

Bab Ii Tinjauan Pustaka 2 1 Pengertian Pemasaran

Thank you totally much for downloading **Bab Ii Tinjauan Pustaka 2 1 Pengertian Pemasaran**. Maybe you have knowledge that, people have look numerous period for their favorite books in the manner of this Bab Ii Tinjauan Pustaka 2 1 Pengertian Pemasaran, but end in the works in harmful downloads.

Rather than enjoying a good ebook past a mug of coffee in the afternoon, instead they juggled later than some harmful virus inside their computer. **Bab Ii Tinjauan Pustaka 2 1 Pengertian Pemasaran** is to hand in our digital library an online entrance to it is set as public so you can download it instantly. Our digital library saves in combined countries, allowing you to acquire the most less latency times to download any of our books later this one. Merely said, the Bab Ii Tinjauan Pustaka 2 1 Pengertian Pemasaran is universally compatible afterward any devices to read.

RISET OPERASI Penyelesaian Linier
Programing Dengan Cara Manual Dan
Software - Tabroni

Buku dengan judul RISET OPERASI Penyelesaian Linier Programing Dengan Cara Manual dan Software sesuai yang ditargetkan. Buku ini berisikan tentang RISET OPERASI Penyelesaian Linier Programing Dengan Cara Manual dan Software. Kami menyadari bahwa Buku ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu kami harapkan demi kesempurnaan buku ini. Akhir kata, kami sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan Buku ini dari awal sampai akhir. Semoga Allah SWT senantiasa meridhoi segala usaha kita. Amin.

Kewirausahaan Digital - Yudha Aditya

Fiandra 2022-06-01

Segala kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi menjadikan suatu bisnis dapat menjangkau pelanggan di seluruh penjuru dunia secara cepat, tanpa adanya batasan waktu dan tempat. Hal itulah yang menjadi alasan mengapa generasi muda harus mengenal lebih dekat dunia kewirausahaan digital, yaitu kewirausahaan yang dipengaruhi dan memanfaatkan keberadaan teknologi. Kewirausahaan digital merupakan suatu gambaran mengenai bagaimana kewirausahaan akan ditransformasikan oleh teknologi menuju dunia digital, mulai dari cara merancang serta memasarkan suatu produk, menjangkau dan memberikan pelayanan kepada konsumen, mengelola arus keuangan, berkolaborasi dengan mitra, serta menganalisis peluang, strategi, risiko, target pemasaran,

dan sebagainya. Berwirausaha di era digital memiliki berbagai keunggulan, di antaranya lebih mudah, cepat, dan terjangkau, menciptakan banyak kesempatan untuk berkolaborasi, serta lebih efektif. Kewirausahaan digital memiliki kesempatan dan peluang yang tinggi di era digital. Seperti yang diketahui, banyak perusahaan yang sukses berkat pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Buku ini hadir untuk memberikan manfaat sebagai referensi atau bahan ajar untuk pembelajaran Kewirausahaan khususnya berkaitan dengan pemanfaatan teknologi digital.

PEMASARAN INFORMASI strategi meningkatkan nilai jual perpustakaan
- Atiqah Nur Latifa Hanum 2021-10-21
Buku Pemasaran Informasi diterbitkan sebagai upaya memenuhi kebutuhan referensi bagi para mahasiswa,

pustakawan, serta pengelola perpustakaan untuk membantu meningkatkan strategi nilai jual perpustakaan di mata masyarakat secara umum. Popularitas perpustakaan dari hari ke hari semakin meredup terlebih lagi sejak kehadiran internet yang lebih mempermudah banyak orang untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan.

PEDOMAN PENYUSUNAN PENULISAN PROPOSAL PENELITIAN DAN SKRIPSI - Dr. Elvera, S.E., M.Sc.

Pedoman Penyusunan Penulisan Proposal Penelitian Dan Skripsi ini merupakan acuan bagi para dosen pembimbing dan mahasiswa yang menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Lembah Dempo. Beberapa hal yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi masa kini telah ditambahkan dalam buku pedoman

ini, yang bertujuan untuk memberikan arahan yang lebih spesifik dalam menyusun proposal penelitian maupun naskah skripsi. Buku ini masih jauh dari sempurna sesuai dengan pepatah tiada gading yang tak retak. Oleh karena itu, segala komentar, kritik maupun tanggapan atas buku pedoman penulisan skripsi ini akan diterima dengan terbuka. Semoga buku pedoman ini bermanfaat bagi pembaca.

Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam - Tati Handayani 2019-09-01

Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam terdiri dari sepuluh bab yang membahas konsep pemasaran secara umum; dasar dasar pemasaran syariah; trend dan perubahan pasar; pengembangan strategi dan rencana pemasaran dalam islam; riset pemasaran syariah; persaingan bisnis dalam islam; ekuitas dan positioning

merek dalam islam; identifikasi segmen dan target pasar dalam islam; etika dalam pemasaran syariah dan bab yang membahas transaksi yang dilarang dalam pemasaran syariah.

PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING AGROWISATA KAMPOENG JAMBOE TERHADAP WORD OF MOUTH PENGUNJUNG - Dede Yusup 2020-06-20

Ini adalah skripsi "PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING AGROWISATA KAMPOENG JAMBOE TERHADAP WORD OF MOUTH PENGUNJUNG" referensi untuk penelitian lanjutan.

Manajemen Pemasaran - Heri Sudarsono
Buku terbitan Pustaka Abadi ini membahas tentang Manajemen Pemasaran
OPTIMALISASI SISTEM PAKAR PEMASARAN PRODUK HERBAL - Aviv Yuniar Rahman, S.T., M.T 2022-01-18

Salah satu kunci kesuksesan sebuah bisnis adalah pemasaran. Di era yang

semakin canggih ini, memanfaatkan teknologi merupakan sebuah keharusan agar bisnis mampu bertahan dengan persaingan yang semakin ketat. Teknologi bisa mengambil peran penting untuk membantu menganalisa dan memutuskan strategi kedepannya. Penerapan teknologi perlu dilakukan agar sistem pemasaran menjadi lebih optimal sehingga dapat memperluas target konsumen dengan lebih efektif dan efisien. Hal ini membantu menemukan konsumen secara lebih cepat, tepat dan luas.

Strategi pemasaran dan penguatan daya saing produk batik UMKM - Tri Weda

Raharjo 2018-09-08

Badan Penelitian dan Pengembangan (Balitbang) Provinsi Jawa Timur mempunyai peran strategis dalam menghasilkan inovasi pengembangan untuk mempercepat pembangunan daerah

dari segi ekonomi di Indonesia. Peran nyata tersebut diwujudkan melalui peningkatan kualitas hasil penelitian, yang diindikasikan oleh penerapan dan adopsi hasil-hasil penelitian secara luas oleh pengguna. Salah satu upaya yang dapat ditempuh untuk meningkatkan kualitas hasil penelitian ialah melalui kerja sama penelitian dengan lembaga penelitian nasional lainnya yang kompeten pada bidang penelitian perekonomian. Kami berharap buku ini dapat digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan kerjasama penelitian dalam upaya menghasilkan inovasi pengembangan perekonomian daerah dan yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Akhirnya, Saya sampaikan penghargaan dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berpartisipasi dan berkontribusi dalam penyusunan buku

ini, semoga Allah SWT selalu memberikan yang terbaik untuk kita semua, Amin.

RESIKO INDUSTRI KECIL DI PAYAKUMBUH -

Syaiful Anwar, S.E., M.Si., CH.,
CHt., CIQaR., CIQnR 2022-12-01

Industri rumahan yaitu usaha dagang Madinah didirikan pada tahun 2010-an oleh seorang ibu rumah tangga bernama Nur Aini yang beralamat di Jorong Balai nagari Batu Balang kecamatan Harau, kabupaten Lima Puluh Kota, provinsi Sumatera Barat. Dimana usaha dagang Madinah ini mengolah berbagai jenis kegiatan seperti peternakan puyuh, peternakan itik dan yang terakhir memproduksi telur asin. Dalam system manajemen pengelolaan usaha dagang Madinah langsung dipantau oleh pemilik serta memimpin itu dengan turu langsung dalam mengamati dan memantau langsung keja

karyawan. Dimana karyawan terdiri dari 5 orang laki-laki dan 4 orang perempuan dengan total karyawan 9 orang termasuk dari anak kandung dari ibuk Nur Aini, dimana antara karyawan laki-laki dan perempuan memiliki peranan dan fungsi masing-masing dalam membuat maupun mengelola hasil produksi. Sasaran dalam memasarkan produksi usaha dagang Madinah masih hanya pemasaran ke kota Batam. Dan keluarga yang ada di kota Batam sebagai agen pemasaran di kota Batam. Dan strategi yang biasa digunakan oleh usaha dagang Madinah ini ialah dengan beberapa cara antara lain. Dari mulut ke mulut, menggunakan agen promosi di berbagai daerah di kota Batam dengan menggunakan agen membantu dalam mempromosikan usaha ini dan membuat olahan usaha ini diketahui banyak orang.. System

pembayaran dalam melakukan transaksi dengan melalui rekening, serta dalam pembayaran dalam mendistribusikan ke daerah yang cukup jauh dengan menerima pesanan terlebih dahulu dengan pembayaran kemudian

MONOGRAF Penggunaan Analisis SWOT dan Metode WASPAS dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Jasa Percetakan Undangan Confetti Project
- Trisda Derama 2022-06-01

Buku ini disusun berdasarkan hasil penelitian yang berjudul "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan WASPAS pada Jasa Percetakan Undangan Confetti Project". Strategi pemasaran adalah salah satu hal penting dalam menjalankan usaha. Sebuah usaha dapat bertahan apabila menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Salah satu cara untuk membantu perusahaan dalam menentukan strategi

pemasaran yang tepat adalah metode SWOT (strength, weakness, opportunity, threat) dan WASPAS (weighted aggregated sum product assessment).

Manajemen Pemasaran Lanjutan - Kusuma Wijaya 2023-01-09

Strategi Produk, Mengelola Jasa, Saluran Pemasaran, Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Massa Promosi Penjualan, Penawaran Pasar Baru, Organisasi Pemasaran Holistik Dan Strategi Pemasaran Digital

Manajemen Pemasaran di Rumah Sakit - Dra. L. I. Irmawati, Apt. SpFRS. MARS.PGDHSc 2015-02-12

Semakin banyak jumlah rumah sakit, meningkatkan persaingan "bisnis" untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya. Dengan ini, rumah sakit harus sadar untuk menerapkan manajemen pemasaran modern agar dapat

mempertahankan eksistensinya, dan selalu mengikuti perkembangan yang ada. Pedoman ini mengacu kepada kurikulum yang diperlukan dalam mengajar di jenjang tinggi bidang Administrasi Rumah Sakit dan dibuat berdasarkan referensi standard, Peraturan Pemerintah, Peraturan Kementerian Kesehatan, juga referensi offline maupun online, serta pegalaman pribadi selama di rumah sakit.

Pedoman Pembinaan dan Pemanfaatan Pesona Seni Kriya - 1999-01-01

Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing - Didik Gunawan 2022-03-30

Shopee merupakan sebuah e-commerce yang dibuat oleh Chris Feng yang mampu mendominasi di aplikasi mobile

dengan mempertahankan posisi pertamanya sebagai aplikasi belanja terpopuler di platform data kunjungan pada 2021. Shopee adalah perusahaan e-commerce yang berasal dari Singapura di bawah perusahaan Garena. Shopee diluncurkan pertama kali di Singapura pada Tahun 2015 dan mulai masuk ke Indonesia pada Tahun 2015. Shopee juga berkembang ke berbagai Negara, seperti: Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam dan Filipina.

Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi Bambu Berbasis Aplikasi BUMDes di Desa Sunggumanai, Kabupaten Gowa -

Didit Fachri Rifai 2023-01-25
Buku yang berjudul Peningkatan Pemasaran Hasil Produksi BUMDes Berbasis Aplikasi BUMDes di Desa Sunggumanai, Kabupaten Gowa adalah gambaran mengenai sistem saluran pemasaran yang terintegrasi secara

digital untuk menunjang aktivitas bisnis Badan Usaha Milik Desa. Dimana saat ini suatu usaha maupun bisnis sangat memerlukan platform online untuk menunjang aktivitas pemasarannya. BUMDes Sunggumanai merupakan salah satu Badan Usaha Milik Desa yang mengelola beragam produk kerajinan khususnya berbahan bambu serta produk olahan makanan yang ada di Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan. Banyak hasil kerajinan milik BUMDes yang telah diproduksi hingga saat ini, namun tidak diiringi dengan penetrasi pasar, misalnya dalam proses pemasaran sehingga produk-produk tersebut hanya dipasarkan secara konvensional melalui rekan dan masyarakat disekitar desa saja. Melalui kegiatan pengabdian ini, optimalisasi pemasaran menggunakan

aplikasi toko online milik BUMDes Sunggumanai menjadi solusi sebagai wujud salah satu strategi pemasaran secara digital pada era marketing 4.0 saat ini. Dengan adanya platform toko online milik BUMDes Sunggumanai setidaknya dapat menjadi alternatif penjualan produk yang telah dihasilkan sehingga pada akhirnya dapat menjangkau potensi pasar yang lebih luas. Selain itu edukasi berupa pelatihan bagi anggota mitra UMKM BUMDes Sunggumanai dapat memberikan wawasan dan kesadaran akan pentingnya aktivitas digital bagi pelaku usaha saat ini. Berdasarkan dari kegiatan ini maka dibentuklah suatu kelompok Mitra UMKM BUMDes Sunggumanai yang melek digital.

Modul Ajar Rintisan Bisnis - Dr. H. Samsul Arifin, S.E., M.M. 2022-07-01

Metodologi Penelitian Manajemen -

AMIRRULLAH 2022-03-23

Buku "Metodologi Penelitian Manajemen" disusun dengan maksud agar para mahasiswa dapat dengan mudah memahami bagaimana proses penelitian dilakukan, misalnya dalam hal mengidentifikasi masalah penelitian, membuat kerangka penelitian, mengidentifikasi variabel yang terkait, cara memperoleh data dan analisis data, serta bagaimana menyusun proposal penelitian yang baik.

Administrasi Bisnis - Zul Rachmat
2023-01-06

Buku ini membahas tentang Konsep Administrasi Bisnis, Organisasi Dan Manajemen, Perkembangan Digital Marketing, Manajemen Pemasaran, Perilaku Konsumen, Ekonomi Makro, Ekonomi Mikro, Perilaku Organisasi,

Bisnis Internasional, Komunikasi Pemasaran, Strategi Dan Kebijakan Bisnis, Etika Bisnis Dan Profesi, Strategi Penetapan Harga, Proses Inovasi Bisnis Dan Kasus, dan Keuangan Bisnis.

Cakrawala pariwisata - Andi Mappi
Sammeng 2001

Development of tourist trade in Indonesia.

Islamic Marketing - Rusydi Fauzan
2023-01-13

Islamic marketing bertujuan untuk menciptakan dan menerapkan prinsip dan nilai islam pada bisnis yang dilaksanakan pada perusahaan dalam rangka menangkap peluang konsumen berbasis produk islami. Di satu sisi lainnya islamic marketing tidak hanya semata-mata kegiatan marketing yang bertujuan untuk meningkatkan laba perusahaan, tetapi juga merupakan

sebuah dakwah yang menegakkan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam kegiatan bisnis.

Online Marketing - Salmiah Salmiah
2020-03-09

Online marketing atau pemasaran online adalah segala aktivitas atau usaha pemasaran produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet. Bisa dibayangkan selama teknologi terus berkembang, online marketing juga turut berkembang. Dalam menggunakan online marketing, suatu perusahaan bisa membangun reputasinya dengan menjadi aktif di media sosial. Banyak calon konsumen menggunakan internet untuk mencari informasi. Dengan memanfaatkan medium internet, sebuah perusahaan bisa memperkenalkan nama mereka kepada publik dan mendorong calon konsumen untuk mencari informasi lebih lanjut

tentang perusahaan tersebut. Buku ini membahas: Bab 1 Social Media Marketing (SMM) Bab 2 Search Engine Optimization (SEO) Bab 3 Content Marketing Bab 4 Search Engine Marketing (SEM) Bab 5 Pay Per Click (PPC) Bab 6 Marketing Affiliate Bab 7 Native Advertising Bab 8 Marketing Automation Bab 9 Email Marketing Bab 10 Online Public Relations (PR) Bab 11 Inbound Marketing

MODEL KREATIVITAS PROMO - Zainunah
Bisnis layanan jasa pengiriman online ini salah satu bisnis dibidang jasa yang sangat berkembang pesat dan tentunya banyak diminati oleh para pengusaha. Semakin banyaknya perusahaan yang bergrak di bidang jasa pengiriman online ini akan mengakibatkan persaingan dalam memperebutkan konsumen. Dengan adanya persaingan tersebut perusahaan harus

dihadapkan pada suatu tantangan agar mampu mempertahankan perusahaannya. Berkah Abadi Express mempunyai kreativitas promosi untuk meningkatkan pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana model kreativitas promo dalam meningkatkan pelanggan pada jasa pengiriman online Berkah Abadi Express. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data dan observasi dan studi pustaka dan menggunakan teori pola komunikasi efektif menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss yang mencakup lima hal yaitu, Pengertian, Kesenangan, Pengaruh pada sikap. Objek penelitian ini adalah Direktur Utama Berkah Abadi Express yaitu bapak Reza Pahlevi dan beberapa pelanggan. Hasil dalam penelitian ini adapun Model kreatifitas promo

yang dilakukan Berkah Abadi Ekspres sangatlah efektif, dapat dilihat dari perubahan yang dialami pemilik Berkah Express seperti meningkatnya pelanggan Berkah Express yang menggunakan jasa pengiriman paket. **Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis** - Freddy Rangkuti 1998

PRODUCT DEVELOPMENT CO-BRANDING POCARI SWEAT & YAKULT - Agus Al Hafid, SE 2022-10-26

Buku ini membahas tentang Marketing Strategic (Pemasaran Strategik). Marketing strategic merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar. Tentunya Penyusunan rencana usaha secara menyeluruh dilandasi oleh strategi pemasaran seperti bagaimana

menciptakan product development & cobranding dari suatu produk, product identity, distribution channel & content marketing, value creation & distribution channel, sponsorship, corporate social reaponbility & social, dan marketing. Untuk memudahkan pembaca dalam memahami Pemasaran Strategik terutama Co-Branding, penulis membuat sebuah studi berupa pengembangan kolaborasi dua buah produk minuman yaitu Pocari Sweat dan Yakult (Poya Foya) yang kami dokumentasikan dalam buku ini.

Studi Budaya Konsumen Masyarakat Kota Manado dalam Mengonsumsi Minuman Ringan Coca Cola (Study of Consumer Culture of Manado City Society in Consuming of Coca Cola Soft Drinks) -

Pemasaran Ritel -

SISTEM INFORMASI PEMASARAN PADA MASA COVID-19 DI INDUSTRI OTOMOTIF -
Kelvin Hendrata 2021-05-28
Corona Virus Disease (COVID-19) di situasi pandemik seperti sekarang ini, memberikan dampak yang cukup besar di berbagai sektor di Indonesia, khususnya di bidang usaha (bbc.com, 2020). Wabah corona yang semakin masif akhir-akhir ini pada akhirnya mengganggu proses pemasaran hingga titik yang signifikan. Hal tersebut terjadi akibat adanya pembatasan pergerakan masyarakat dan banyaknya karyawan yang bekerja melalui metode Work From Home (WFH). Pakar Marketing dan CEO DT Group, Mia Lukmanto, menjelaskan, community marketing memiliki kaitan dengan upaya mendengarkan, memberikan dan tumbuh bersama, lebih lagi peranannya menjadi semakin penting disaat krisis

melanda (SWA.co.id, 2020). Berbagai elemen yang terkena imbas sebut saja dari sektor utama di Bali yaitu hotel, tour guide hingga otomotif. Menurut (Fuller, 1999) Strategi Pemasaran melibatkan Ekonomi dan Internasional Global, Multi dan Transnational. Artinya pengaruh luar seperti supply chain yang terganggu mengakibatkan harga barang semakin tinggi, dan Ekonomi semakin sulit di masa pandemik

Marketing & Public Policy - Rizal E. Halim 2016-08-30

Disiplin ilmu pemasaran dewasa ini berkembang mengikuti dinamika tuntutan zaman dan peradaban manusia. Aktivitas pemasaran perlu dilihat dalam perspektif lebih luas agar menghindari kekakuan dalam memahami "pemasaran" itu sendiri. Aktivitas pemasaran merupakan kumpulan sistem

yang melibatkan banyak subsistem yang beririsan langsung dengan masyarakat, seperti teknologi, produksi, keuangan, dan sebagainya. Kumpulan sistem ini bekerja secara sistematis untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Buku ini mencoba menelaah peran strategis aktivitas pemasaran terhadap masyarakat, sekaligus menyajikan beberapa isu pemasaran yang berpotensi berdampak negatif terhadap masyarakat (konsumen). Karena keterkaitannya sangat erat dengan ranah publik, aktivitas pemasaran tak lepas dari kebijakan publik yang mengaturnya. Dalam ranah ilmu pemasaran saat ini, masih sangat sedikit buku yang membahas aktivitas pemasaran dan kebijakan publik, khususnya di Indonesia. Buku ini memberi nuansa baru dalam memperkaya manfaat disiplin ilmu pemasaran,

terutama mengenai pengambilan kebijakan publik.
Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen - Lailatus Sa'adah
2020-11-10

Taplak Meja Serut Khas Bugis - Putri Damayanti 2021-12-11
Seiring dengan perkembangan zaman, industri mode di Indonesia juga terus berkembang dengan pesat. Perkembangan ini meningkatkan produksi baju oleh produsen dan memicu penurunan standar kualitas bahan baku pada pakaian, sehingga baju akan mudah pudar dan luntur. Hal ini memicu konsumen untuk membuang baju lama dan menggantikan baju baru
MANAJEMEN LEMBAGA KEUANGAN DAN BISNIS ISLAM (Panduan Praktikum Pada Lembaga Keuangan Dan Bisnis Islam) - Matnin,

SH.I, M.EI, 2020-01-21
Buku ini disusun sebagai media analisis berbasis observasi dan riset yang up to date berdasarkan hasil laporan praktikum. Buku ini tentu relevan bagi upaya menciptakan atmosfer tridharma perguruan tinggi, khususnya di lingkungan civitas akademika Institut Agama Islam Al-Khairat Pamekasan, baik dalam dharma pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Dalam aspek pendidikan, pengembangan dan peningkatan kompetensi menjadi concern IAI Al-Khairat, sehingga seluruh lulusan diharapkan memiliki profesionalisme di bidangnya masing-masing. Di samping penciptaan kompetensi yang memadai, sumberdaya manusia juga seyogyanya memiliki karakter, kreatifitas, dan kemandirian, agar pembangunan

manusiaseutuhnya bisa terwujud. Karenanya, sejak tahun 2017 IAI Al-Khairat mengembangkan suatu budaya akademik yang komprehensif dalam *three in one*: Character, Competence, & Entrepreneur (CCE) guna merealisasikan lulusan yang kompetitif dan berdayasaing tinggi.

Manajemen Pemasaran Perusahaan - Zul Rachmat 2023-01-11

Konsep Dasar Pemasaran, Perkembangan Pemasaran Di Abad 21, Perencanaan Strategi Pemasaran, Proses Pemasaran, Strategi Produk, Kondisi Pasar Dan Konsumen, Perilaku Konsumen, Identifikasi Segmen Dan Pasar Sasaran, Pasar Global Dan Strategi, Sistem Informasi Pemasaran Dan Pemasaran Era Digital

Social Marketing - Wahyuni Pudjiastuti 2016

Pemasaran Sosial merupakan strategi

pada aktivitas non komersial yang bertujuan untuk memecahkan berbagai masalah sosial yang terjadi di masyarakat. Konsep yang digunakan adalah teknik pemasaran dan komunikasi sehingga dalam pelaksanaannya akan sangat mempertimbangkan *product, price, place, dan promotion* serta menggunakan teknik komunikasi yang tepat. Keunggulan strategi ini sudah terbukti pada program Keluarga Berencana, program BPJS, dan beberapa program kesehatan. Salah satunya program kesehatan yang sukses menggunakan strategi ini adalah Program Obat Generik yang menjadi fokus kajian dalam buku ini. Produk obat generik selalu dikembangkan untuk menjaga kualitas serta untuk memenuhi keinginan dan harapan khalayak. Produk yang tadinya tidak

dikemas dengan baik sekarang ini sudah dikemas seperti obat-obat komersial lainnya. Produk yang tadinya dibuat dalam bentuk tablet atau kapsul. Harga obat generic jauh lebih murah dibandingkan obat komersial sehingga lebih banyak khalayak yang bisa mengakses obat ini. Kalau dulu tempat distribusinya hanya di Puskesmas dan rumah sakit pemerintah saat ini sudah bisa diperoleh di apotik lain sehingga mudah diperoleh. Promosinya pun dilakukan seperti promosi obat komersial. Dengan demikian kemampuan obat generik dalam memperbaiki kesehatan masyarakat, khususnya kelas menengah ke bawah menjadi lebih sukses.

Riset Pemasaran -

Strategi Marketing Koperasi Syariah -

TATI HANDAYANI 2022-11-21
Saat ini, koperasi syariah mengendalikan sebagian besar usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang sedang naik daun di Indonesia. Keberadaan koperasi syariah sebenarnya masih bisa dioptimalkan jika hambatan dalam hal strategi dan permodalan bisa diatasi. Kementerian Koperasi dan UKM mencatat, hingga akhir Desember 2019 jumlah koperasi syariah atau Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) di Indonesia ada sekitar 4.046 unit dari seluruh jumlah Koperasi Simpan Pinjam (KSP) sebanyak 16.549 unit. Sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar dunia, seharusnya Indonesia dapat mengembangkan koperasi syariah. Akuntansi dan Strategi Pemasaran pada UKM (UKM Tenun Lurik) - Dela Ayu Kaswadi 2021-10-01

Usaha Kecil Menengah merupakan salah satu penggerak perekonomian bangsa karena memegang peranan penting dalam pertumbuhan dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia. Usaha Kecil Menengah menghadapi berbagai kendala yang disebabkan oleh rendahnya pendidikan, kurangnya pemahaman teknologi informasi dan kendala penyusunan laporan keuangan. Semakin berkembangnya sebuah usaha, seperti untuk meningkatkan pendanaan usaha maka perlu berhubungan dengan pihak luar perusahaan baik pihak bank atau lembaga keuangan lainnya (Jilma, 2016). Dengan semakin berkembangnya usaha, menuntut Usaha Kecil Menengah untuk menyediakan laporan keuangan yang sesuai dengan standar yang berlaku. Laporan keuangan berfungsi sebagai alat untuk menganalisis kinerja keuangan yang dapat

memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja dan arus kas. Sehingga dapat dijadikan sebagai dasar pembuatan keputusan ekonomi.

Saluran Pemasaran Ubi (Ipomoea batatas) di Sub Terminal Agribisnis Ngoro - Ariska Rahmawati 2021-02-11
Buku ini menjelaskan tentang proses saluran distribusi pemasaran ubi mulai dari petani sampai ke konsumen.

Manajemen Pemasaran & Promosi Bisnis - Kalam Hanan 2020-05-26
Makalah tentang Manajemen Pemasaran & Promosi Bisnis

Perencanaan Agribisnis Pertanian Berkelanjutan - Afriansyah 2023-01-28
Buku ini membahas tentang konsep dasar, prinsip-prinsip dan tahapan perencanaan agribisnis pertanian berkelanjutan, konsep pasar dan pemasaran komoditas, strategis agribisnis pertanian berkelanjutan,

analisis kebutuhan pasar (permintaan dan penawaran), saluran pada produk

pertanian, segmentasi, targetting dan positioning produk pertanian, bauran pemasaran dalam produk pertanian.