

BAB 4

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan di atas, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

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.
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.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Chandra, Gregorius, 2000, *Strategi dan Program Pemasaran*, Yogyakarta: Andi.
- Grewal, R., dan Tansuhaj, P., 2001, Building Organizational Capabilities for Managing Economic Crisis: The Role of Market Orientation and Strategic Flexibility, *Journal of Marketing*, Vol. 65, pp 67-80.
- [http://www.\[5602245.pdf\]](http://www.[5602245.pdf])
- Javalgi, R.G., Martin, C.L., dan Young, R.B., .2006, Marketing Research, Market Orientation and Customer Relationship Management: A Framework and Implications for service Providers, *Journal of Service Marketing*, Vol.20, No.1, pp 12-23.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran I*, Edisi bahasa Indonesia, Prehalindo, Jakarta.
- Muazaroh, Tatik Suryani, Laila Saleh, 2003, Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis, *Ventura*, No 1, April: 79-97.
- Nasution, Hanny, 2004, Orientasi Pasar: Konsep, Relevansi, dan Konsekuensi, *Usahawan*, No 6, Th XXXIII, Juni: 3-10.
- Rangkuti, Freddy, 2003, *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ricketson, A.B., 2008, *Eternal Vigilance* Location: Pennsylvania, United States atau http://www.Eternal%20vigilance_%20Hyper-competition.html