

Marketing strategies in Indonesia comparative study

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20277660&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam rangka mewujudkan Tujuan Nasional sebagaimana tertera dalam pembukaan Undang--Undang Dasar 1945, pelaksanaan Garis-Garis Besar Haluan Negara seperti dituangkan dalam rencana-rencana pembangunan lima tahun telah menggerakkan proses industrialisasi yang hingga kini telah menghasilkan ratusan industri baru maupun perluasan atau modernisasi dari industri yang sudah ada, Perubahan-perubahan nyata ini dengan sendirinya mempengaruhi dunia usaha Indonesia, kebutuhan dan tatalaku para konsumen serta cara-cara pemasaran barang-barang. Struktur pasar yang berubah dari sellers 'menjadi buyers_ market dan perubahan tatalaku konsumen telah menghadapkan para ind.ustriawan nasional pada situasi pasaran yang sejauh ini belum banyak dikenal. Keadaan pasar baru itu menyaratkan secara mutlak peninjauan kembali dari orientasi usaha dan pemasaran perusahaan (business and marketing orientation). Pemakaian konsep dan tehnik-tehnik pemasaran yang lebih up-to-date maupun dinamis kini menjadi sangat penting, dan diperlukan untuk menjamin kelangsungan hidup ser_ta pertumbuhan perusahaan (= industri). Kelangsungan hidup dan pertumbuhan industri-industri itu uihari_- _hari mendatang menyaratkan pula usaha-usaha perluasan daerab pemasarannya (geo_graphical market coverage) dan cara pemasaran yang lebih terarah atau selek_tip (selective marketing). Pemasaran selektip itu adalah penting untuk pe-rumusan strategi pemasaran perusahaan, agar sesuai dan tepat Mengenai sasaran_nya (target market). Karena dalam kenyataan pasar suatu barang adalah tidak