

## BMW Tetap Kokoh di Asia

Setelah melaporkan hasil penjualan akhir tahun 2007 di Indonesia, baru-baru ini BMW group juga mengeluarkan laporan penjualan mereka untuk pasar Asia. Hingga akhir tahun 2007 ini BMW telah membukukan angka penjualan sebesar 139.223 unit di pasar Asia.

Pasar Asia merupakan target pasar gemuk bagi BMW, hal ini dibuktikan dengan pencapaian peningkatan pada beberapa negara di Asia. Secara volume, penjualan di Asia seperti China mampu memimpin penjualan terbanyak dengan kenaikan sebesar 36,6 persen dengan total penjualan 61,098 unit.

Dilanjutkan India meraih penjualan 1.387 unit, naik 80 persen dari tahun sebelumnya. Sedangkan pasar Jepang yang tahun sebelumnya mendominasi penjualan terbanyak, saat ini harus turun 1,7 persen. Secara global Jepang sedang mengalami penurunan penjualan kendaraan sebanyak 5,8 persen.

Beberapa negara lain seperti Malaysia, Korea Selatan, Singapura, Filipina serta Indonesia masing-masing mengalami pertumbuhan kecil. Penurunan penjualan yang cukup terasa dialami Thailand yang diakibatkan memburuknya stabilitas politik di negara tersebut.

Secara global produk BMW Group yang terdiri dari Roll Royce, dan MINI mampu meraih penjualan 1.276.793 unit di seluruh dunia pada 2007, atau naik 7,7 persen dibanding penjualan global 2006 sebesar 1.185.088 unit. Khusus untuk pasar Asia, BMW group menargetkan penjualan produk mereka sebesar 200 ribu unit hingga tahun 2012 dari perolehan tahun lalu yang hanya mencapai 139.223 unit.

Stefan Krause, Head of Sales & Marketing BMW Group mengatakan, "Kami memperhitungkan negara-negara Asia akan tetap menjadi pusat pertumbuhan bagi pasar mobil dunia. Pada dasarnya, kami memang memperhitungkan akan terjadinya perkembangan positif di pasar Asia. Sejauh perkembangan ekonomi yang positif di Asia terus berlangsung, maka kami bisa memperhitungkan akan terjadi pertumbuhan pasar pada level tinggi satu digit pada 2008 ini".

Sumber: BeritaATPM.com