

RINGKASAN

Dalam setiap bisnis yang dilakukan oleh perusahaan, fungsi pemasaran merupakan ujung tombak yang sangat menentukan kelangsungan hidup bagi operasi perusahaan. Kegiatan pemasaran merupakan awal dan akhir proses pengelolaan bisnis.

Pada awalnya, pemasaran berfungsi sebagai pengumpul data dan informasi pasar yang meliputi tingkat permintaan konsumen atas produk perusahaan, perilaku konsumen, tingkat harga pasar, kondisi persaingan dan kondisi pasar pada umumnya. Berdasarkan fungsi pasar inilah perusahaan dapat merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan aktivitas produksi untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan permintaan pasar.

Pada akhirnya fungsi pemasaran pulalah yang mempertemukan hasil produksi perusahaan dengan kehendak pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran dan penciptaan nilai bagi pencapaian kepuasan pelanggan dan pengembangan pasar .

Potensi Pasar Otomotif saat ini sangat baik dimana terjadi peningkatan pangsa pasar yang luar biasa pada tahun 2000 yaitu sebesar 300.963 unit dari tahun sebelumnya yang sebanyak 93.814 unit dan terus meningkat sampai dengan

tahun 2002 (317.728 unit) walaupun tidak terlalu besar. Saat ini otomotif di Indonesia sedang menggairahkan, namun ramalan trend pertumbuhan pasar otomotif di Indonesia tahun 2003 dan 2004 menurun.

PT. INDOMOBIL merupakan satu kelompok usaha otomotif yang terbesar di Indonesia dengan focus usaha dibidang ritel, pelayanan dan pembiayaan kendaraan bermotor. Perseroan dan anak perusahaan merupakan Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) dan atau distributor dari sembilan merk mobil terkenal, yaitu ; Audi, Hino, Mazda, Nissan, Renault, Suzuki, Volkswagen dan Volvo dengan ragam produk kendaraan roda empat dan dua, kendaraan serbaguna, truk dan bis, truk alat berat. Perseroan juga investasi di beberapa bidang keuangan, teknologi informasi, jasa pengelolaan gedung, perdagangan, penyewaan kendaraan bermotor, suku cadang dan pelayanan purna jual yang terintegrasi. PT. Indomobil bersama dengan manajemen perseroan merupakan pemasok terbesar untuk pasar kendaraan bermotor di Indonesia sejak tahun 1987. Keberhasilan ini dicapai berkat adanya strategi yang tepat. Pengetahuan yang mendalam mengenai kebutuhan dan keadaan pasar, serta komitmen yang tinggi untuk menciptakan model baru dan pelayanan purna jual. PT. Indomobil juga mengoperasikan pabrik yang besar untuk perakitan kendaraan, pabrik press untuk badan kendaraan, pabrik pengecoran untuk rangka mesin dan pembuatan power train.

Produksi PT. Indomobil yang dipasarkan dan menjadi andalan kendaraan Suzuki. Berbagai type suzuki dikeluarkan untuk memenuhi berbagai segmen pasar seperti ; AERIO, GRAND ESCUDO XL, DRAND ESCUDO, BALENO MASK, GRAND VITARA, KARIMUN, KATANA, CARRY 1.0 PIC UP CARRY 1.0 MINIBUS, CARRY 1.45 PICK UP, CARRY 1.5 MINIBUS. Mobil suzuki yang dirancang khusus untuk memenuhi pasar Indonesia, memiliki kapasitas tempat duduk yang relatif lebih banyak, kekuatan dan road clearance yang tinggi serta pemeliharaan yang relatif mudah. Penjualan dalam negeri selama ini didukung oleh program pengembangan yang dilakukan secara terus menerus dimana hasil dari program ini adalah penyempurnaan dan penciptaan model baru. Di dalam memasarkan produknya di Indonesia. PT. Indomobil didukung oleh Main Dealers yang tersebar di seluruh pelosok di Indonesia.

Pangsa pasar PT. Indomobil terus mengalami peningkatan. Posisi pangsa pasar ini merupakan pencerminan dari peningkatan jaringan distribusi, pelayanan purna jual yang menyeluruh dan rentang produk yang beragam.

Strategi Bersaing PT. INDOMOBIL dalam memasarkan produk adalah strategi pemasaran modern, yaitu strategi kombinasi antara produk , harga, penempatan, promosi, publisitas, niat baik perusahaan dan pelayanan. Dalam hal Strategic Thrust PT. Indomobil memilih strategi differentiation dengan alasan karena produk PT. Indomobil berkualitas.