

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) CITRA HANDICRAFT BLACU

Wawan Sugiarto, Iman Murtono Soenhadji, Ph.D

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

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

kata kunci :

Abstraksi :

Selama empat belas hari melakukan Praktek Kerja Lapangan di UKM Citra handicraft blacu, penulis turut serta dalam kegiatan perusahaan yakni dari pengenalan UKM Citra handicraft blacu, proses produksi, pembuatan brosur, cover dan company profil UKM Citra handicraft blacu, serta pembuatan iklan di internet (website). Pembuatan iklan di internet (website) merupakan strategi UKM Citra handicraft blacu dalam berpromosi untuk meningkatkan penjualan serta ikut andil dalam pemanfaatan ilmu dan teknologi guna meningkatkan dan mengembangkan usaha yang dijalankan . Pada garis besarnya strategi pemasaran di lakukan guna mempertahankan kegiatan usaha dari kancan persaingan yang ada, dengan semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi, maka semakin ketat pula persaingan usaha. Untuk memenuhi semua tuntutan yang ada dan mau tidak mau kami (UKM Citra handicraft blacu) harus mengikutinya, selain pada kualitas produk yang menjadi andalan, strategi, konsep pemasaran juga kami lakukan hal ini untuk menunjukkan pada pesaing kami, bahwa kami siap bersaing dengan mereka dan tentunya tidak lepas dari tujuan kami sebelumnya yakni menjadi sebuah usaha yang kompeten, juga untuk meningkatkan keuntungan dan untuk memperluas usaha di masa yang akan datang serta tidak menutup kemungkinan usaha kami (UKM Citra handicraft blacu) disuatu saat nanti menjadi usaha yang dikenal, baik dalam maupun luar negeri.