

# ANALISIS PERSAINGAN PASAR HANDPHONE DI MALANG PLAZA SEBAGAI PENENTU STRATEGI PEMASARAN YANG TEPAT

 Oleh: RONI AGUSTIYAN ( 99610366 )

Management

Dibuat: 2009-01-28 , dengan 3 file(s).

**Keywords:** strategi, pemasaran, persaingan pasar

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat memang menghasilkan implikasi yang begitu dahsyat. Informasi dari negara lain dapat dengan mudah dan cepat untuk diketahui. Seakan tidak ada pembatas atau penghambat antara Negara akibat letak geografis, seperti: daratan, lautan, pegunungan dan sebagainya. Dengan begitu mudah, cepat, dan efisien. Dengan adanya persaingan yang begitu ketatnya, maka penjual harus bias menerapkan strategi yang efektif untuk menunjang penjualan barang. Sebelum menerapkan yang tepat perlu diketahui bagaimana posisi persaingan antar penjual handphone dan juga pangsa pasar yang ada, sehingga penjual mampu menerapkan strategi yang baik dan mampu meningkatkan penjualan. Untuk mengetahui posisi persaingan bisa digunakan alat analisis tersebut akan dapat diketahui posisi persaingan pasar handphone di Malang Plaza, perusahaan dapat menentukan strategi yang efektif sesuai dengan posisi pesaingannya.

Ada dua tujuan dari skripsi ini. Pertama untuk mengetahui posisi persaingan YOEZ Cellular di Malang Plaza. Kedua, untuk mengetahui strategi yang diterapkan sesuai dengan posisi persaingan YOEZ Cellular di Malang Plaza.

Pengumpulan data menggunakan metode penelitian lapangan dan studi pustaka. Dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa data yang diperoleh secara langsung dari counter dan data sekunder berupa data pendukung yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua sampel yang diteliti termasuk YOEZ Cellular berada pada posisi persaingan penggarap relung pasar dan terjadi persaingan yang sangat ketat. Sedangkan strategi yang selama ini digunakan oleh YOEZ Cellular adalah strategi getok tular, artinya pemasarannya mengandalkan kepada konsumen untuk menyebarkan pengalamannya kepada orang lain dan diharapkan menjadi pelanggan YOEZ Cellular.

Kesimpulan dari skripsi ini adalah secara umum strategi yang digunakan oleh YOEZ Cellular kurang efektif dan perlu adanya strategi baru yang diharapkan bias menaikkan posisi bersaing di pasar. Sedangkan strategi yang disarankan adalah strategi pemakai akhir, artinya penjualan difokuskan kepada konsumen langsung (bukan ke counter lain) dan strategi spesialisasi produk yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan karena hanya menjual produk-produk yang paling diminati oleh konsumen.

## ABSTRACT

Information technological developing which so quick really result so implication gigantic. Information of other state gets easily and quick to be known. One will no confining or resistor among geographical position effect State, as: continent, ocean, mountain etcetera. Insignificantly, quick, and efficient. With marks sense so emulation its tights, therefore grocer shall make lee way to apply effective strategy to prop goods sell. Before applying in point needs to be known how emulation position among grocer handphone and also aught market compartment, so grocer can apply good strategy and can increase sell. To know emulation

position can utilize that analysis's tool will get to know market emulation position handphone at Malang Plaza, firm can determine effective strategy according to its emulation position.

There is two aims of this paper. First to know persaingan YOEZ Cellular's position at Malang Plaza. Both of, to know strategy that is applied corresponds to YOEZ Cellular's emulation position at Malang Plaza.

Data collecting utilizes to methodic field research and studi is library. In this research utilize primary data as data that acquired straightforward from counter and secondary data as data of supporting that gets bearing with observational one is done.

Analysis's result points out that all sample which be analyzed included YOEZ Cellular lies on course emulation penggarap market niche and make is emulation that really tight. Be all this time strategy utilized by YOEZ Cellular is strategy knock to contaminate, its mean is its marketing relies to consumer to broadcast its experience to others and is expected as customer YOEZ Cellular.

Conclusion from skrpsi it is in common strategy which utilized by YOEZ Cellular less effective and needs to mark sense expected new strategy refractive raise competing position at market.

Meanwhile suggested strategy is end user strategy, its mean is sell is focused to direct consumer (don't go to counter any other) and product specialization strategy that aims to increase sell because just sell product the most hankered by consumers.