

ABSTRACT

Creating Business Strategy of Bukalapak.com Based on Risk Management Periods of 2015 - 2020

Bukalapak.com is a *start up market place* in *e-commerce* industry in Indonesia. Bukalapak.com still have narrows in their business process, among others is the issue that will be done in this research which is the business strategy with risk management approach to target their destination statement and create annual target for periods of 2015 to 2020. This research will explain the process of creating corporate business strategy and creating corporate risk management with SMART (Specific, Measurable, Attainable, Realistic, Timely) testing approach. The result of this research is the business strategy that is integrated with corporate risk management.

Keywords : e-commerce, strategy, management strategic, risk management, target.

ABSTRAK

Penyusunan Strategi Bukalapak.com Berbasis Manajemen Risiko Periode 2015 - 2020

Bukalapak.com adalah perusahaan *start up market place* di industry *e-commerce* Indonesia. Bukalapak.com masih memiliki beberapa kekurangan dalam proses bisnis dan yang ingin diangkat dalam penelitian ini adalah menentukan strategi bisnis dengan pendekatan manajemen risiko untuk menuju pada target jangka panjang dan jangka pendek perseroan 2015 - 2020. Penelitian ini akan menjelaskan proses penyusunan strategi perusahaan dan penyusunan risiko perseroan dengan pengujian target menggunakan *SMART (Specific, Measurable, Attainable, Realistic, Timely)*. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah strategi bisnis yang terintegrasi dengan manajemen risiko perusahaan.

Kata kunci : e-commerce, strategi, manajemen strategic, manajemen risiko, target.