

# **STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM MEMPERLUAS PANGSA PASAR PADA SABANG ADIRA MOTOR KALIMALANG**

**VIVI OKTAYUSDANI, DRA. SULISTINING TRIMULYANI, M**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : manajemen strategi

Abstraksi :

Dunia otomotif yang semakin maju pesat dan termasuk persaingan didalamnya, menuntut para produsen otomotif untuk dapat mampu bersaing dalam menciptakan sebuah yang mampu memenuhi keinginan konsumen dan kemajuan teknologi. PT. Daya Anugrah Mandiri khususnya Adira Motor Kalimantan bukanlah merupakan suatu perusahaan atau dealer Adira Motor satu-satunya yang ada di Indonesia, masih banyak dealer Adira Motor Kalimantan lain seperti Adira Motor Pondok Gede, Adira Motor Bogor dan lain-lain yang menawarkan produknya khususnya Honda Motor untuk dapat memperoleh angka penjualan yang tinggi. Untuk mengantisipasi persaingan dari perusahaan lain, Adira Motor Kalimantan melakukan suatu strategi segmentasi pasar yaitu proses untuk mengklasifikasikan konsumen kedalam kelompok-kelompok yang memperlihatkan kebutuhan, karakteristik, dan tingkah laku yang berbeda. Karena pasar terdiri dari konsumen yang berbeda-beda dalam kebutuhan, daya beli dan lain-lain, dengan strategi segmentasi pasar termasuk didalamnya kombinasi variabel-variabel utama dalam segmentasi pasar dan langkah-langkah dalam mensegmentasikan pasar, diharapkan Adira Motor Kalimantan dapat memperluas pangsa pasarnya dan dapat memenuhi target penjualan, disamping itu Adira Motor Kalimantan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.