

MERCEDES-BENZ CENTER DI YOGYAKARTA

MERCEDES-BENZ CENTER AT YOGYAKARTA

Oleh :
Agung Wibowo / 93 340 042

ABSTRAKSI

Mercedes-Benz yang diproduksi oleh Daimler Chrysler AG, merupakan salah satu merk mobil yang mampu mendominasi pasar otomotif global dengan *brand image* yang kuat. Namun demikian Mercedes-Benz masih harus terus bersaing ketat dengan merk-merk lain seperti BMW, Volvo dan Audi misalnya.

Selain melebarkan jaringan pemasaran dan layanan purna jual, Mercedes-Benz juga mempunyai satu terobosan dalam menghadapi persaingan pasar dengan program pemasaran tak langsung dengan cakupan jangka panjang, yaitu dengan menanamkan image kepada konsumen bahwa Mercedes-Benz merupakan produk unggulan dengan kualitas tinggi. Dimulai dari tingkatan anak-anak dengan program *Cedy's World* sampai dengan tingkatan dewasa dengan *Brand Gallery*. Program ini dijalankan dalam satu jaringan terpadu bersama dengan program pemasaran langsung dan program purna jual yang dinaungi oleh Mercedes-Benz Center yang tersebar di seluruh penjuru dunia.

Terutama untuk pasaran Asia Tenggara, Indonesia merupakan salah satu pasar yang potensial. Kota besar di Indonesia seperti Jakarta dan Surabaya adalah sasaran potensial untuk pemasaran langsung karena kota-kota tersebut merupakan pusat bisnis. Namun halnya dengan kota Yogyakarta yang mungkin tingkat tingkat bisnisnya belum sebesar Jakarta atau Surabaya, tetap merupakan potensi pasar yang cukup besar. Dengan didasarkan pada program penanaman image, terdapat dua kata kunci yaitu pengenalan (*introduction*) dan pendidikan (*education*), maka Yogyakarta sebagai kota pendidikan yang menonjol di Indonesia merupakan potensi untuk pemasaran secara tak langsung. Sebagian besar penduduk Yogyakarta adalah mereka yang masih dalam jenjang pendidikan, baik untuk tingkatan dasar, menengah ataupun untuk yang siap diproyeksikan langsung ke dunia kerja. Maka mereka adalah sasaran potensial untuk penanaman image Mercedes-Benz. Diharapkan setelah mereka memasuki dunia bisnis, dengan image keunggulan dari Mercedes-Benz yang tertanam dengan baik, mereka nantinya akan menjadi konsumen untuk pemasaran secara langsung.

Keberadaan Mercedes-Benz Center di Yogyakarta, selain didesain dengan mengacu pada aturan dari DaimlerChrysler AG juga disesuaikan dengan fungsi dan kapasitasnya sebagai tempat pelayanan konsumen di Yogyakarta dan sekitarnya dan juga sebagai sarana penanaman image Mercedes-Benz.

Dengan berdasarkan kajian tersebut maka dengan adanya Mercedes-Benz Center di Yogyakarta diharapkan dapat memperkuat dominasi Mercedes-Benz di kancah bisnis otomotif dunia.