

ABSTRAK

KOMUNIKASI BISNIS CV BIANGLALA ANUGERAH SEMESTA UNTUK MENCAPAI TUJUAN PEMASARAN (Studi pada Bisnis CloudKitchen Milik CV Bianglala Anugerah Semesta)

Oleh

MEGA AYU PUTRI

Komunikasi bisnis yang efektif penting untuk diperhatikan dalam perencanaan dan pengoperasionalan suatu bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi bisnis yang diterapkan CV Bianglala Anugerah Semesta untuk mencapai tujuan pemasaran pada bisnis CloudKitchen yang diimplementasikan menggunakan model bisnis SOSTAC. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, sumber data dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi ke lapangan, wawancara dengan informan dan dokumentasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa komunikasi bisnis CV Bianglala Anugerah Semesta untuk mencapai tujuan pemasaran dapat dilakukan dengan analisis menggunakan bisnis model SOSTAC. Pada tahap *situation*, fokusnya adalah pada kebutuhan untuk memahami situasi dan kondisi CloudKitchen. Pada tahap *objective*, CloudKitchen awalnya dibuat untuk tujuan non-profit demi membantu agar bisnis UMKM dari tenant-tenant yang bekerja sama dan maju. *Strategy* pemasaran dan promosi dari CloudKitchen adalah terus melakukan inovasi dan pembenahan. *Tactic* yang dilakukan oleh CloudKitchen yaitu dengan menentukan tempat (*place*), harga (*price*), produk (*product*), serta kegiatan promosi (*promotion*). Kegiatan pengoperasionalan CloudKitchen pada tahap *action*, termasuk di dalamnya kegiatan pembaharuan baik dalam pembaharuan sistem maupun pembaharuan menu pada CloudKitchen. Dan pada tahap *controlling* CloudKitchen selalu melakukan rapat dan evaluasi kegiatan operasional agar menjadi lebih baik lagi.

Kata kunci: Bisnis, Komunikasi, Pemasaran

ABSTRACT

BUSINESS COMMUNICATION OF CV BIANGLALA ANUGERAH SEMESTA TO ACHIEVE MARKETING PURPOSES (Study on CloudKitchen by CV Bianglala Anugerah Semesta)

By

MEGA AYU PUTRI

Effective business communication is an important thing to note in planning and operating a business. This study aims to determine the business communication applied by CV Bianglala Anugerah Semesta to achieve marketing purposes in the CloudKitchen business, which is implemented using the SOSTAC business model. By using a qualitative descriptive approach, the data sources in this study are both coming from primary and secondary data. Data collection techniques included field observations interviews with informants, and documentation. The results of this study shown that CV Bianglala Anugerah Semesta's business communication to achieve marketing objectives can be analyzed using the SOSTAC business model. At the situation stage, the focus is on the need to understand the situation and conditions of CloudKitchen. On the objective stage, CloudKitchen was initially created for non-profit purposes in order to assist the UMKM businesses of tenants who collaborate with CloudKitchen. CloudKitchen's marketing and promotion strategy is to continue to innovate and improve their business. The tactic carried out by CloudKitchen is to determine the place, price, product, and promotional activities themselves. CloudKitchen operational activities in the action stage include updating activities both in system updates and menu updates in CloudKitchen. And at the controlling stage, CloudKitchen always holds meetings and evaluates operational activities to make them even better.

Keywords: Business, Communication, Marketing