

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Ganjil 2019/2020

RINGKASAN EKSEKUTIF

PENERAPAN DAN PERANCANGAN STRATEGI *E-MARKETING* DI KEDAI KOPI D9 BATAM

GIOVANNI
NPM: 1641113

ABSTRAK

Kerja Praktek yang penulis lakukan ini memiliki tujuan untuk membantu memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi Kedai Kopi D9 yaitu penjualan yang tidak mengalami kenaikan, lokasi kedai yang jarang diketahui hingga konsumen yang tidak pernah bertambah dan hanya konsumen yang sama saja yang membeli, metode untuk menunjang keperluan dalam mengerjakan kerja praktek yaitu melakukan observasi dan wawancara terhadap pemilik Kedai, kemudian dilanjutkan dengan menyusun strategi pemasaran yang tepat dengan masalah yang dihadapi oleh Kedai dan memberikan pemahaman kepada pemilik kedai akan strategi yang telah dirancang, jika pemilik kedai setuju maka akan di terapkan di Kedai Kopi D9. periode penulis dalam melaksanakan kerja praktek ini terhitung mulai dari bulan Oktober 2019 hingga Januari 2020.

Strategi pemasaran yang sudah siap dirancang kemudian diimplementasikan dalam Kedai Kopi D9, strategi pemaaran yang penulis rancang sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pemilik Kedai Kopi D9. Dalam membuat dan merancang strategi pemasaran, penulis sadar bahwa laporan yang peneliti buat tidak sempurna dan memiliki berbagai kekurangan, sehingga penulis sudah siap dalam menerima segala saran atau pendapat yang diberikan kepada penulis untuk dapat dipelajari.

Kata Kunci: *advertising, sales promotion, public relations, personal selling, dan direct marketing.*