

Penerapan strategi diversifikasi melalui perumusan produk dan harga pada PT. Duta Karya Mandiri = Implementation of diversification strategy by specify product and price at PT. Duta Karya Mandiri

Anisa Fitriyani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20467806&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas kegiatan business coaching dengan PT Duta Karya Mandiri, UMKM yang memproduksi komponen otomotif dan produk berbahan dasar besi. Produk PT Duta Karya Mandiri adalah komponen bar-headrest untuk kendaraan Xenia dan Avanza yang diproduksi oleh PT Astra Internasional Tbk., dan barang kustom berbahan dasar besi. Tujuan dari tesis ini adalah menerapkan strategi diversifikasi, yaitu perusahaan mengembangkan usahanya dengan menghasilkan produk baru di pasar yang berbeda dari bisnisnya selama ini, dengan cara merumuskan produk baru dan harganya. Data yang didapat dari kegiatan business coaching didapat dari wawancara secara mendalam dan terstruktur kepada pemilik UMKM dan melakukan observasi di PT Duta Karya Mandiri. Hasil yang diperoleh dari business coaching adalah menentukan segmentasi produk baru, jenis produk baru yang akan dijual dan harga jualnya, beserta paket penjualan yang disusun dalam bentuk katalog produk.

<hr>

ABSTRACT

This thesis discusses business coaching process with PT Duta Karya Mandiri, SMEs which produces automotive components and iron based products. PT Duta Karya Mandiri products are bar headrest components for Xenia and Avanza vehicles manufactured by PT Astra International Tbk., and iron based custom items. The purpose of this thesis is to implement a diversification strategy, that is, the company develops its business by producing new products in different markets of its business so far, by formulating new products and the price. The data obtained from the business coaching activities obtained from interviews in depth and structured to the owners of SMEs and make observations in PT Duta Karya Mandiri. The results obtained from business coaching is to determine the segmentation of new products, types of new products to be sold and the selling price, also package sales that arranged in the form of product catalogs.