

ABSTRAK

RAMA ILHAM. 30207885

SEGMENTASI PEMASARAN PADA PRODUK PT. GONDOWANGI TRADISIONAL KOSMETIKA.

LKP. Program Studi Manajemen Pemasaran, Program DIII Bisnis dan Kewirausahaan,

Universita Gunadarma, 2010

Kata Kunci : Segmentasi pemasaran

(x + 28 + lampiran)

Segmentasi pemasaran tidak hanya membagi atau mengelompokan pasar kedalam segmen pasar modern dan tradisional, tetapi segmentasi pemasaran meliputi aktivitas program pemasaran yang berguna menunjang penjualan terhadap segmen pasar modern dan tradisional. Aktivitas Program Pemasaran yang di jalankan perusahaan PT. Gondowangi Tradisional Kosmetika antara lain memiliki 2 sifat, yaitu aktivitas program Regular dan aktivitas program Temporer. Aktivitas program Regular adalah aktivitas program yang di keluarkan oleh perusahaan secara terus menerus, sedangkan aktivitas Program Temporer adalah aktivitas program yang di keluarkan oleh perusahaan secara terbatas dan tidak bersifat seterusnya.

Kerja praktek merupakan tugas akhir untuk mahasiswa, maka mahasiswa dituntut untuk menyelesaikan laporan kerja praktek. Dalam hal ini mahasiswa di haruskan mencari sendiri, perusahaan atau instansi di mana mahasiswa tersebut akan melakukan kerja praktek. Pelaksanaan kerja praktek di PT. Gondowangi Tradisional Kosmetika cabang Bandung dimulai kurang lebih selama satu bulan sejak tanggal 10 Mei 2010 sampai dengan tanggal 10 Juni 2010.

Segmentasi pemasaran yang berjalan pada produk PT. Gondowangi Tradisional Kosmetika dapat berjalan dengan efektif karena di dukung dengan berbagai aktivitas-aktivitas program pemasaran yang terprogram dengan baik dan tentunya dapat menunjang penjualan dalam pencapaian target penjualan produk yang di tetapkan oleh perusahaan dan berfungsi mengenalkan produk khususnya dalam aktivitas program event.