

STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PASAR PADA PT.HERO SUPERMARKET

Samiaji Sumarsito, Dra. Sulistining Tri Mulyani,

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2006

Universitas Gunadarma

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

kata kunci :

Abstraksi :

Dalam gambaran umum tujuan permasalahan setiap perusahaan adalah sama, persoalan yang sering dihadapi adalah pesaing dan konsumen. Untuk itu diperlukan ide-ide yang tepat serta kebijakan penentuan segmentasi pasar sebagai salah satu cara untuk menghadapi persaingan. Dalam penulisan ilmiah ini penulis mencoba untuk mengetahui bagaimana kebijakan pelaksanaan segmentasi pasar pada perusahaan untuk mampu mempertahankan pasar dan menghadapi persaingan. Sebagai landasan, penulis menggunakan subjek PT HERO Supermarket dengan data-data yang diperoleh dari jumlah Penjualan dari tahun 2000-2004, serta hasil survei mengenai konsumen yang dilakukan oleh Perusahaan. Dalam penulisan ilmiah ini juga penulis mencantumkan perhitungan-perhitungan sederhana tentang prosentase kenaikan penjualan PT Hero Supermarket untuk melihat pengaruh kebijakan segmentasi pada penjualan. Setelah menguraikan pembahasan, penulis dapat menarik kesimpulan dan dapat memberi saran kepada PT Hero Supermarket agar setiap kegiatannya dapat tetap terus meningkatkan penjualan dan tetap setia untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya.