing strategy. One of this strategy is knowing customer's need especially in tube oil product with its marketing mix, and customer's perception about Mesran and other competitors.

Multi attribute method is used with SPSS (Statistical Product and Service Solutions) software to know the difference between importance and perception's customer about Mesran and other competitors such as Top 1, Pennzoil, Shell, and Motul. Beside this, SPSS is used to know the difference among customer's group perception about Mesran. To know information about priority to fulfill customer's need, QFD (Quality Function Deployment) can use as a tool. All these things are suitable with marketing philosophy to increase profit through identification customer's need and offer product to fulfill this need and make customer more satisfier than other competitor.