

STRATEGI PEMASARAN USAHA JASA KOS PADA PONDOK SUN DI DEPOK

KUSMERINI, BUDI SULISTYO,SE,MM

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2003

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : manajemen pemasaran

Abstraksi :

ABSTRAKSI KUSMERINI, 11200071 STRATEGI PEMASARAN USAHA JASA KOS PADA PONDOK SUN DIDEPOK PI Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2003 Kata kunci : Strategi Pemasaran, 7P (Produk, Price, Place, Promotion, Physical Evidence, Process), SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat), IE (Internal-Eksternal), Pondok SUN. (ix + 68) Pondok Sun merupakan salah satu tempat kos yang menawarkan berbagai fasilitas yang unik. Pada kondisi sekarang ini, diperlukan perhatian yang cukup besar guna menarik minat konsumen. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi pemasaran oleh Pondok Sun serta menganalisis strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT, metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan metode pengumpulan data dan studi pustaka. Menurut Philip Kotler strategi pemasaran adalah proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga keserasian antara tujuan perusahaan , sumberdaya perusahaan dan peluang pasar yang terus berubah. Pada penelitian ini penulis mengambil objek penelitian pada Pondok Sun yang berada di Jl. H. Jamin, Kelapa Dua. Dari hasil analisa strategi pemasaran dapat disimpulkan bahwa dalam strategi pemasarannya, Pondok Sun menggunakan promosi dengan cara memasang pamflet-pamflet ditembok-tembok jalan serta didalam penetapan harga Pondok Sun memberikan harga standar dan berbagai fasilitas yang tersedia. Pondok Sun memiliki kelemahan dibidang keuangan dan promosi. Saran yang dapat diberikan untuk menarik minat konsumen adalah meningkatkan promosinya agar lebih efektif dan perlu meningkatkan keamanan dan kenyamanan para konsumen. Daftar Pustaka (1984 2001) iii