

Strategi imitasi kafe berkonsep etnik Indonesia di Kemang, Jakarta

Henry Prajaya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109695&lokasi=lokal>

Abstrak

Penggunaan strategi imitasi sebagai bagian dari pengembangan produk baru tampaknya merupakan suatu fenomena yang tidak dapat terelakkan, baik hanya sekedar meniru dan membajak suatu produk atau malah melakukan suatu adaptasi kreatif yang mampu membuat produk tersebut lebih baik dari produk yang lama. Strategi imitasi sebenarnya sudah lama diterapkan dan merupakan hal yang lumrah diterapkan di dunia bisnis dengan berbagai cara. Negara Jepang yang sekarang terkenal mempunyai teknologi yang tangguh bahkan juga menerapkan strategi imitasi di berbagai produk seperti kamera, otomotif; serta berbagai perlengkapan elektronik.

Fenomena strategi imitasi dan tiru meniru juga terjadi di Indonesia. Sebagai contoh adalah pemakaian warna biru perusahaan taksi Blue Bird yang dipercaya konsumen pada banyak taksi di Jakarta (Susianto, 1999). Strategi imitasi product pirates dapat dilihat secara jelas di Mangga Dua, Jakarta atau di Tanggul Angin, Jawa Timur. Kawasan Mangga Dua di Jakarta merupakan tempat yang dituju bila konsumen membutuhkan software, kaset atau vcd bajakan berharga murah. Bila konsumen menginginkan tas, dompet dan sepatu kulit dengan merk terkenal dengan harga murah dapat pergi ke kawasan Tanggul Angin di Jawa Timur tempat dijualnya tas, dompet atau sepatu bajakan (Kasali, 2000).