Strategi peningkatan pangsa pasar PT Emdeki Utama

Mariana Setjokusumo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184191&lokasi=lokal>

Abstrak

PT Emdeki Utama adalah satu-satunya produsen karbit di Indonesia. Jaraknya yang dekat dengan konsumen lebih memungkinkan PT Emdeki Utama untuk melayani konsumen dengan sebaik-baiknya. Tujuan skripsi adalah untuk mengkaji strategi dan program pemasaran PT Emdeki Utama dalam memanfaatkan keunggulan jarak dekat tersebut. Salah satu caranya adalah membuat produk baru yaitu karbit dalam kemasan plastik yang dapat memberikan kemudahan- kemudahan bagi konsumen. Faktor-faktor yang mendorong PT Emdeki Utama membuat karbit dalam kemasan plastik adalah Persaingan yang ketat. Agar dapat lebih bersaing dengan karbit impor PT Emdeki Utama harus dapat menekan harga pokok produksi karbitnya. Salah satu unsur yang membuat tingginya harga pokok produksi karbit HDQ adalah tingginya harga baja. Selain itu PT Krakatau Stesl sebagai satu-satunya produsen baja di Indonesia kurang memperhatikan pelayanannya dalam hal menjaga kesinambungan pasokan bajanya ke PT Emdeki Utama. Sehingga PT Emdeki Utama terpaksa mencari pengganti drum sebagai kemasannya. Keadaan diatas mendesak PT Emdeki Utama untuk secepat mungkin dapat merealisasikan ide-ide yang ada menjadi produk baru. Jadi bagi PT Emdeki Utama waktu yang terbaik untuk melempar produk baru adalah secepatnya. Keberhasilan PT Emdeki Utama dalam mengembangkan karbit dalam kemasan plastik banyak dibantu oleh posisi PT Emdeki Utama sebagai satu-satunya produsen karbit di Indonesia serta sebagai market leader dalam industrinya. Hal ini membuat PT Emdeki Utama memiliki posisi yang lebih kuat dari pesaingnya, sehingga dalam usaha mengembangkan produk barunya, reaksi pesaing relative dapat diabaikan. Produk baru memegang peranan yang semakin penting, karena itu PT Emdeki Utama harus lebih tanggap dalam pencarian ide-ide baru. Hal ini dapat dicapai dengan melibatkan seluruh jajaran personnel PT Emdeki Utama untuk lebih peka dalam mencari peluang-peluang yang ada.