

ABSTRAKSI

Eddy Martono. NPM : 16.31.1047 " ANALISIS STRATEGI DALAM MEREbut MARKET SHARE SEPEDA MOTOR DI PT. AGRO BANJARMASIN ". Pembimbing I (Hi. Lamsah, SE. MM) dan PembimbingII (Ervica Zamilah, SE. MM)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui metode strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan penjualan sepeda motor. 2) Untuk mengetahui Strategi bertahan PT. Agro Banjarmasin dalam menghadapi persaingan penjualan sepeda motor.

PT. Agro Banjarmasin : adalah salah satu usaha dagang yang bergerak di bidang penjualan sepeda motor dan speart part yang terdapat di kota Banjarmasin.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Pengambilan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan teknik wawancara

Hasil dari penelitian ini adalah manajemen strategi haruslah dilihat sebagai usaha untuk mengetahui sedini' mungkin kekuatan dan kelemahan perusahaan agar perusahaan mampu bertahan (survive) menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang terus menerus. Dengan demikian, perusahaan siap setiap saat merebut peluang bisnis yang muncul. Perusahaan mencoba bertahan hidup dan di saat yang sama siap menangkap peluang emas yang dapat muncul secara tiba-tiba.

Hendaknya Untuk mempertahankan posisi, perusahaan dominan dapat memiliki strategi penurunan harga pasar dengan cara memperluas pangsa pasar yang dikuasai. Jika pasar tidak cukup bestir dan tidak sedang berada di dalam tahap pertumbuhan, strategi ini lebih menjanjikan keberhasilan untuk mengeluarkan perusahaan pesaing dari pasar.

Data Kunci: Strategi, Market Share.

ABSTRACT

Eddy Martono. NPM: 16.31.1047 "STRATEGY ANALYSIS IN MARKETING SHARE OF MOTORCYCLE SHARE IN PT. AGRO BANJARMASIN ". Supervisor I (Hj. Lamsah, SE. MM) and Supervisor II (Ervica Zamilah, SE. MM)

This research was conducted to find out: 1) To find out the right strategy method to deal with motorcycle sales competition. 2) To find out PT. Banjarmasin Agro in the face of competition in motorcycle sales.

PT. Banjarmasin Agro: is one of the trading businesses engaged in the sale of motorcycles and spare parts found in the city of Banjarmasin.

The research method used is descriptive qualitative method. Data retrieval is done by using interview techniques

The result of this research is that management strategy must be seen as an effort to find out as early as possible the strengths and weaknesses of the company so that the company is able to survive in the face of changing business environment continuously. Thus, the company is ready at any time to seize business opportunities that arise. The company is trying to survive and at the same time is ready to seize the golden opportunities that can arise suddenly.

To maintain its position, a dominant company can have a market price reduction strategy by expanding the market share it controls. If the market is not large enough and is not in the growth stage, this strategy is more promising for the success of removing competing companies from the market.

Keywords: *Strategy, Market Share.*

1. Pendahuluan

Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan strategi pemasaran yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran modern dewasa ini mempunyai peranan yang sangat besar sebagai penunjang langsung terhadap peningkatan laba perusahaan.

2. Landasan Teori

- 1) Analisis : yaitu segenap rangkaian perbuatan pikiran yang menelaah sesuatu secara mendalam.
- 2) Strategi : Tjiptono (2000:3) mengemukakan bahwa:"Strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi".
- 3) Market Share adalah Bagaimana caranya suatu perusahaan dalam merebut peluang bisnis yang ada dipasaran.

3. Penelitian Terdahulu

- 1) Hendra Galuh Febrianto Judul : Strategi Pemasaran Pada Mini Market Ahad Dalam Peningkatan Volume Penjualan (2008).
- 2) Reny Maulidia Rahmat Judul : Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Koko Jaya Prima Makassar (2012)
- 3) Indra Anjang Sari, Harsuko Riniwati, Nuddin Harahap Judul : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT HATNI

(Hasil Alam Tani Nelayan Indonesia) di Desa Tlogosadang Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan Jawa Timur

4. Metodologi Penelitian

- 1) Liberaly Research (Studi kepustakaan)
- 2) Field Research (Riset lapangan)

5. Hasa Penelitian Dan Pembahasan

1) Basil Penelitian

Berbagai fasilitas bagi pembeli disediakan oleh perusahaan baik berupa bantuan kredit maupun pelayanan puma jual. Perusahaan telah melakukan jauh sebelum pesaingnya menangkap fenomena ini. Beberapa fasilitas tersebut meliputi: Pelayanan dalam satu atap (toko dan bengkel dalam satu atap atau lebih dikenal dengan istilah 3S: Sale, Spare Part, Service) yang membuat produk sepeda motor mudah ditemukan di mans saja karena distribusi merata, serta penggantian suku cadang dan servisnya mudah dilakukan. PT. Agro Banjarmasin juga mengadakan fasilitas untuk memberikan kemudahan bagi pars pembeli dalam memperoleh kredit kendaraan bermotor dengan bunga rendah.

2) Pembahasan

Dalam memasarkan produknya sepeda motor PT. Agro Banjarmasin memanfaatkan trik komunikasi iklan yang diharapkan mampu secara jitu membidik selera konsumen di masing-masing kelas. Selain itu inovasi bagi produk-produk yang jenuh terus dilakukan ketika produk telah mengalami kecenderungan penurunan citra dan angka penjualan. Untuk melakukan inovasi Honda membutuhkan investasi yang besar persiklus pengembangan produk dan siklus tersebut biasanya diulang 2 sampai 3 tahun sekali untuk setiap produk.

6. Penutup

Kegiatan manajemen merupakan suatu proses yang sistematis dari pada aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan satu sama lainnya dan tidak dapat dipisahkan, karena akan saling menunjang dan saling ketergantungan. Aktivitas tersebut adalah merupakan fungsi-fungsi dasar manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan. Bagi karyawan yang berprestasi hendaknya diberikan penghargaan dari perusahaan yang dapat memacu semangat mereka untuk meningkatkan efektivitas kerja yang tinggi. Penghargaan itu berupa bonus, tunjangan atau yang lainnya.

Untuk mempertahankan posisi, perusahaan dominan dapat memiliki strategi penurunan harga pasar dengan cara memperluas pangsa pasar yang dikuasai. Jika pasar tidak cukup besar dan tidak sedang berada di dalam tahap pertumbuhan, strategi ini lebih menjanjikan keberhasilan untuk mengeluarkan perusahaan pesaing dari pasar.

7. Daftar Pustaka

-, Pedoman Penulisan dan Bimbingan Skripsi, Penerbit Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Banjarmasin.
- Badriyah, Mila. 2015, Manajemen Sumber Daya Manusia, Bandung : CV Pustaka Setia
- Fakultas Ekonomi, 2001., Pedoman Penulisan Dan Bimbingan Serta Ujian Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan, Banjarmasin
- Assauti, Sofjan, Drs., Manajemen Produksi, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi U.I, Jakarta, 2003
- Hicks Herbert G. and Gullett, C. Ray, Ray, The Management of Organizations, third edition, McGraw-Hill Kogakusha, Ltd., Tokyo, 2004
- Kotler, Philip., Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian, terjemahan, penerbit FE-UI, Jakarta, 2003
- Porter, Michael E., Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul, Terjemahan, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2004
- Pumpin, C., 2005, Intisari Strategi Perusahaan, Binarupa Aksara, Jakarta

Suwarsono, 2004, Manajemen Strategik, Unit Penerbit Akademi Manajemen
Perusahaan YKPN, Yogyakarta

Supranto J., Metode Riset dan Aplikasinya di dalam Riset Pemasaran, lembaga
Penerbit Fakultas Ekonomi U.I., Jakarta, 2006

Terry, S George R., Principles of Management Sevent Edition, Richard D. Inc.,
Homewood, Lilinois, 2005

Tjiptono F., 2007., Strategi Pemasaran, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta