

Perencanaan bisnis jaringan pemasaran dengan menggunakan pendekatan model bisnis pada : studi kasus PT Universal Nashary Tatalaksana

Harry Haryadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=113275&lokasi=lokal>

Abstrak

PT Universal Nashary Tatalaksana adalah sebuah perusahaan yang didirikan dari motivasi para pendiri yang terdiri dari tiga orang, yaitu Harry Haryadi SE., Nasuha Adi Wijaya, dan Andry Erviansyah ST., untuk membentuk sebuah usaha penyedia jaringan pemasaran dan distribusi bagi berbagai macam produk. Ide pembentukan jaringan pemasaran dan distribusi ini didapat dari pengalaman dan pengetahuan para pendiri perusahaan diperkuat oleh berbagai literatur yang mengatakan bahwa kekuatan jalur distribusi memegang peranan penting bagi kesuksesan penjualan sebuah produk. Dari sana muncul pemikiran bagaimana jaringan pemasaran ini dapat dilakukan dengan konsep dan strategi yang ada kemudian pada akhirnya dibentuk Sebuah model bisnis sebagai pendekatan utama dalam perencanaan bisnis yang akan dibuat, dalam hal ini dalam karya akhir ini oleh penulis.

Tidak mudah bagi siapapun untuk membentuk jaringan pemasaran yang luas dan kuat. Namun dengan model bisnis yang akan dijabarkan dalam karya akhir ini diharapkan hal tersebut pada akhirnya dapat diwujudkan. Adapun konsep pembentukan jaringan pemasaran ini menggunakan pendekatan bottom-up, dimana perusahaan akan fokus pada pembentukan jaringan pemasaran pada level terbawah terlebih dahulu dengan mengedepankan Salah satu produk. Kemudian menyebar kesetiap target area distribusi sehingga dari setiap Distributor yang terbentuk akan memiliki basis jaringan pemasaran yang kuat, baru setelah itu. Perusahaan mengembangkan jangkauannya melalui pembentukan Distributor untuk wilayah yang belum terjangkau.