

Strategi Pemasaran Usaha Risoles Bunda Bogor

Pudjo Nugroho, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=136262&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini menganalisa tentang Strategi Pemasaran Usaha Risoles Bunda Bogor. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Risoles Bunda Bogor dengan melakukan Strategi Perluasan Pasar. Rencana perluasan pasar sebagai langkah dalam mengembangkan usaha dilakukan dalam 2 (Dua) tahap. Pengembangan Tahap Pertama direncanakan pada Nopember 2009 di Lokasi Plaza Jambu Dua, Bogor dan Pengembangan Tahap Kedua direncanakan pada Mei 2010 di Lokasi SKI Tajur, Bogor. Langkah ? langkah dalam perluasan pasar ini diawali dengan melakukan kegiatan segmentasi pasar, target pasar dan memosisikannya agar produk yang ditawarkan diterima oleh konsumen. Meskipun termasuk kategori Usaha Mikro, Risoles Bunda membutuhkan rencana usaha yang meliputi kegiatan sebagai berikut : membuat ringkasan eksekutif, menyusun diskripsi perusahaan, menetapkan target pasar, kompetisi, menyusun rencana pemasaran dan penjualan, operasional, struktur manajemen, perkembangan masa depan dan keuangan. Setelah penyusunan rencana usaha maka hasil dari analisa kelayakan usaha tersebut adalah sebagai dasar pengembangan usaha dimasa akan datang. Kesimpulan dari analisa tersebut merupakan tolok ukur atas keberhasilan usaha.

<hr>This thesis analyzes the Business Marketing Strategy of Risoles Bunda Bogor by doing a market spreading strategy. Plan market spreading as a step in developing the business done in 2 (two) stage. Development Stage One is planned for November 2009 on the Location Plaza Jambu Dua, Bogor and the planned Second Phase Development in May 2010 on Location SKI Tajur, Bogor. This market spreading begins with conducting market segmentation, target market and positioning it to offer products accepted by consumers. Although the category of this business is micro, Risoles Bunda needs a business plan which includes the following activities: create an executive summary, company description set, set the target market, competition, marketing plans and sales, operations, management structure, future development and finance. The business plan is the result of the business feasibility analysis is the basis of business development in the future. The conclusion of this analysis is a measure of business success.