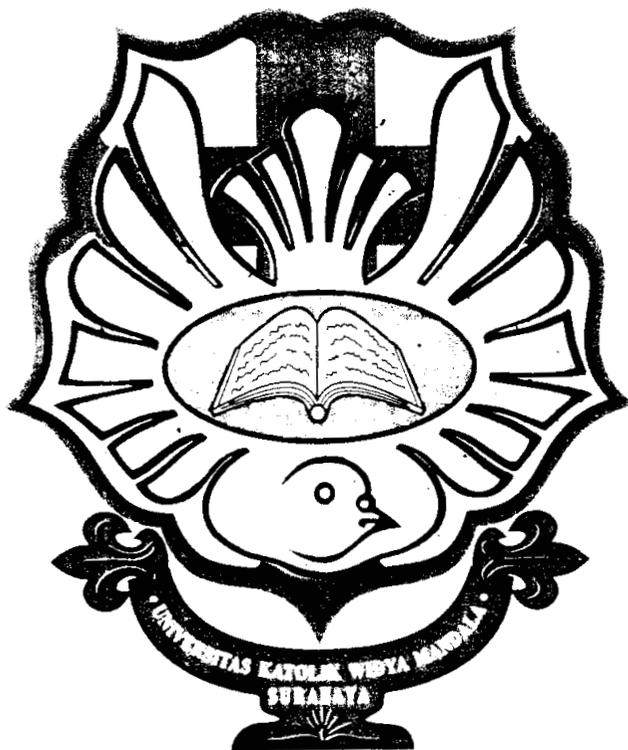


ORIENTASI PASAR DAN STRATEGI FLEKSIBEL
DALAM PERSAINGAN PASAR YANG
SUPER KETAT



0776 /13
19-2-2013

Oleh :

NOVI DEWI EKAWATI

3103004330

FB-m
FB-m
Eka
0

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2009

ABSTRAK

Era globalisasi dan perkembangan teknologi membuat keadaan pasar menjadi berubah. Kekuatan penawaran dan permintaan menjadi terbalik, penawaran yang semula lebih kuat dari permintaan menjadi lebih lemah. Banyaknya perusahaan yang ada di pasar membuat produk yang tersedia di pasar semakin banyak sehingga bukan konsumen yang mencari perusahaan untuk memenuhi kebutuhan akan suatu produk tapi perusahaan yang mencari konsumen untuk menjual produk yang dihasilkan. Konsumen memiliki kesempatan untuk memilih, belum lagi dengan kemudahan untuk mendapatkan informasi serta perpindahan membuat konsumen menjadi pihak yang harus diprioritaskan oleh pemasar perusahaan. Hal ini mendorong terjadinya persaingan pasar yang super ketat.

Hasil pembahasan dapat dibuat beberapa simpulan antara lain: (1) Orientasi pasar dalam persaingan pasar yang super ketat dengan cara membuat sistem yang dirancang untuk membantu manajemen dengan cepat dalam membuat, menentukan strategi, melalui usaha menciptakan visi strategi. Keputusan suatu strategi yang dirumuskan akan menunjukkan daya kekuatan, perubahan atau proses dari terbentuknya strategi, (2) Strategi fleksibel membantu pemasar dalam persaingan pasar yang super ketat melalui strategi bersifat jangka pendek dan jangka panjang. Bersifat jangka pendek yaitu dengan menerapkan harga murah yang dapat memberikan keuntungan dalam bersaing. Sedangkan strategi jangka panjang adalah bila perusahaan lebih mengedepankan *service quality*, sebab pelayanan tidak bisa langsung ditiru oleh pesaing, tetapi dirasakan oleh pelanggan dan (3) Peran riset pasar dalam mengaplikasikan orientasi pasar dan strategi fleksibel dalam persaingan pasar yang super ketat diperlukan informasi yang dibutuhkan dalam mengidentifikasi pesaing antara lain (a) apa yang pesaing sedang kerjakan dan dapat dikerjakan. Atas dasar beberapa analisis keunggulan, informasi yang kuantitatif dan faktual mengenai apa yang pesaing mampu lakukan dan (b) apa yang dipunyai atau dimiliki, apa yang sedang dilakukan dan apa hasilnya.

Kata kunci: persaingan pasar super ketat, orientasi pasar, riset pasar dan strategi fleksibel.