

Pengembangan strategi pemasaran RSKO Jakarta tahun 2011 = Development of marketing strategy at RSKO Jakarta 2011

Untoro, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20234595&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas tentang pengembangan strategi pemasaran di RSKO Jakarta tahun 2011. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan desain deskriptif analitik. Hasil penelitian ini RSKO Jakarta berada pada sel V, yaitu dalam posisi hold & maintain. Strategi yang umum dipakai pada posisi tersebut adalah strategi pengembangan produk dan strategi penetrasi pasar. Alternatif strategi pemasaran tersebut harus dilaksanakan secara berkelanjutan dan terintegrasi. Pengembangan strategi pemasaran juga diperlukan karena setiap tahunnya kondisi eksternal maupun internal senantiasa mengalami perubahan. Diperlukan pula dukungan manajemen puncak serta kesadaran dari para staf tentang pentingnya pemasaran agar strategi pemasaran tersebut dapat berjalan lebih optimal.

<i>The focus of this study is the development of marketing strategy at RSKO Jakarta in 2011. The study was a qualitative research with descriptive analytic design. The result of this study, RSKO Jakarta located on the cell V, which is in position to hold and maintain. The strategy commonly used in these position are product development and market penetration strategy. The alternative marketing strategies should be implemented with sustainable and integrated. Development of marketing strategy is also needed because every year the external and internal conditions constantly changing. Top management support and awareness from staff about the importance of marketing will makes marketing strategy can be more optimal.</i>