

Prospek dan strategi pengembangan pemasaran produk industri baja studi kasus pt. Wijaya Karya di Indonesia

Bambang Andjar P, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=97415&lokasi=lokal>

Abstrak

Rekayasa konstruksi baja, termasuk dalam industri yang menerapkan teknologi tinggi. Sektor ini merupakan andalan dalam memenuhi AFTA, dan diharapkan dapat memberikan sumbangan nyata dalam mencapai sasaran utama PJPT II yang memprioritaskan pada era penerapan teknologi tinggi.

Tujuan penulisan karya akhir ini adalah untuk memperoleh gambaran umum usaha rekayasa industri baja di Indonesia serta mempelajari perencanaan dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh salah satu pelaku bisnis ini yakni PT. WIKA

Melalui analisis awal SWOT dan AHP yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman diharapkan dapat diformulasikan perencanaan yang baik, khususnya dalam menentukan strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh PT WIKA pada divisi konstruksi industri. Selanjutnya pembahasan analisis SWOT akan dilanjutkan dengan analisis "portofolio" maupun "product life cycle" untuk dapat menggambarkan posisi kompetitif yang dimiliki PT WIKA pada saat ini.

Dari hasil analisis diperoleh gambaran bahwa PT WIKA mempunyai kekuatan yang menonjol dalam sarana dan prasarana produksi yang handal penguasaan pangsa pasar, di samping itu sebagai BUMN ketiga terbesar di Indonesia yang mempunyai sumber dana yang kuat. Sedangkan kelemahan perusahaan meliputi: kemampuan mengolah info pasar, dan kegiatan administrasi proyek. Hal lain adalah pengembangan dan penelitian masalah desain, spesifikasi, juga profesionalisme dalam bidang administrasi keuangan maupun teknis masih harus ditingkatkan.